

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz, yang menyatakan bahwa strategi merupakan seni untuk memenangkan perang. Strategi secara umum didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.¹⁹

Strategi saat ini sudah menjadi perbincangan yang sangat umum dan didefinisikan sedemikian rupa untuk satu kepentingan perusahaan ataupun organisasi guna mencapai tujuan. Makna yang terkandung di dalam strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri. Keharusan menyusun strategi adalah untuk mencapai tujuan perusahaan, baik pada jangka menengah maupun jangka panjang. Strategi akan menjamin perusahaan dapat bertahan atau berkembang pada masa yang akan datang.

¹⁹ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan edisi Pertama*, (Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2016), hlm. 16

Upaya merumuskan strategi bukanlah pekerjaan yang mudah. Kendala utamanya adalah komitmen internal terhadap segala hal yang telah dirumuskan sebagai konsekuensi strategi. Porter menjelaskan makna terpenting dari pemahaman strategi sebagai mengambil tindakan yang berbeda dari perusahaan pesaing dalam satu industri guna mencapai posisi yang lebih baik. Strategi antar-perusahaan dalam satu industri, berbeda dengan lainnya karena masing-masing perusahaan mengalami kondisi internal dan tujuan yang berbeda, walaupun pada umumnya kondisi eksternal dapat sama.

Satu hal yang harus digarisbawahi bahwa strategi didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan holistik, artinya setelah strategi disusun, semua unsur yang ada dalam organisasi sudah menginternalisasi visi dan misi dengan baik dan benar karena dalam perspektif jangka panjang, strategi dirumuskan untuk merealisasikan visi dan misi korporasi. Kesulitan yang sering dialami dalam menyusun strategi adalah membedakan antara perencanaan strategi dan manajemen strategik.²⁰ Manajemen strategik diartikan sebagai “usaha manajerial menumbuh kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan visi yang telah ditentukan”.²¹ Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh

²⁰ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis...*, hlm. 17

²¹ Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008), hlm. 6

manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.²²

Adapula yang berpendapat bahwa manajemen strategis (*strategic management*) merupakan arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada perkembangan suatu strategi atau strategi-strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.²³

Meskipun demikian dari berbagai pengertian atau definisi yang diberikan oleh para pakar dapat ditemukan suatu kesamaan pola pikir bahwa manajemen strategik merupakan ilmu yang menggabungkan fungsi-fungsi manajemen dalam rangka pembuatan keputusan-keputusan organisasi strategis, guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen strategik adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang.²⁴

Jika kita pahami lagi konsep dari manajemen strategik yaitu “untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif.”²⁵ Dengan konsep tersebut dapat mencerminkan bahwa manajemen strategis merupakan suatu cerminan cara dari perusahaan untuk memperoleh tujuan yang diinginkan.

²² Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), hlm. 15

²³ William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch, *Strategic Management and Bussines Policy, 2nd ed (manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan.edisi 2)*, terj. Murad dan Henry Sitanggang, (Jakarta: Erlangga), hlm. 6

²⁴ Karhi Nisjar dan Winardi, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1997), hlm. 85

²⁵ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 18

Sedangkan perencanaan strategi atau *strategic business planning* adalah pendekatan secara teratur dan pragmatis yang dapat digunakan organisasi baik publik maupun swasta dalam pembuatan keputusan saat ini untuk masa depan. Perencanaan strategi adalah proses pengkajian diri, penetapan tujuan, pengembangan strategi, dan monitor kinerja. Perencanaan strategi ini akan melahirkan fokus yang akan menuntun organisasi dari sekarang sampai keadaan yang ditargetkan untuk masa depan. Kesimpulan dari perbedaan antara perencanaan strategi dan manajemen strategik adalah bahwa manajemen strategik mempunyai cakupan pembahasan yang cukup luas, sedangkan perencanaan strategi merupakan salah satu bagian dalam manajemen strategik dan pilar penting dalam manajemen strategik.

2. Pembentukan Strategi

Pembentukan strategi adalah kombinasi dari tiga proses utama sebagai berikut :²⁶

- a. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan analisis pesaing baik internal maupun eksternal, baik lingkungan mikro maupun makro.
- b. Bersamaan dengan penaksiran tersebut, tujuan dirumuskan. Tujuan ini harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek dan juga jangka panjang. Maka di sini termasuk di dalamnya penyusunan pernyataan visi (cara pandang jauh ke depan dari masa depan yang dimungkinkan), pernyataan misi (bagaimana peran organisasi terhadap lingkungan publik), tujuan perusahaan secara

²⁶ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2016), hlm. 12

umum (baik finansial maupun strategis), tujuan unit bisnis strategis (baik finansial maupun strategis), dan tujuan praktis.

