

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam masyarakat pedesaan saat ini tumpuan ekonomi yang banyak dijumpai adalah dari sektor pertanian dan sektor peternakan dan bahkan sebagian masyarakat yang bergantung pada lahan seseorang atau bekerja sebagai buruh atau penjual jasa. Seperti pada masyarakat Desa Susuhbango yang sebagian besar masyarakatnya adalah bertani hal ini dikarenakan masih banyaknya lahan persawahan dan perkebunan yang dapat ditanami, maka mereka memanfaatkan tanah tersebut untuk mendapatkan penghasilan guna untuk mencukupi kebutuhan hidup mereka. Selain itu ada juga sebagian masyarakat memilih berbisnis untuk mencukupi segala kebutuhan ekonomi keluarga.

Bahkan pada era sekarang ini mulai muncul era perdagangan bebas. Dengan adanya era perdagangan bebas ini kita ditantang untuk mampu mempersiapkan sumberdaya manusia yang siap bekerja, melainkan juga harus mampu mempersiapkan dan membuka lapangan kerja baru. Dengan adanya hal ini, umumnya masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan lebih memilih melakukan usaha di bidang peternakan ayam karena masih banyaknya lahan yang kosong dan usaha ini memiliki keunggulan dari segi pendapatan selain dari hasil penjualan telur juga dari daging, sehingga sangat cocok untuk didirikannya usaha tersebut.

Bahkan di Indonesia sendiri, peternakan diatur dalam Undang-Undang No. 41. Tahun 2014 tentang peternakan dan kesehatan hewan. Peternakan adalah segala urusan yang berkaitan dengan sumber daya fisik, benih, bibit dan/atau bakalan, pakan, alat dan mesin peternakan, budi daya ternak, panen, pasca panen, pengolahan, pemasaran, dan pengusahaannya. Sedangkan kesehatan hewan adalah segala urusan yang berkaitan dengan perlindungan sumber daya hewan, kesehatan masyarakat, dan lingkungan serta penjaminan keamanan produk hewan, kesejahteraan hewan, dan peningkatan akses pasar untuk mendukung kedaulatan, kemandirian, dan ketahanan pangan asal hewan.¹

Berdasarkan Undang-Undang tersebut sangat jelas bahwasanya usaha peternakan ayam tersebut mempunyai payung hukum sendiri di Indonesia sehingga usaha peternakan ayam boleh didirikan, tetapi untuk mendirikan sebuah usaha diperlukan adanya pemahaman akan perilaku konsumen. Menurut *The American Marketing Association* dalam buku Nugraha mendefinisikan perilaku konsumen adalah “interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka”.² Dari pendapat tersebut maka kita dapat memahami bahwa perilaku konsumen adalah sebuah upaya pertukaran barang

¹[Http://fkh.unsyiah.ac.id/uploads/1/7323c1d84c-Uu412014_perubahan-atas-undang-undang-nomor-18-tahun-2009-peternakan-dan-kesehatan-hewan.pdf](http://fkh.unsyiah.ac.id/uploads/1/7323c1d84c-Uu412014_perubahan-atas-undang-undang-nomor-18-tahun-2009-peternakan-dan-kesehatan-hewan.pdf) diakses pada tanggal 29 Oktober 2017, Pukul. 18.35.

²Nugraha, J.Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.3.

atau jasa antara penjual dan pembeli berdasarkan kemampuan dari individu-individu itu sendiri yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal.

Selanjutnya perilaku konsumen disini akan menjadi tolak ukur bagi seorang wirausahawan untuk proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan menurut G. R. Terry dalam sebuah literatur mengemukakan bahwa “proses pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin”.³ Dari ungkapan tersebut menunjukkan bahwa jika seseorang ingin memulai usaha harus mampu melakukan pengambilan keputusan dalam memilih usaha yang akan dijalankan yang disesuaikan dengan keadaan lingkungan dan kemampuan pengusaha itu sendiri serta pertimbangan lainnya. Karena pengambilan keputusan ini sangat menentukan kemajuan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha.

Demikian pula dengan usaha yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan yang bergelut dibidang peternakan ayam baik ras petelur maupun pedaging. Peternakan adalah suatu kegiatan mengembangbiakkan, membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dari hasil kegiatan tersebut. Ada ungkapan lain bahwa peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja, memelihara dan peternakan perbedaannya terletak pada tujuan yang ditetapkan.⁴ Dari ungkapan tersebut memberikan pandangan kepada calon

³[http://repository.usu.ac.id/Bitstream/Handle/123456789/21942/Chapter ii.Pdf](http://repository.usu.ac.id/Bitstream/Handle/123456789/21942/Chapter%20ii.Pdf) Diakses pada tanggal 29 Oktober 2017, Pukul. 18.35.

