

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Ekonomi Islam

Dalam perkembangan dunia perekonomian tentunya ekonomi menjadi salah satu tonggak kehidupan dimana ekonomi merupakan pondasi utama dalam hal memenuhi kebutuhan hidup manusia baik itu kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Pada awalnya memang ekonomi konvensional merajai atau menguasai dunia perekonomian tetapi seiring berjalannya waktu penggunaan ekonomi konvensional mulai berpindah dengan menggunakan ekonomi Islam atau biasa disebut dengan ekonomi syariah.

Ekonomi adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi terhadap barang maupun jasa. Sedangkan ekonomi Islam dapat diartikan sebagai kegiatan atau perilaku yang bersifat ekonomi dimana dilakukan berdasarkan pada kaidah-kaidah Islam dengan tujuan mendapatkan ridha dari Allah SWT.

Ada beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam salah satunya menurut Muhammad Abdul Manan menjelaskan bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu social yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai Islam. Dan Menurut Khurshid Ahmad mendefinisikan ekonomi Islam adalah suatu upaya sistematis

untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia yang berkaitan dengan masalah itu dari perspektif Islam. Sedangkan menurut Capra menjelaskan bahwa Ekonomi Islam adalah cabang ilmu yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi serta distribusi sumberdaya yang langkahnya sejalan dengan syariat Islam tanpa membatasi kreativitas individu ataupun menciptakan suatu ketidaksinambungan ekonomi makro.

Karena ekonomi Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist maka ekonomi Islam memiliki perbedaan dengan sistem ekonomi konvensional. Berikut ini beberapa perbedaannya yaitu :

- a. Sistem ekonomi Islam mengedepankan prinsip kerjasama dan saling berbagi sedangkan ekonomi konvensional cenderung mengutamakan bunga (riba) dalam usaha mendapatkan keuntungan.
- b. Sistem ekonomi Islam menganggap sumber daya alam yang ada merupakan pemberian Allah sehingga wajib dipergunakan dengan hati-hati dan bertanggung jawab. Sedangkan ekonomi konvensional cenderung menganggap sumber daya alam sebagai komoditas ekonomis yang dapat menghasilkan keuntungan.
- c. Sistem ekonomi Islam menganggap pendapatan yang diperoleh secara tidak sah dan tidak jelas hukumnya maka tidak diakui, sedangkan sistem ekonomi konvensional cenderung berorientasi pada pencapaian laba (keuntungan) yang sebesar-besarnya

meskipun bisnis atau usaha yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat Islam.

- d. Sistem ekonomi Islam menghendaki harta kekayaan yang dimiliki oleh orang-orang yang sangat berkecukupan (kaya), tidak boleh hanya berputar pada golongan tersebut saja tetapi juga harus berputar pada golongan yang membutuhkan. Sedangkan sistem ekonomi konvensional cenderung menganggap harta kekayaan seseorang adalah sesuatu yang mutlak dimiliki oleh orang tersebut dan tidak harus dibagikan kepada orang lainnya.¹

Sistem ekonomi Islam yang bertujuan masalah bagi seluruh umat manusia merupakan pelaksanaan ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktek sehari-hari dalam rangka mengkoordinasi faktor produksi, distribusi serta pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan dengan tidak menyalahi Al-Qur'an dan Sunnah sebagai acuan aturan perundangan dalam sistem perekonomian Islam. Ada empat prinsip yang terdapat dalam sistem ekonomi Islam antara lain :

- a) Tauhid

Prinsip tauhid mengatur prinsip-prinsip yang menyangkut segala aspek kehidupan dunia maupun akhirat. Ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah SWT, hal tersebut akan

¹ Dwi Septa Aryani, Yuni Rachmawati dan Agung Anggoro Seto, *Ekonomi Syariah (Dengan Pendekatan Hasil Penelitian)*, (Jakarta : Nusa Literasi Inspirasi, 2019), hlm 6-7

berimplikasi pada adanya niat yang tulus bahwa segala pekerjaan yang dikerjakan adalah dalam rangka beribadah kepada Allah SWT.

b) Keadilan dan Keseimbangan

Prinsip keadilan merupakan landasan untuk menghasilkan seluruh kebijakan dalam kegiatan ekonomi sehingga berdampak positif bagi pertumbuhan dan pemerataan pendapatan dan kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat. Yang dimaksud dengan prinsip keseimbangan disini adalah kesetaraan antara pendapatan dan pengeluaran, pertumbuhan dan pendistribusian dan antara pendapatan kaum yang mampu dan yang kurang mampu.