3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi terdiri dari :²⁷

a. Sistem Pengendalian Manajemen

Sistem pengendalian manajemen merupakan alat untuk mengimplementasikan strategi. Tiap organisasi memiliki strategi yang berbeda-beda, dan pengendalian harus disesuaikan dengan syarat strategik spesifik. Strategi yang berbeda memerlukan prioritas tugas berbeda, faktor penentu keberhasilan berbeda, keterampilan, perspektif, dan perilaku yang berbeda pula.

b. Tujuan Organisasi/ Perusahaan

Tujuan organisasi/ perusahaan ditentukan oleh pemimpin manajemen puncak perusahaan bersangkutan, dengan mempertimbangkan nasihat yang diberikan manajer senior lainnya, dan diratifikasi oleh dewan direksi. Tujuan perusahaan dirancang oleh para pendirinya serta berlaku untuk generasi berikutnya.

4. Strategi Induk

Teori perumusan strategi induk menekankan bahwa terdapat paling sedikit dua belas alternatif strategi induk suatu perusahaan yang wajar mendapat perhatian para pengambil keputusan strategik, yaitu konsentrasi, pengembangan pasar, pengembangan produk, inovasi, integrasi horisontal, integrasi vertikal, usaha patungan, diversifikasi konsentrik, diversifikasi konglomerat, pengurangan

²⁷ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis...*, hlm. 20

kegiatan, pelepasan semua kepentingan bisnis dan likuidasi perusahaan. Masing-masing alternatif tersebut dapat menjadi dasar bagi upaya pencapaian sasaran jangka panjang perusahaan akan tetapi dalam praktek biasanya manajemen menggunakan kombinasi dari beberapa alternatif sekaligus.²⁸

a) Konsentrasi

Konsentrasi merupakan strategi induk yang paling banyak dipilih dan digunakan. Dengan memilih alternatif ini, perusahaan mengarahkan segala dana, daya dan upayanya kepada pembuatan suatu produk tertentu yang diperkirakan menguntungkan, bergerak pada lingkungan satu pasar tertentu dan mengandalkan pemanfaatan satu jenis teknologi tertentu pula. Ada beberapa alasan mengapa para perumus kebijaksanaan stratejik perusahaan memilih alternatif konsentrasi, antara lain risiko yang dihadapi biasanya tidak terlalu besar, tambahan dana, tenaga dan modal berada pada tingkat yang dapat dipikul oleh perusahaan, pemilihan produk yang dijadikan andalan perusahaan didasarkan pada kemampuan yang telah terbukti dimiliki oleh perusahaan, keunggulan kompetitif yang dimiliki karena pengetahuan dan keterampilan yang bersifat spesialisik untuk menghasilkan produk yang spesialisik pula, memiliki reputasi yang baik dikalangan pemakai produk sehingga biasanya tidak terlalu sulit untuk merebut pangsa pasar yang lebih luas.

Kekurangan yang paling menonjol ialah bahwa pendekatan konsentrasi cenderung berakibat tingkat perolehan keuntungan dan pertumbuhan yang rendah

²⁸ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik...*, hlm 143-144

dan dapat menjadi kurang menarik bagi para penanam modal dan tidak menjadi pilihan utama dalam melakukan investasi.

b) Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar dapat berarti penjualan produk andalan suatu perusahaan di pasar yang baru dimasukinya. Pasar yang baru dimasukinya biasanya berarti perluasan pasar secara geografikal, misalnya dengan pembukaan kantor cabang perusahaan di kota baru, propinsi yang selama ini belum dimasuki, di negara tetangga atau bahkan melakukan pemasaran secara global. Pengembangan pasar di samping mempertahankan para pelanggan lama agar mereka tetap menjadi pengguna produk yang setia meskipun di pasaran terdapat produk lain atau produk substitusi yang dipasarkan oleh para perusahaan pesaing, perusahaan meluncurkan produk baru yang diharapkan diminati oleh para pengguna produk pesaing.

