

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

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. Islam merupakan agama yang mengatur berbagai perilaku kehidupan manusia. Tidak hanya mengatur urusan dalam hal peribadahan saja, namun islam juga menghalalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang didalamnya termasuk bisnis.<sup>2</sup> Islam juga memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam menjalankan bisnis tersebut, yaitu Al-Qur'an

---

<sup>2</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 81

dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan prinsip-prinsip umum mengenai penerapan didalam bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>3</sup>

Desa Ngunut merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Ngunut yang memiliki wilayah terluas dari desa lainnya yaitu  $\pm 3,73 \text{ km}^2$ . Desa Ngunut memiliki penduduk terbanyak dan menjadi sentra usaha kecil menengah yang berkembang pesat.<sup>4</sup> Mayoritas penduduk desa Ngunut bekerja sebagai pedagang, petani, pengusaha, pegawai. Desa ini memiliki potensi besar dalam bidang industri kuliner maupun tempat nongkrong. Pada masa seperti ini, persaingan bisnis maupun usaha sangat ketat. Para *bisnisman* berlomba-lomba untuk mengelola maupun mempertahankan bisnis mereka agar tetap berjalan. Terlebih pada bisnis makanan dan minuman saat ini berkembang dengan pesat. Salah satu faktor pendorong perkembangan bisnis ini adalah tingginya permintaan konsumen, tentu disebabkan oleh faktor gaya hidup. Perkembangan dunia bisnis ini juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi pesaing yang terjadi disekitarnya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik kepuasan konsumen agar berhasil menjalankan usaha bisnis.

---

<sup>3</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 7.

<sup>4</sup> <http://ngunut.tulungagungdaring.id/profil> , diakses pada hari Kamis 18 November 2021, pukul 08.20 WIB.

Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tersebut, tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan usaha makanan dan minuman yang pesat dapat dilihat dari banyaknya pemanfaatan usaha tersebut dalam penyediaan makanan dan minuman siap jadi. Salah satunya adalah usaha angkringan. Angkringan berasal dari bahasa Jawa “angkring” yang berarti alat dan tempat jualan makanan keliling yang pikulannya berbentuk melengkung ke atas adalah sebuah gerobak dorong untuk menjual berbagai macam makanan dan minuman di pinggir jalan yang dijual dengan harga yang sangat terjangkau. Mereka menikmati makanan sambil bebas mengobrol hingga larut malam meskipun tak saling kenal tentang berbagai hal atau kadang berdiskusi tentang topik-topik yang serius. Harganya yang murah dan tempatnya yang santai membuat angkringan sangat populer di tengah kota sebagai tempat persinggahan untuk mengusir lapar atau sekadar melepas lelah. Angkringan merupakan model perdagangan makanan dan minuman dengan menggunakan gerobak dorong yang biasanya berjualan pada malam hari, adapun yang dijual oleh pedagang angkringan yaitu macam-macam makanan seperti, bakwan goreng, nasi kucing, rica-rica ayam, ronde, macam-macam sate seperti usus ayam, ceker ayam, hati ayam, ada teh es dan jeruk panas maupun dingin yang disajikan pada malam hari mulai selepas magrib hingga tengah malam. Sebagai model perdagangan makanan yang menjajakan pada malam hari, pedagang angkringan dalam menyajikan dagangan

memiliki karakteristik yang hampir sama antara pedagang angkringan satu dengan pedagang angkringan lainnya dimana hal ini menjadi ciri khas yang membedakan mereka dengan pedagang makanan lainnya, baik dari kondisi makanan dan minuman yang disajikan sampai suasana yang santai penuh kekeluargaan dan keakraban baik dari pedagangnya maupun dari para pembelinya.

Kondisi peningkatan persaingan ini tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga membuat suatu bisnis termasuk bisnis kuliner berada pada posisi yang mudah diserang. Siapapun yang mampu bersaing, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Namun kategori didalam bisnis Islam, selain bersaing dalam dunia bisnis secara umum, para pebisnis Muslim juga harus lebih cermat dalam mengkaji aspek-aspek syari'at dalam kegiatan bisnis mereka.<sup>5</sup> Di Desa Ngunut perkembangan usaha angkringan terus mengalami peningkatan. Angkringan yang ada di Ngunut ± 10 angkringan.

Angkringan 87 merupakan salah satu angkringan yang bergerak dibidang kuliner dengan penggagasnya Bapak Sigit. Usaha angkringan ini berlokasi di desa Gilang Ngunut. Bapak Sigit (pemilik) memulai usahanya ini sejak tahun 2019 an. Pendirian usaha ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun, yang diimbangi dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pangan serta perubahan pola konsumsi masyarakat yang membawa segala sesuatunya kearah yang lebih

---

<sup>5</sup> Fita Nurotul Faizah, "*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan*", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2015

praktis dan efisien. Adanya perubahan pola konsumsi ditunjukkan oleh kecenderungan masyarakat saat ini untuk mengkonsumsi makanan dan minuman siap saji. Tidak dipungkiri saat ini banyak masyarakat yang menyukai kemudahan dan kenaman dengan adanya makanan dan minuman yang siap saji, sehingga angkringan ini sangat membantu dalam hal tersebut.