c) Kehendak bebas

Ajaran Islam berkeyakinan bahwa Allah SWT memiliki kebebasan mutlak dalam berkehendak, begitu dengan manusia yang memiliki hak untuk memilih apa yang akan diperbuatnya bahkan dalam mengambil pekerjaan atau memanfaatkan kekayaannya, setiap orang diberikan kebebasan dengan cara yang disukainya. Namun demikian, manusia yang baik adalah manusia yang mampu menggunakan kebebasan itu dalam rangka penerapan tauhid dan keseimbangan dalam hidupnya.

d) Tanggung Jawab

Dalam prinsip ekonomi Islam, kebebasan yang diberikan pada setiap orang untuk berbuat sesuatu dalam mengambil pekerjaan apapun atau memanfaatkan kekayaan dengan cara yang ia sukai tentunya harus tetap bertanggungjawab terhadap apa yang telah dipilih.²

2. Sektor Perikanan dan Budidaya Ikan Lele

Indonesia sangatlah kaya akan sektor perikananannya karena sebagian besar wilayahnya di dominasi dengan wilayah lautan. Dengan demikian pada sektor perikanan bisa menjadi sumber daya yang bagus untuk mengembangkan SDM yang berkualitas. Dimana nantinya pada sektor perikanan bisa membantu memajukan Negara dan bisa menjadi opsi untuk mengatasi dan mengembangkan perekonomian yang ada di Indonesia. Pembangunan sektor perikanan tidak terlepas dari definisi Perikanan itu sendiri. Menurut Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 Tentang Perikanan yang dimaksud dengan perikanan adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungan. Mulai dari pra produksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran. Semua kegiatan yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan.³

Kegiatan budidaya merupakan kegiatan perikanan yang mana bersifat dapat memilih tempat yang sesuai dan memilih metode yang

² Muhammad Turmudi, “*Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol XVIII No. 01, Maret 2017, hlm 39-41

³ Nadir dan Mutmainnah, *Analisis Usahatani Perikanan Nelayan Patorani*, (Makassar : Inti Mediatama, 2018), hlm 3

tepat serta komoditas yang diperlukan sehingga dengan sifatnya yang luwes ini maka pendistribusian produk dapat disesuaikan dengan permintaan yang ada ataupun pemanfaatannya.⁴

Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan di sektor perikanan tempat unsur penting yaitu budidaya. Budidaya sendiri adalah kegiatan pemeliharaan sumberdaya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk diambil manfaat dan hasilnya. Sama seperti yang dilakukan para pembudidaya ikan di Desa Gondosuli Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung yang melakukan budidaya dengan cara memanfaatkan lahan disekitar. Budidaya ikan banyak sekali jenis dan ragamnya tetapi dalam penelitian ini peneliti mengambil obyek budidaya ikan lele karena ikan lele termasuk ikan yang kebal dan tidak mudah terserang penyakit. Perputaran uang para pembudidaya ikan juga akan lebih cepat karena ikan lele hanya membutuhkan 3 bulan untuk panen dan mudah proses pemasarannya.

3. Strategi Pemasaran

Menurut Kenneth R. Andrews, strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang ada ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Dengan demikian dapat didefinisikan bahwa strategi adalah kemana sebuah bisnis akan dicapai.

⁴ Doni Setianto, *Usaha Budidaya Ikan Kerapu*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2012) hlm 59.

Sedangkan pemasaran sendiri adalah suatu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan baik perusahaan jasa maupun barang dalam upaya untuk mempertahankan keberlangsungan hidup dari usahanya.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sedangkan pemasaran menurut W.Y. Stanton pemasaran adalah suatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan pembeli actual maupun potensial. Pemasaran juga memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
- b. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Meliputi berbagai kegiatan mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk dan sebagainya.
- c. Mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

Pembahasan mengenai strategi pemasaran harus ada perencanaan atau acuan untuk langkah yang diambil perusahaan dalam mencapai tujuan. Langkah dalam merencanakan pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Penentuan Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, pertama harus melakukan penelitian pasar/riset pemasaran. Riset harus diarahkan kepada kebutuhan konsumen. Riset dimaksudkan untuk menentukan segmen pasar dan karakteristik konsumen yang dituju.