Dua teknik yang lumrah digunakan adalah dengan memperluas jaringan distribusi produk dan mengintensifkan upaya periklanan dengan menggunakan berbagai media, seperti cetak, media elektronik dan berbagai media lainnya.

c) Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah sebuah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Pengembangan produk biasanya ditujukan pada upaya menarik minat para pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan perusahaan tersebut karena mereka merasa puas terhadap produk yang selama ini sudah diluncurkan, dipromosikan dan dijual oleh perusahaan yang

bersangkutan. strategi pengembangan produk biasanya mencakup tiga jenis kegiatan yaitu mengembangkan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama dan mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama itu.

d) Inovasi

Para pelanggan dan pasar mengharapkan terjadinya perubahan dan penyempurnaan produk secara berkala. Sehingga apabila perusahaan ingin mempertahankan apalagi meningkatkan kemampuannya memperoleh keuntungan, maka mereka harus melakukan inovasi. Dengan pendekatan yang inovatif, diharapkan perusahaan memperoleh keuntungan awal karena produk baru, atau produk lama dalam kemasan baru diminati oleh pelanggan lama yang loyal dan pelanggan baru yang tadinya menggunakan produk lain. Agar inovasi sebagai alternatif dalam menentukan strategi induk suatu perusahaan membuahkan hasil yang diharapkan, kegairahan berinovasi harus diimbangi kesadaran bahwa tidak semua hasil pemikiran yang inovatif segera mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Dalam realisasi ide yang dilandasi oleh pemikiran yang inovatif sering memerlukan biaya yang tidak sedikit. Akan tetapi hal tersebut tidak seharusnya menjadi penghalang bagi para perumus strategi induk untuk berorientasi pada pemilihan inovasi sebagai salah satu alternatif utama.

e) Integrasi Horisontal

Ada kalanya sebuah perusahaan memilih strategi jangka panjangnya yang didasarkan pada pertumbuhan melalui akuisisi (pengambil alihan) perusahaan lain

yang berada pada tahap produksi dan jaringan pemasaran yang sama seperti perusahaan yang bersangkutan sendiri. Strategi demikian dikenal dengan istilah integrasi horisontal. Biasanya strategi yang demikian dipilih sebagai alternatif karena dua pertimbangan, pertama agar perusahaan memperoleh akses pada pasaran baru dan kedua menghilangkan persaingan.

f) Integrasi Vertikal

Yang dimaksud dengan integrasi vertikal ialah suatu strategi yang berwujud dua bentuk, yaitu pengambil alihan atau penguasaan perusahaan lain yang tadinya menjadi pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk diproses lebih lanjut sehingga menjadi produk tertentu, atau perusahaan menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan bagi suatu kepentingan penanganan produknya, seperti misalnya penyewaan fasilitas pergudangan. Dengan demikian ada dua macam integrasi vertikal yaitu integrasi vertikal ke atas dan integrasi vertikal kebawah.

g) Usaha Patungan

Ada kalanya suatu perusahaan terlibat dalam kegiatan berskala sangat besar yang memerlukan modal, penguasaan teknologi, kepiawaan manajerial, keterampilan operasional dan penguasaan jaringan distribusi serta pemasaran yang tidak dimiliki oleh perusahaan tersebut sehingga menuntut perusahaan untuk memilih alternatif usaha patungan dalam mengelola perusahaan tersebut. Jika suatu perusahaan memilih strategi patungan, berarti terjadi perubahan pemilikan dalam perusahaan tersebut. Strategi ini menarik bagi perusahaan karena bagi perusahaan dengan segala keterbatasannya tersedia kesempatan untuk

memanfaatkan berbagai peluang yang timbul dan pada waktu yang bersamaan berbagi resiko yang dihadapi dengan mitra usahanya. Akan tetapi perlu pula disadari bahwa usaha patungan dapat berakibat pada berkurangnya diskresi manajemen melakukan tindakan tertentu, masuknya pihak mitra usaha dalam kegiatan pengendalian dan pengawasan bisnis dan keharusan berbagi keuntungan yang diperoleh. Dengan kata lain usaha patungan biasanya menuntut terjadinya pengerahan sarana, prasarana, dana dan daya untuk berbagai kegiatan baru yang tidak merupakan kegiatan utama perusahaan tersebut sebelum terjadinya patungan.