⁴Puput Susilowati, *Dampak Peternakan Ayam di Sekitar Rumah Warga Desa Gempol Kelurahan Jatikuwung, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015) PKM-Penelitian.

wirausaha baru yang akan berkecimpung di dunia peternakan ayam harus mengetahui bagaimana tata cara pemeliharaan peternakan karena tata cara ini sebagai kunci keberhasilan usaha tersebut.

Lebih lanjut, selain mengetahui bagaimana tata cara beternak, kita sebagai calon wirausaha harus juga memperhatikan bagaimana etika dalam berbisnis karena etika bisnis menurut Islam sangat memperhatikan dalam hal mencari rezeki. Karena etika bisnis dalam Islam disini sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat.⁵ Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Allah SWT. Hanya saja kebebasan manusia itu tidak mutlak, dalam arti, kebebasan yang terbatas. Dengan kebebasan tersebut manusia harus mampu memilih antara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.⁶

Bahkan dalam Al-Quran Surat At-Taubah (9) ayat 111 yang berbunyi

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ

⁵Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 15.

⁶Syed Nawad Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, ter. M Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 35.

أَوْفٍ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَٰلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka... Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah maka bergembiralah dengan jual-beli yang kamu lakukan. Dan itulah kemenangan yang besar*”.⁷

Dari ayat tersebut, memberikan kita akan pemahaman, bahwasanya Allah SWT memberikan kemenangan bagi orang-orang yang berjual beli atau berbisnis. Apabila dikaitkan dengan bisnis sangatlah berhubungan karena etika bisnis Islam disini sebagai norma-norma yang harus digunakan sebagai pedoman bagi para pebisnis muslim agar bisnis yang dilakukan tidak hanya bertumpu pada manfaat materi saja tetapi juga mendapatkan manfaat non materi.

Selanjutnya bisnis yang memiliki prospek bagus di Kabupaten Kediri terkhusus di Kecamatan Ringinrejo saat ini yaitu usaha peternakan ayam ras petelur dan pedaging yang bertujuan untuk memenuhi permintaan akan telur ayam dan daging ayam yang semakin meningkat dari tahun ke tahun karena semakin bertambahnya jumlah penduduk, kesadaran gizi dan pendapatan dan perbaikan tingkat pendidikan sehingga pengembangan peternakan sangat mempunyai harapan yang baik dimasa depan karena permintaan akan bahan-bahan yang berasal dari ternak akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, peningkatan pendapatan dan peningkatan

⁷Lukman Fauroni, *Rekontruksi Etika Bisnis: Prespektif Al-Quran*, *IQTISAD Journal of Islamic Economic*, Vol. 4, no. 1, Muharram 1424 H/March 2003, hal. 94.

kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi pangan yang bergizi. Hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.1

Peternakan Menurut Jenis Ternak di Kabupaten Kediri

(Tahun 2013-2015 (Ekor))

Jenis ternak	2013	2014	2015
Sapi Potong	181.727	192.631	202.263
Sapi Perah	8.558	9.029	9.290
Kerbau	382	382	371
Kuda	293	292	295
Babi	3.024	2.945	2.986
Kambing/Domba	175.411	177.959	180.287
Ayam Kampung	1.262	1.281	1.298
Ayam Ras	11.137	11.240	11.332
Itik dan Entok	241	244	247
Kelinci	10.970	11.014	11.058

Sumber: <https://kedirikab.go.id>.⁸

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa perkembangan peternakan ayam di Kabupaten Kediri terkhusus di daerah Kecamatan Ringinrejo cukup tinggi sehingga banyak masyarakat yang mendirikan usaha tersebut dengan beberapa pertimbangan seperti masih banyaknya lahan yang kosong selain itu juga masih banyak sebagian masyarakat yang belum bekerja sehingga dengan adanya peternakan ayam ini akan membawa dampak positif bagi pemilik usaha maupun masyarakat sekitar. Dengan adanya hal ini maka peneliti tertarik untuk meneliti hal ini karena usaha peternakan ayam ini memiliki kontribusi yang besar untuk meningkatkan pendapatan bagi negara

⁸ <https://kedirikab.go.id>. Diakses pada tanggal 29 Oktober 2017. Pukul. 18.30.

serta dengan adanya peternakan ayam akan mencukupi permintaan akan telur ayam dan daging yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan dalam memilih usaha peternakan ayam di Kabupaten Kediri untuk menentukan dan menjalankan usaha peternakan ayam tersebut berdasarkan faktor yang mempengaruhinya. Dimana pengambilan keputusan usaha merupakan kunci keberhasilan usaha tersebut. Pengambilan keputusan yang baik memerlukan adanya identifikasi-identifikasi yang tepat sehingga usaha yang akan didirikan sesuai apa yang diinginkan oleh pengusaha tersebut.