b. Memilih Pasar Sasaran Khusus

Setelah mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, langkah selanjutnya adalah memilih sasaran pasar yang khusus dan tepat. Biasanya untuk perusahaan kecil dan usaha baru lebih tepat memilih pasar khusus atau pasar individual.

c. Menempatkan Strategi Pemasaran dalam Persaingan

Penerapan strategi pemasaran sangat tergantung pada keadaan lingkungan persaingan pasar yang ada dari hari ke hari. Keberhasilan dalam segmentasi orientasi pasar sangat tergantung pada potensi yang menggambarkan permintaan dari lingkungan.

d. Pemilihan Strategi Pasar

Adalah panduan para pengusaha dengan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran. Untuk menarik konsumen, wirausaha bisa

menggunakan indikator yang terdapat dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu, *product, price, place, promotion*.

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Rencana atau biasa disebut dengan strategi adalah pola pengarahan seluruh daya perusahaan demi perwujudan visi lewat misi perusahaan. Dengan strategi yang benar, semua sumber daya perusahaan dikerahkan menjadi kekuatan untuk diarahkan pada pencapaian visi perusahaan yang mana akan menjanjikan ketercapaian visi.⁵

Selain itu pengertian dari strategi adalah sebagai pola tanggapan atau respons organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Definisi tersebut menjelaskan bahwa semua strategi yang dirumuskan tidak semuanya dapat dilaksanakan. Dalam hal ini strategi dipahami bukan hanya sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan melainkan mencakup penentuan berbagai tujuan itu sendiri. Strategi juga dipahami sebagai sebuah pola yang mencakup di dalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada mulanya tidak dimaksudkan tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih untuk diterapkan.⁶

Rencana dalam strategi sendiri akan menentukan keseluruhan misi dan tujuan perusahaan. Pemilihan strategi yang tepat sangatlah berpengaruh kepada hasil yang dicapai suatu kegiatan usaha. Para

⁵ Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm.434

⁶ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm.64

pembudidaya ikan lele di Desa Gondosuli juga menerapkan pemasaran yang dikira tepat diterapkan untuk usaha perikanan, yaitu dengan memilih strategi bauran pemasaran.

Pemasaran sendiri adalah proses manajerial dan social yang mana individu-individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan orang ataupun kelompok lain.⁷

Menurut pendapat Kotler dan Armstrong, marketing mix merupakan strategi pemasaran yang dilaksanakan secara terpadu atau strategi pemasaran yang dilakukan secara bersamaan. Dalam komunikasi pemasaran diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang terdapat pada bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah strategi produk, promosi dan penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju.⁸

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bauran pemasaran adalah sekumpulan strategi pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) yang memiliki tujuan untuk mengejar pemasaran sehingga akan mendapatkan imbal balik sesuai yang diinginkan. Berikut akan membahas tentang elemen pokok di dalam bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

⁷ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Salemba Empat,2000),hlm.4

⁸ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV SAH MEDIA, 2019), hlm.139

a. Produk (*Product*)

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini tidak berwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang. Kualitas dari suatu produk harus menjadi perhatian yang utama dimana barang yang dijual harus jelas dan baik kualitasnya, agar calon pembeli dapat menilai dengan mudah terhadap produk tersebut. Rasulullah SAW melarang kepada kita untuk melakukan penipuan dengan cara memperlihatkan posisi produk yang baik dan menyembunyikan sisi kejelekan produk tersebut, sebagaimana hadis Rasulullah SAW dari Abu Hurairah.

Bahwa Rasulullah SAW melewati setumpuk barang makanan, maka beliau memasukan tangannya (ke dalam ongkongan makan) dan tangan beliau menyentuh yang basah. Maka beliau bersabda "apa ini..?" Pedagang menjawab "Basah karena hujan ya Rasulullah..!" Bersabda Rasulullah, "kenapa engkau tidak tempatkan yang basah di luar (di atas), supaya pembeli dapat melihatnya..? barang siapa menipu, bukanlah umatku" (HR. Muslim).⁹

Dengan demikian, pengertian produk dalam ekonomi Islam haruslah memenuhi standarisasi mutu. Arti produk di dalam bauran pemasaran ini adalah bagaimana kita bisa menciptakan suatu barang yang memang diperlukan oleh pasar yang di dalamnya terdapat unsur ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, layanan, kemasan, dan masih banyak lagi yang sekiranya dapat memiliki daya tarik