h) Diversifikasi Konsentrik

Suatu diversifikasi usaha dikategorikan sebagai diversifikasi konsentrik apabila diversifikasi tersebut berarti penambahan bidang bisnis baru yang masih berkaitan dengan bisnis utama yang selama ini ditekuni. Pengalaman banyak perusahaan yang melakukan diversifikasi konsentrik menunjukkan bahwa alasan apapun yang digunakan untuk melakukan diversifikasi, motif melakukannya pada dasarnya sama, yang antara lain adalah menambah nilai saham perusahaan, mempercepat laju pertumbuhan perusahaan, melakukan investasi sedemikian rupa sehingga dana yang dimiliki dimanfaatkan dengan cara yang lebih efektif dari pada sekedar ditanamkan kembali ke perusahaan, lebih menjamin penghasilan karena dengan jumlah penjualan yang meningkat yang dilakukan oleh perusahaan yang bergabung tersebut, meluncurkan produk baru apabila ternyata produk yang selama ini dihasilkan dan dipasarkan dinilai sudah mencapai puncak kemanfaatannya sehingga mungkin tidak akan diminati oleh para pengguna jika

terus dipertahankan di pasaran, mempermudah upaya memperoleh daya yang diperlukan dengan cepat, peningkatan efisiensi kerja yang pada gilirannya meningkatkan perolehan keuntungan terutama berkat sinergi antara perusahaan yang digabung itu.

i) Diversifikasi Konglomerat

Diversifikasi konglomerat pada umumnya berlandaskan motif perolehan keuntungan dari semakin banyak sumber dan bukan karena pertimbangan sinergi produk dan pasar seperti yang terjadi pada diversifikasi konsentrik. Dengan kata lain mereka ingin mengambil alih perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang bisnis yang berbeda dari berbagai kegiatan usaha yang sudah ditekuni selama ini karena dipandang sebagai suatu kesempatan yang berharga untuk melakukan investasi.

j) Pengurangan Kegiatan

Jika suatu perusahaan mengalami kemunduran, sering para penentu strategi induk perusahaan mengambil keputusan untuk mengurangi kegiatan perusahaan. Bentuknyapun beraneka macam, akan tetapi biasanya mengambil dua bentuk utama, yaitu pengurangan biaya dan pengurangan aset perusahaan. Dalam pengurangan biaya antara lain pengurangan tenaga kerjayang dapat berupa dorongan bagi karyawan untuk memasuki masa pensiun dini, pemberhentian sementara dengan pengertian bahwa jika keadaan sudah membaik para karyawan tersebut mendapat prioritas untuk diperkerjakan kembali, kebijaksanaan untuk tidak membeli sarana dan peralatan kerja yang diperlukan melainkan dengan menyewa, menggunakan peralatan selama mungkin, menurunkan volume

produksi dan mengurangi intensitas kegiatan promosi. Sedangkan dalam bidang pengurangan aset perusahaan langkah-langkah yang dapat ditempuh antara lain menjual aset perusahaan seperti tanah, bangunan dan peralatan yang tidak mutlak diperlukan untuk melanjutkan kegiatan pokok perusahaan, menghilangkan atau mengurangi fasilitas yang dinikmati oleh kelompok orang tertentu dalam perusahaan seperti kendaraan dinas maupun ruang kerja mewah.

k) Pelepasan Kepentingan Bisnis

Yang dimaksud dengan pelepasan kepentingan bisnis sebagai suatu strategi adalah apabila manajemen puncak memutuskan menjual seluruh atau sebagian komponen perusahaan. Biasanya langkah ini ditempuh bila langkah pengurangan kegiatan di atas tidak berhasil mendatangkan situasi yang diinginkan. Ada beberapa alasan perusahaan melakukan strategi bisnis ini. Pertama kegiatan terlalu diversifikasi sehingga kegiatan yang dilakukan anak perusahaan tidak seirama atau tidak sesuai dengan bisnis utama perusahaan induk. Kedua, untuk memperkuat finansial perusahaan. Pelepasan kepentingan bisnis juga bisa terjadi karena tuntutan peraturan perundang-undangan seperti halnya pencegahan terjadinya monopoli atau oligopoli dalam kehidupan perekonomian masyarakat. Pengurangan beban pajak juga dapat menjadi alasan. Alasan terakhir adalah untuk mengurangi beban hutang yang harus dipikul oleh perusahaan baik dalam arti pinjamannya atau bunganya.