Oleh karena itu dari uraian diatas maka pengambilan keputusan bisnis sangatlah diperlukan. Dari adanya hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan membahas mengenai pengambilan keputusan bisnis, maka terpilih judul **“Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Usaha Peternakan Ayam Berdasarkan Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri)”**

B. Identifikasi Masalah

1. Batasan Penelitian

Dengan adanya keterbatasan waktu, dan biaya yang digunakan, maka untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah berikut:

- a. Faktor pendukung dan penghambat masyarakat dalam memilih usaha peternakan ayam di Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri.
- b. Bagaimana perilaku peternak ayam yang ada di Desa Susuhbango sudah sesuai dengan etika bisnis Islam

2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

- a. Apa saja faktor pendukung dan penghambat masyarakat dalam memilih usaha peternakan ayam di Desa Susuhbango?
- b. Bagaimana perilaku peternak ayam yang ada di Desa Susuhbango sudah sesuai dengan etika bisnis Islam?

3. Tujuan

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat masyarakat dalam memilih usaha peternakan ayam di Desa Susuhbango.
- b. Untuk mengetahui bagaimana perilaku peternak ayam yang ada di Desa Susuhbango sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

C. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik untuk kepentingan teoritis maupun kepentingan terapan. Kedua manfaat tersebut dijelaskan pada sebagai berikut;

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pembaca dan menambah wawasan serta mengembangkan disiplin ilmu pengetahuan di bidang pemasaran tentang bagaimana faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih usaha peternakan ayam berdasarkan tinjauan Etika Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Praktisi

Diharapkan dapat memberikan manfaat serta pengetahuan bagi calon pemilik usaha bagaimana faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan memilih usaha peternakan ayam berdasarkan tinjauan Etika Bisnis Islam.

b. Bagi Akademik

Sebagai sumbangsih perbendaharaan di IAIN Tulungagung khususnya mengenai faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan memilih uusaha peternakan ayam berdasarkan tinjauan Etika Bisnis Islam.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang apa saja faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan memilih usaha peternakan ayam berdasarkan tinjauan Etika Bisnis Islam.

D. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.⁹
- b. Pengambilan keputusan adalah suatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan dimulai dari mengidentifikasi, menganalisis, dan menghasilkan pemecahan masalah.¹⁰
- c. Peternakan adalah suatu kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dari hasil

⁹Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hal. 3-4.

¹⁰Muhammad, Firdaus. *Manajemen Agribisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal.132.

kegiatan tersebut.¹¹ Jadi peternakan ayam adalah suatu kegiatan untuk membudidayakan ayam sesuai dengan langkah-langkah yang telah ditentukan.

- d. Bisnis Islami adalah sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlahnya kepemilikan hartanya (barang dan jasa) termasuk profitnya, namun yang dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (aturan halal dan haram).¹²

2. Operasional

Dari judul diatas maka secara operasional dapat dikatakan bahwa peneliti ingin mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan memilih usaha serta untuk mengetahui apakah usaha peternakan ayam tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis Islam pada peternakan ayam Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

¹¹Puput Susilowati,Dkk. *Dampak Peternakan Ayam di Sekitar Rumah Warga Desa Gempol Kelurahan Jatikuwung, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015) PKM-Penelitian.

¹²Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad,Karebet Widjajkusuma.*Mengagas Bisnis Islami*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2002), hal. 17.

BAB I: Pendahuluan, yang menyajikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Pustaka, yang memaparkan tentang pengambilan keputusan, faktor masyarakat memilih usaha peternakan ayam, ternak dan peternakan dan Etika Bisnis Islam, serta penelitian terdahulu.

BAB III: Metode Penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV: hasil penelitian yang memaparkan tentang paparan data dan temuan penelitian yang di dapatkan dari hasil penelitian lapangan yang di lakukan baik dari hasil wawancara, observasi maupun dari dokumen-dokumen yang bersangkutan.

BAB V: Pembahasan yang berisi tentang temuan-temuan penelitian terhadap teori-teori yang sudah ada dan dari penelitian terdahulu serta intepretasi yang ada di lapangan.

BAB VI: Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.