⁹ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta : Grasindo, 2007), hlm.60

kepada konsumen yang nantinya akan menjadi pintu atau peluang besar di dalam kemajuan produk itu sendiri dan juga perusahaan atau produsen.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk dan pelayanan, serta persaingan. Harga yang dimaksud adalah sejumlah uang yang harus dibayar pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan. Pemasaran produk perlu memahami aspek psikologis dari informasi harga yang meliputi referensi (*reference price*), inferensi kualitas berdasarkan harga (*price quality inferences*) dan petunjuk harga (*price clues*). Pada setiap produk atau jasa yang akan dijual atau ditawarkan, pada bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, praktik saingan dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut juga penetapan jumlah potongan, mark-up dan mark down dan lain sebagainya.¹⁰

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada saat menentukan harga kita harus pandai dan selektif ketika memasukan unsur yang mempengaruhi harga tersebut. Diantaranya

¹⁰ Philip Kolter dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.62

ada biaya keuntungan, praktik saingan dan perubahan keinginan pasar, artinya kita harus pandai dalam mengombinasikan unsur tersebut supaya harga yang kita tetapkan nanti bisa diterima di pasar. Seperti halnya pada penetapan harga ikan lele yang dilakukan oleh para pembudidaya ikan di Desa Gondosuli harus memikirkan unsur-unsur penetapan harga yang ada agar tetap bisa diterima di pasar dan juga mendapat keuntungan yang baik.

c. Tempat (*Place*)

Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting. Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah diakses oleh pembeli potensial. Hal tersebut datang dengan pemahaman yang mendalam tentang target pasar perusahaan. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi (tempat). Aspek tersebut antara lain adalah: a) Sistem transportasi perusahaan, termasuk dalam sistem ini antara lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi (pesawat udara, kereta api, kapal dan truk), penentuan jadwal pengiriman, penentuan rute yang harus ditempuh dan seterusnya, b) Sistem penyimpanan dalam sistem ini bagian pemasaran harus menentukan letak gudang, jenis peralatan yang dipakai untuk menangani material maupun peralatan lainnya, c) Pemilihan saluran distribusi, menyangkut keputusan-keputusan tentang penggunaan penyalur (pedagang besar, pengecer, agen,

makelar) dan bagaimana menjalin kerjasama baik dengan para penyalur tersebut.¹¹

d. Promosi (*Promotion*)

Menurut Tanton (dalam Suyanto, 2013 dalam Daryanto, 2019) promosi adalah unsur dari bauran-bauran pemasaran perusahaan yang mendayagunakan untuk diberitahu, membujuk dan mengingatkan tentang produk pada suatu perusahaan.¹²Promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan penjualan. Promosi terdiri dari berbagai elemen, yaitu seperti :

- 1) Periklanan
- 2) Promosi penjualan
- 3) Hubungan Masyarakat
- 4) Publisitas
- 5) *Event Sponsorship*
- 6) Penjualan langsung

Periklanan biasanya mencakup metode komunikasi yang dibayar seperti iklan televise, iklan radio, media cetak dan iklan internet. Apalagi pada zaman sekarang pergeseran lebih fokus ke dunia online. Periklanan adalah bentuk promosi yang paling banyak

¹¹ Ibid, *Prinsip-prinsip Pemasaran...*, hlm.63

¹² Ahmad Mas'ari dkk, *Analisa Strategi Mix menggunakan Konsep 4P Pada PT.Haluan Riau*, (Riau : UIN Sultan Syarif Kasim, 2019) Vol.5 No.2, hlm 82

dilakukan.¹³ Promosi menjadi bagian yang sangat penting dalam sebuah pemasaran meskipun kita sudah menciptakan produk bagus, harga bersaing dan juga tempat distribusi yang tepat, kalau kita tidak melakukan kegiatan promosi tentunya ketiga strategi sebelumnya tadi akan menjadi sia-sia. Artinya disini promosi sebagai pintu perkenalan dari produk yang kita jual ke konsumen diharapkan bisa membuat masyarakat tertarik untuk membelinya.