l) Likuidasi

Jika likuidasi yang dipilih sebagai suatu strategi, biasanya yang terjadi adalah para pemilik dan manajemen perusahaan menjual bagian-bagian

perusahaan bukan perusahaan sebagai suatu badan usaha. Dalam mengambil langkah ini para pemilik dan manajemen biasanya menyadari bahwa langkah ini akan mendatangkan kesulitan dan penderitaan bagi diri mereka sendiri dan bagi para karyawan yang selama ini sudah mengabdikan kepada perusahaan. Artinya likuidasi merupakan strategi yang paling tidak menarik karena jika langkah ini sudah diambil, maka sama saja mereka mengakui kegagalan mereka. Manajemen akan berusaha agar kerugian yang diderita oleh berbagai pihak yang berkepentingan seminimal mungkin sehingga diupayakan harga jual aset setinggi mungkin agar memperoleh hasil likuidasi yang semaksimal mungkin dalam kondisi yang paling tidak menguntungkan tersebut.

B. Konsep Kemitraan

1. Pengertian Kemitraan

Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.²⁹

Konsep formal kemitraan sebenarnya telah tercantum dalam Undang-undang nomor 9 tahun 1995 yang berbunyi, “ kerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan”. Konsep tersebut diperjelas pada peraturan pemerintah nomor 44 tahun 1997 yang menerangkan

²⁹ Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi* (Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan, 2000) , hlm. 43

bahwa kemitraan yang ideal adalah yang saling memperkuat, saling menguntungkan, dan saling menghidupi.³⁰

2. Unsur-unsur Kemitraan

Kemitraan memiliki beberapa unsur pokok, yaitu :

- a. Unsur kerja sama antara usaha kecil di satu pihak dan usaha menengah atau usaha besar dilain pihak.
- b. Unsur kewajiban pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha menengah dan pengusaha besar.
- c. Prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.³¹

3. Manfaat Kemitraan

Kemitraan memiliki beberapa manfaat, antara lain :

- a. Produktivitas. Produktivitas merupakan perbandingan antara output dan input. Produktivitas adalah untuk mengetahui seberapa baik sebuah bisnis memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya.³² Produktivitas akan meningkat apabila dengan input yang sama dapat diperoleh hasil yang lebih tinggi atau sebaliknya dengan tingkat hasil yang sama hanya membutuhkan input yang lebih rendah. Secara berkelompok, pihak perusahaan kecil dapat mengurangi atau menekan faktor input, hal ini dapat terjadi pada faktor input yang dapat digunakan bersama, seperti pergudangan.

³⁰ Sumardjo, Jaka Sulaksana, dan Wahyu Aris, *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2004), hlm. 16-17

³¹ Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*, (Yogyakarta: BPFE, 1997), hlm. 14

³² Budi Harsanto, *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*, (Bandung: UNPAD PRESS, 2013), hlm. 59

- b. Efisiensi. Pengertian Efisiensi secara umum adalah menekan biaya serendah mungkin untuk meningkatkan keuntungan.³³ Dengan menerapkan efisiensi dalam kemitraan, perusahaan besar dapat menghemat tenaga dalam mencapai target tertentu dengan menggunakan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang kecil. Sebaliknya perusahaan yang lebih kecil, yang umumnya relatif lemah dalam hal kemampuan teknologi dan sarana produksi, dengan bermitra akan dapat menghemat waktu produksi melalui teknologi dan sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan besar.³⁴
- c. Jaminan kualitas, kuantitas dan kontinuitas. Pada kegiatan kemitraan di mana proses produksi biasanya tidak dikuasai oleh satu pihak, maka bagi pihak-pihak yang terlibat perlu ditetapkan suatu standar mutu yang disepakati sehingga pada akhir produk dapat diperoleh jaminan mutu yang berkesinambungan atau karena tuntutan keterjaminan kualitas mulai dari hulu hingga hilir maka satu-satunya alternatif adalah terjalinnya kemitraan.
- d. Risiko. Risiko dikaitkan dengan kemungkinan kejadian atau keadaan yang dapat merugikan dan mengancam pencapaian tujuan maupun sasaran organisasi.³⁵ Dengan kemitraan risiko yang akan dihadapi dapat ditanggung bersama, di mana pihak-pihak yang bermitra akan menanggung risiko secara proporsional sesuai dengan besarnya modal dan keuntungan yang akan diperoleh.