Demi menjaga kelangsungan usahanya, angkringan 87 menerapkan strategi-strategi untuk mengembangkan usahanya. Strategi merupakan rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu perusahaan yang diperlukan guna mencapai tujuan-tujuan perusahaan.<sup>6</sup> Strategi disini meliputi strategi dalam hal produk, harga, dan juga tempat. Di angkringan 87 menggunakan startegi promosi hanya menggunakan promosi langsung atau dari mulut ke mulut, karena di angkringan sendiri harganya sudah terbilang sangat relatif murah jadi apabila ada promosi/diskon pemilik usaha takut apabila tidak balik modal. Strategi produk yang dilakukan oeh angkringan 87 yaitu dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas, produk-produk juga dilengkapi dengan variasi menu dan rasa yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Dalam strategi harga, angkringan 87 melakukan riset lapangan terdahulu untuk menetapkan harga suatu produk. Harga yang ditetapkan angkringan 87 sudah diperhitungkan sesuai dengan hiaya prosuk, operasional, dan keuntungan. Selanjutnya untuk strategi lokasi/tempat, angkringan 87 juga

---

<sup>6</sup>Sukristono, *Perencanaan Strategis Bank*, Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 1992, hlm. 337

selalu mengutamakan tempat yang aman, nyaman, dan yang penting adalah selalu menjaga kebersihannya.

Setelah usaha yang dirintis berjalan, lebih baik mulai berfikir tentang bagaimana mengembangkannya. Pengembangan suatu usaha tidak akan berjalan dengan sendirinya, melainkan dengan melakukan beberapa upaya dan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi diartikan juga sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan, tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan.<sup>7</sup> Pengembangan sebagai suatu proses perubahan kearah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana oleh sebuah perusahaan. Sedangkan arti dari bisnis yaitu suatu kegiatan usaha yang mengorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Dari pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha/bisnis merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Dalam hal ini, terdapat beberapa alasan yang mendukung pengembangan suatu usaha, diantaranya yaitu potensi terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran, untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, dan untuk menumbuhkan

---

<sup>7</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Bandung: Erlangga, 2012, hlm. 64

skill yang dimiliki oleh masyarakat. Dengan adanya usaha angkringan 87 yang menerapkan strategi pengembangan bisnis secara efektif dan efisien, maka dapat menjadikan usaha angkringan 87 mampu memberdayakan masyarakat yang mandiri dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan tidak melanggar prinsip-prinsip Islam.

Dari latar belakang ini akan dilakukan penelitian mengenai strategi pengembangan angkringan 87 dalam meningkatkan daya tarik konsumen di Desa Ngunut. Alasan memilih penelitian di angkringan 87 karena tempatnya yang mudah untuk dijangkau dan memudahkan dalam pengambilan data. Di lokasi ini akan dilakukan penelitian untuk membuktikan apa sajakah strategi pengembangan yang dilakukan oleh angkringan 87 dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang **“Strategi Pengembangan Angkringan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Pada Perspektif Islam (Studi Kasus Angkringan 87 Di Desa Ngunut)”**.

## **B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1. Fokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini yaitu terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, control/pengawasan dalam pengembangan usaha angkringan 87 dalam meningkatkan daya tarik konsumen di Desa Ngunut.

## 2. Pertanyaan Penelitian

- a. Bagaimana perencanaan pengembangan angkringan dalam meningkatkan daya tarik konsumen?
- b. Bagaimana pelaksanaan pengembangan angkringan dalam meningkatkan daya tarik konsumen?
- c. Bagaimana control pengembangan angkringan dalam meningkatkan daya tarik konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis perencanaan pengembangan angkringan dalam meningkatkan daya tarik konsumen.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan pengembangan angkringan dalam meningkatkan daya tarik konsumen.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis control pengembangan angkringan dalam meningkatkan daya tarik konsumen.

## **D. Manfaat Penelitian**

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pihak yang membutuhkan serta guna untuk menambah referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya khusus mengenai strategi pengembangan usaha angkringan.



b. Secara Praktis

1) Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang penilaian konsumen terhadap kinerja angkringan serta dapat memberikan masukan kepada pihak pemilik dalam mengambil keputusan dan kebijakan dimasa mendatang.

2) Bagi Masyarakat (Konsumen)

Sebagai bahan informasi kepada masyarakat mengenai bisnis angkringan sehingga masyarakat termotivasi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi tidak hanya menjadi buruh saja tetapi dengan menjadi seorang pebisnis.

3) Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini sebagai referensi penelitian lanjutan pada tema yang sama tetapi dengan variabel yang berbeda

## E. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.<sup>8</sup>

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi

---

<sup>8</sup> Sedarmayanti, Manajemen Strategi, Bandung: PT Refika Aditama, 2014, hlm. 2

merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus.<sup>9</sup>

Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Didalam bukunya Freddy Rangkuti menjelaskan beberapa pengertian mengenai strategi menurut beberapa para ahli, dijelaskan sebagai berikut : Menurut Chandler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965), strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.

#### **b. Pengembangan**

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap.<sup>10</sup> Dalam kamus umum Bahasa Indonesia karya Wjs Peorwadarminata dalam buku Pengembangan Media Pembelajaran karya Sukiman, pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan,

---

<sup>9</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, hlm. 1092

<sup>10</sup> Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 218-219

pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai.<sup>11</sup>

Jadi dapat diartikan bahwa pengembangan adalah suatu proses atau usaha untuk melakukan suatu perubahan baik secara perlahan maupun secara bertahap dengan memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002, pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.<sup>12</sup>

### **c. Angkringan**

Kata Angkringan berasal dari kata pergaulan jawa, angkring atau nangkring yang memiliki arti duduk santai yang lebih bebas. Para pembeli yang duduk di bangku kayu memanjang di sekitar gerobak dapat mengangkat atau melipat kaki naik ke atas kursi. Angkringan merupakan suatu bentuk variasi dari kaki lima.

---

<sup>11</sup> Sukiman, *Pengembangan Media Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012), hlm. 53.

<sup>12</sup> Lihat Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional, Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. [http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\\_2002\\_18.pdf](http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2002_18.pdf) (diakses pada hari minggu, 2 januari 2022 pukul 10.22 WIB)

Penjual kaki lima yang menggunakan pikulan juga dapat di temui di daerah-daerah lain.

**d. Daya tarik konsumen**

Fandy Tjiptono (1997 : 95) dalam Pandi Afandi (2013) menjelaskan daya tarik merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, di konsumsi pasar untuk memenuhi suatu kebutuhan.<sup>13</sup> Daya tarik merupakan suatu keinginan terhadap sesuatu yang muncul dari diri seseorang, yang mana ini juga sesuai pada teori perilaku konsumen yang berarti suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barangbarang atau jasa yang ada di dalamnya. Termasuk proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.<sup>14</sup>

**e. Perspektif Ekonomi Islam**

Bisnis islam diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Pandi Afandi, *Analisis Faktor Penentu Daya Tarik Produk Pada Pasar UKM Lopait Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang*, Vol. 1 No. 2, Desember 2008, hlm. 69

<sup>14</sup> Danang Suntoyo, *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm 66

<sup>15</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggegas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press. 2002), hlm. 18.

- 1) Mencari profit dalam bentuk materi dengan cara yang halal, bukan dengan cara menghalalkan segala macam cara.
- 2) Dalam bisnis, bisnis juga harus terbebas dari unsur Maghrib, yakin Maysir (Judi), Aniyah (Zhulm), Ghoror (Penipuan), Haram, Riba
- 3) Ilmu ekonomi islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisir sumber daya alam atas dasar bekerjasama dan berpartisipasi.<sup>16</sup>

## **2. Definisi Operasional**

Penelitian yang berjudul strategi pengembangan angkringan dalam meningkatkan daya tarik konsumen ini melibatkan pemilik angkringan, karyawan angkringan, serta konsumen atau pelanggan di angkringan tersebut. Dengan hal tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pengembangan yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

Dari penjelasan dan teori konseptual diatas maka peran bisnis usaha dalam perekonomian adalah sebagai indikator penting dalam penuntasan masalah perekonomian negara. Bisnis usaha berdampak penting dalam perekonomian masyarakat berskala mikro hingga makro. Tujuan yang diharapkan dengan adanya usaha angkringan ini

---

<sup>16</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2017), hlm 16.

adalah penuntasan masalah ekonomi keuangan bagi masyarakat Desa Ngunut.

#### **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Bagian awal memuat sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Adapun bagian isi, penelitian terdiri dari enam bab, yaitu:

- Bab I       Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.
- Bab II       Kajian Pustaka, memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar (grand theory) dan hasil dari penelitian terdahulu. Pembahasan dalam bab ini terdiri dari sub bab deskripsi teori mencakup teori strategi pemasaran, strategi pemasaran jasa, bauran pemasaran jasa, daya tarik, konsumen, dan hotel
- Bab III      Metode Penelitian, berisi tentang rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

- Bab IV Hasil Penelitian meliputi: deskripsi data, temuan penelitian dan analisis data.
- Bab V Pembahasan hasil penelitian yang memuat keterkaitan antara temuan penelitian dengan teori-teori besar yang diuraikan di kajian
- Bab VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran-saran