Dalam menjalankan sebuah usaha tujuan utamanya yaitu untuk mendapatkan keuntungan atau laba dari kegiatan usaha yang dijalankan. Pemilihan strategi dalam hal mendukung kesuksesan suatu usaha merupakan unsur wajib yang harus dimiliki bagi pengusaha itu sendiri, banyak jenis strategi yang bisa diterapkan bagi pengusaha untuk usahanya. Salah satunya adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan mengkolaborasikan antara *product*, *place*, *price* dan *promotion* sangatlah tepat digunakan untuk mendukung keberlangsungan kegiatan usaha. Tidak terkecuali bagi para pengusaha pada sektor perikanan dimana strategi ini sangat bagus diterapkan untuk merealisasikan tujuan dari para pengusaha di sektor perikanan.

¹³ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020), hlm 14-22

5. Kesejahteraan Masyarakat

Pengertian kesejahteraan sendiri merupakan keadaan sekelompok orang atau manusia dimana dalam kondisi makmur, sehat fisiknya serta damai. Kemudian dalam mencapai keadaan yang seperti itu irang tersebut sangat membutuhkan suatu usaha berdasarkan kekuatan dan kemampuan masing-masing manusia.¹⁴

Pengertian ekonomi Islam yang ditulis Yusuf Halim al-Alim yang mengemukakan bahwa ilmu ekonomi islam adalah ilmu tentang hukum-hukum syarat aplikasi yang diambil dari dalil-dalil yang terperinci terkait dengan mencari, membelanjakan dan tata cara membelanjakan harta. Focus kajian ekonomi islam adalah mempelajari perilaku muamalah masyarakat Islam yang sesuai dengan syariat dalam kebutuhan hidup manusia dalam mencari ridha Allah SWT.¹⁵

Falah menyangkut konsep yang bersifat dunia dan akhirat. Untuk kehidupan dunia, falah mencakup tiga pengertian yaitu keberlangsungan hidup, kebebasan dari kemiskinan serta kekuatan dan kehormatan. Sementara itu untuk kehidupan akhirat falah mencakup pengertian keberlangsungan hidup yang abadi, kesejahteraan abadi dan pengetahuan yang bebas dari segala kebodohan. Hendrie Anto menuliskan di dalam bukunya bahwa menurut Al-Qur'an tujuan kehidupan manusia pada akhirnya adalah falah di akhirat sedangkan

¹⁴ Wardoyo, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1980), hlm. 45

¹⁵ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah : Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama Edisi Pertama*, (Jakarta : Kencana, 2016) hlm 30

falah di dunia pada hanya merupakan tujuan (yaitu sarana untuk mencapai falah akhirat). Kata falah memiliki banyak makna diantaranya maknanya adalah kemakmuran, keberhasilan atau pencapaian apa yang kita inginkan atau kita cari sesuatu dengannya kita berada dalam keadaan bahagia atau baik terus menerus dalam keadaan baik menikmati ketentraman, kenyamanan atau kehidupan yang penuh berkah keabadian, kelestarian terus menerus dan keberlanjutan.¹⁶

Adapun secara umum, kesejahteraan masyarakat adalah kondisi yang memperlihatkan suatu keadaan kehidupan masyarakat dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat. Menurut UU No. 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial. Kesejahteraan social adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan social warga Negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Konsep kesejahteraan menurut Nasikun (1993) dapat dirumuskan sebagai padanan makna dari konsep martabat manusia yang dapat dilihat dari empat indikator yaitu :

- a. Rasa Aman
- b. Kesejahteraan
- c. Kebebasan
- d. Jati Diri¹⁷

Kesejahteraan bisa diukur dari berbagai aspek kehidupan :

¹⁶ Azharia Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi : Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-kata Kunci dalam Al-Qur'an*, (Bandung : Citapustaka Media Perintis, 2012) hlm 74-75

¹⁷ Rosin, *Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara*, Vol. 9 No. 1 Medan 2012, hlm 55

- a. Dengan memandang karakteristik hidup uang berkualitas dari segi materi, seperti bahan pangan, kualitas, tempat tinggal dan sebagainya.
- b. Dengan memandang kondisi dari segi fisik, seperti kondisi lingkungan alam, kesehatan jasmani dan lain-lain.
- c. Dengan memandang dari segi mental seperti lingkungan budaya, fasilitas pendidikan dan lain-lain.
- d. Dengan memandang pada kedudukan social dan integrasi.¹⁸