³³ Rocky Marbun, *Jangan Mau di PHK Begitu Saja*, (Jakarta: Visimedia, 2010), hlm. 101

³⁴ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha ...*, hlm. 56

³⁵ Suswinarno, *Mengantisipasi Risiko dalam Pengadaan Barangatau Jasa Pemerintah*, (Jakarta: Visimedia, 2013), hlm. 1

- e. Sosial. Dengan kemitraan usaha dapat memberikan dampak sosial (*social benefit*) yang cukup tinggi. Ini berarti negara terhindar dari kecemburuan sosial yang bisa berkembang menjadi gejolak sosial akibat ketimpangan. Selain itu melalui kemitraan dapat menghasilkan persaudaraan antar pelaku ekonomi yang berbeda status.
- f. Ketahanan Ekonomi Nasional. Dengan adanya kemitraan maka produktivitas, efektivitas dan efisiensi akan meningkat yang akhirnya akan bermuara pada meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan para pelaku kemitraan. Dengan adanya peningkatan pendapatan yang diikuti tingkat kesejahteraan dan sekaligus terciptanya pemerataan yang lebih baik otomatis akan mengurangi timbulnya kesenjangan ekonomi antar pelaku yang terlibat dalam kemitraan usaha yang pada akhirnya mampu meningkatkan ketahanan ekonomi secara nasional.

4. Maksud dan Tujuan Kemitraan

Pada dasarnya maksud dan tujuan dari kemitraan adalah “*win-win solution partnership*”. Kesadaran dan saling menguntungkan di sini tidak berarti para partisipan dalam kemitraan tersebut harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang lebih dipentingkan adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing.³⁶ Adapun tujuan dari adanya pelaksanaan kemitraan antara lain :

- a. Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat.
- b. Meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan.

³⁶ Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha...*, hlm. 62-63

- c. Meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil.
- d. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, wilayah dan nasional.
- e. Memperluas kesempatan kerja.
- f. Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.

5. Pola Kemitraan

Implementasi dari hubungan kemitraan dilaksanakan melalui pola-pola kemitraan yang sesuai dengan sifat, kondisi dan tujuan usaha yang dimitirkan dengan menciptakan iklim usaha yang kondusif, baik di dalam pembinaan maupun pelaksanaan operasionalnya. Beberapa jenis pola kemitraan yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut :

a. Pola kemitraan Inti Plasma

Pola ini merupakan hubungan antara petani, kelompok tani, atau kelompok mitra sebagai plasma dengan perusahaan inti yang bermitra usaha. Perusahaan inti menyediakan lahan, sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen, menampung dan mengolah, serta memasarkan hasil produksi. Sementara itu, kelompok mitra bertugas memenuhi kebutuhan perusahaan inti sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati.³⁷

Pola kemitraan inti plasma memiliki beberapa keunggulan, antara lain :

- 1) Tercipta saling ketergantungan dan saling memperoleh keuntungan. Usaha kecil sebagai plasma mendapatkan pinjaman permodalan, pembinaan teknologi dan manajemen, sarana produksi, pengolahan serta pemasaran hasil

³⁷ Sumardjo, et. all., *Teori dan Praktik Kemitraan...*, hlm. 22

dari perusahaan mitra. Perusahaan inti memperoleh standar mutu bahan baku industri yang lebih terjamin.

- 2) Tercipta peningkatan usaha. Usaha kecil plasma menjadi lebih ekonomis dan efisien karena adanya pembinaan dari perusahaan inti. Kemampuan pengusaha inti dan kawasan pasar perusahaan meningkat karena dapat mengembangkan komoditas sehingga barang produksi yang dihasilkan mempunyai keunggulan dan lebih mampu bersaing pada pasar yang lebih luas, baik pasar nasional, regional, maupun internasional.
- 3) Dapat mendorong perkembangan ekonomi. Berkembangnya kemitraan inti plasma mendorong tumbuhnya pusat-pusat ekonomi baru yang semakin berkembang. Kondisi tersebut menyebabkan kemitraan sebagai media pemerataan pembangunan dan mencegah kesenjangan sosial antardaerah.³⁸

Selain memiliki keunggulan, pola kemitraan inti plasma juga memiliki beberapa kelemahan, antara lain :

- 1) Pihak plasma masih kurang memahami hak dan kewajibannya sehingga kesepakatan yang telah ditetapkan berjalan kurang lancar. Keadaan ini mengakibatkan kerugian di salah satu pihak. Contoh yang sering terjadi adalah produk plasma seringkali tidak dijual pada perusahaan inti. Kondisi tersebut menyebabkan kredit modal usaha kecil melalui perusahaan inti menjadi tidak terbayar. Hal tersebut juga menyebabkan usaha yang dijalankan kedua belah pihak menjadi kurang berkembang.