Kesejahteraan sesungguhnya adalah kehendak utama dalam Islam, siapapun berhak memperolehnya. Sejak Indonesia merdeka salah satu tujuan dari bangsa Indonesia adalah untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur.¹⁹

B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan dilakukannya penelitian ini diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Melya Andeska dengan judul “Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah). Tujuan dari penelitian ini adalah pengaruh home industry budidaya jamur terhadap peningkatan

¹⁸ Widyastuti, Astiana, *Analisis Hubungan Produktivitas Pekerja dan Tingkat Pendidikan Pekerja Terhadap Kesejahteraan Keluarga di Jawa Tengah*, Jurnal Economics Development Analysis Journal Vol 1 No 2 Tahun 2012, hlm 3-4

¹⁹ Jahmari Makhruf, *Islam untuk Kesejahteraan Masyarakat*, (Banten : Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016) hlm 2

kesejahteraan masyarakat desa kalirejo dan tinjauan ekonomi Islam terhadap peran dari home industry tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian *field research* yaitu jenis penelitian yang dilakukan di lapangan tertentu untuk memperoleh data yang konkrit. Hasil dari penelitian tersebut yaitu dilihat dari beberapa indikator kesejahteraan masyarakat home industry budidaya jamur tiram yang ada di desa Kalirejo secara keseluruhan dari tingkat pendapatan masyarakat sampai tingkat kesehatan sudah dikatakan sejahtera, namun dalam hal ini masih ada beberapa ketimpangan seperti beberapa rumah pelaku home industry yang belum termasuk dalam indikator baik dan kondisi lantai rumah yang masih tanah. Selain itu berdasarkan tinjauan ekonomi Islam bahwa usaha tersebut dilakukan dengan baik dan sejalan dengan syariat Islam baik mulai dari bahan baku sampai dengan pemasaran. Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang sama-sama menganalisis pengaruh perkembangan usaha. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu peneliti terdahulu lebih membahas tentang peran dari home industry tersebut sedangkan peneliti yang sekarang lebih membahas peran dari budidaya.²⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Amalia Probowari dengan judul “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Keramba Budidaya Ikan di Desa Ngargosari Sumberlawang Sragen”. Tujuan dari

²⁰ Melya Andeska, Skripsi : “ *Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam*”, (Lampung : UIN Raden Intan, 2017), hlm 110

penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang bagaimana pemberdayaan ekonomi melalui pemanfaatan keramba dan untuk melihat apa saja dampak yang ditimbulkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatnya usaha keramba diminati masyarakat dan menjadi peluang besa. Selain itu juga dapat menciptakan keadaan yang memungkinkan masyarakat berkembang dengan adanya memanfaatkan skill dan ketrampilan msyarakat yang dulunya petani menjadi pengusaha ikan. Dampak dari adanya keramba ini terdapat beberapa café dan warung pada desa Ngargosari untuk menjual belikan hasil dari panennya. Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang pengaruh perkembangan budidaya ikan. Sedangkan perbedaan dari peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang adalah peneliti terdahulu lebih membahas tentang pemberdayaan masyarakat sedangkan peneliti yang sekarang lebih membahas tentang peran dari budidaya ikan.²¹

Penelitian yang dilakukan oleh Lilis Yunengsih dengan judul “Dampak Pembudidayaan Ikan Lele Sangkuriang Terhadap Perekonomian Anggota Kelompok: Studi Kasus Pokdakan Budi Ilma Sejahtera Kelurahan Rorotan Jakarta Utara”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan pembudidayaan lele selain itu juga melihat dampak yang

²¹ Amalia Prabowari, Skripsi : “ *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Keramba Budidaya Ikan di Desa Ngargosari Sumberlawang Sragen*”, (Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm 76-77

ditimbulkan dari adanya budidaya lele ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara observasi, wawancara atau penelaahan dokumen. Hasil dari penelitian ini adalah semakin berkurangnya pengangguran, tidak hanya dari segi ekonomi saja yang meningkat tetapi kualitas masyarakat juga ikut meningkat dengan adanya pemberdayaan lele tersebut selain itu dengan adanya dukungan dari Dinas setempat yg terkait sehingga kegiatan tersebut berhasil dengan sempurna. Persamaan penelitian yang sekarang dengan penelitian terdahulu sama sama membahas tentang pengaruh perkembangan usaha budidaya lele. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu lebih membahas tentang dampak yang ditimbulkan sedangkan penelitian yang sekarang lebih membahas tentang peran yang ditimbulkan dari adanya budidaya lele tersebut.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Lina Syarafina dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang dilakukan pengusaha ikan lele dalam memasarkan produknya dan hasilnya di analisis dengan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah strategi dalam pengembangan usaha budidaya ikan lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang ialah

²² Lilis Yunengsih, Skripsi : “ *Dampak Pembudidayaan Ikan Lele Sangkuriang Terhadap Perekonomian Anggota Kelompok Studi Kasus Pokdakan Budi Ilma Sejahtera Kelurahan Rorotan Jakarta Utara*”, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2016), hlm 89-90

dengan strategi harga, strategi kualitas, strategi citra merek, strategi lokasi, strategi promosi dan produk. Hasil dari analisis SWOT faktor-faktor internal yang mempengaruhi penjualan lele adalah faktor kekuatan yaitu teknologi budidaya yang baik dan memadai. Persamaan penelitian yang sekarang dengan yang dahulu objeknya sama tentang budidaya ikan lele dan sama-sama membahas tentang strategi pemasarannya. Perbedaan penelitian yang sekarang dengan yang dahulu, jika yang sekarang hanya membahas tentang strategi pemasarannya sedangkan penelitian terdahulu melihat dengan analisis SWOT.²³

Penelitian yang dilakukan oleh Risqi Marhesti dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Strategi Pemasaran Pada Batik Asky Pekalongan”. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran pada batik Asky Pekalongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah dalam menjalankan usahanya Batik Asky menerapkan strategi pemasaran 4P dan menerapkan 7 etika yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang yaitu terdapat perbedaan pada objeknya. Selain itu fokus penelitian terdahulu lebih kepada etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran sedangkan penelitian yang sekarang lebih memfokuskan kepada peran dari

²³ Lina Syarafina : *”Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele Di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang”*, (Medan : UIN Sumatera Utara Medan, 2019), hlm 71-72

budidaya ikan lele dalam meningkatkan kesejahteraan. Persamaan penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dan untuk metode pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara.²⁴

C. Kerangka Konseptual

Dengan memperhatikan uraian yang telah dipaparkan terlebih dahulu, maka pada bagian ini akan diuraikan beberapa hal yang dijadikan penulis sebagai landasan berfikir. Landasan yang dimaksud guna mengarahkan penulis untuk menemukan data dan informasi untuk memecahkan masalah yang telah dipaparkan. Penulis menguraikan landasan pikir pada penelitian ini yaitu berlandaskan dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang menjadi pedoman untuk menjalankan kegiatan ekonomi Islam.

Budidaya ikan lele adalah suatu kegiatan yang bisa mendukung perekonomian masyarakat. Dengan memanfaatkan potensi yang ada diharapkan mampu menjadi sumber ekonomi masyarakat. Selain nantinya kesejahteraan masyarakat meningkat sumber daya manusia serta potensi yang ada di sekitar juga akan ikut meningkat. Kesejahteraan sendiri berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera perlu diadakan pemberdayaan

²⁴ Risqi Marhesti : *'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pada Batik Asky Pekalongan'*, Skripsi: STAIN Pekalongan 2016

masyarakat dalam meningkatkan sumber daya yang ada. Peran budidaya ikan lele di Desa Gondosuli memberikan peluang kerja bagi masyarakat dan memperbaiki ekonomi masyarakat.

Peningkatan profit merupakan tujuan utama bagi semua perusahaan. Untuk mencapai profit yang maksimal perusahaan harus pandai dalam menarik minat konsumen untuk membeli, karena tolak ukur perusahaan dikatakan maju itu jika tingkat penjualan semakin meningkat. Salah satu untuk mewujudkan tujuan tersebut dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik dan benar. Salah satu strategi yang digunakan adalah konsep bauran pemasaran menggunakan 4P (*Product, Price, Promotion, Place*). Disini peneliti akan melakukan penelitian terkait dengan kontribusi dari budidaya ikan lele ini dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu dengan melihat dari strategi pemasaran guna menunjang output dari budidaya ikan lele. Selain itu nanti juga akan ditinjau dari ekonomi Islam terkait dengan budidaya ikan lele.