³⁸ *Ibid.*, hlm. 22-23

- 2) Komitmen perusahaan inti masih lemah dalam memenuhi fungsi dan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan yang diharapkan oleh plasma.
- 3) Belum ada kontrak kemitraan yang menjamin hak dan kewajiban komoditas plasma sehingga terkadang perusahaan inti mempermainkan harga komoditas plasma. Selain itu, belum adanya pihak ketiga yang secara efektif berfungsi sebagai arbitator atas penyimpangan yang terjadi dalam pelaksanaan kontrak kerja.

b. Pola Subkontrak

Dalam pola subkontrak, usaha kecil memproduksi komponen yang diperlukan oleh usaha menengah atau usaha besar sebagai bagian dari produksinya. Usaha besar dan atau usaha menengah memberikan pembinaan dan pengembangan kepada usaha kecil dalam hal :

- 1) Mengerjakan sebagian produksi dan atau komponen,
- 2) Memperoleh bahan baku yang digunakan untuk produksi secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar,
- 3) Bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen,
- 4) Perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan,
- 5) Pembiayaan.

Kemitraan pola subkontrak ini mempunyai keuntungan yang dapat mendorong terciptanya alih teknologi, modal dan keterampilan serta menjamin pemasaran produk kelompok mitra usaha.

Selain keunggulan, kemitraan pola subkontrak ini juga memiliki beberapa kelemahan, antara lain :

- 1) Hubungan subkontrak yang terjalin semakin lama cenderung mengisolasi produsen kecil dan mengarah ke monopoli atau monopsoni, terutama dalam penyediaan bahan baku serta daalam hal pemasaran.
- 2) Berkurangnya nilai-nilai kemitraan antara kedua belah pihak. Perasaan saling menguntungkan, saling memperkuat dan saling menghidupi berubah menjadi penekanan terhadap harga input yang tinggi atau pembelian produk dengan harga rendah.
- 3) Kontrol kualitas produk ketat, tetapi tidak diimbangi dengan sistem pembayaran yang tepat. Dalam kondisi ini, pembayaran produk perusahaan inti sering terlambat bahkan cenderung dilakukan dengan konsinyasi. Di samping itu, timbul gejala eksploitasi tenaga kerja untuk mengejar target produksi.

c. Pola Dagang Umum

Pola dagang umum merupakan pola hubungan kemitraan mitra usaha yang memasarkan hasil dengan kelompok usaha yang mensuplai kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan. Oleh karena itu pola kemitraan ini memerlukan struktur pendanaan yang kuat dari pihak yang bermitra, baik mitra usaha besar maupun perusahaan mitra usaha kecil membiayai sendiri-sendiri dari kegiatan usahanya karena sifat dari kemitraan ini pada dasarnya adalah hubungan membeli dan menjual terhadap produk yang dimitrakan.³⁹

Keuntungan dari pola kemitraan ini dagang ini adalah adanya jaminan harga atas produk yang dihasilkan dan kulaitas sesuai dengan yang telah

³⁹ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha...*, hlm. 75

ditentukan atau disepakati. Namun demikian kelemahan dari pola ini adalah memerlukan permodalan yang kuat sebagai modal kerja dalam menjalankan usahanya baik oleh kelompok mitra usaha maupun perusahaan mitra usaha. Kelemahan pola dagang umum ini antara lain, pengusaha besar menentukan secara sepihak mengenai harga dan volume yang sering merugikan pengusaha kecil.⁴⁰

d. Pola Keagenan

Pola keagenan merupakan salah satu bentuk hubungan kemitraan di mana usaha kecil diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa dari usaha menengah atau usaha besar sebagai mitranya. Usaha menengah atau usaha besar sebagai perusahaan mitra usaha bertanggung jawab terhadap produk (barang dan jasa) yang dihasilkan sedangkan usaha kecil sebagai kelompok mitra diberi kewajiban untuk memasarkan barang atau jasa tersebut, bahkan disertai dengan target-target yang harus dipenuhi sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

Keunggulan dari pola kemitraan ini adalah memungkinkan dilaksanakan oleh para pengusaha kecil yang kurang kuat modalnya karena biasanya menggunakan sistem mirip konsinyasi. Sedangkan kelemahan yang dimiliki pola kemitraan ini adalah usaha kecil mitra menetapkan harga produk secara sepihak sehingga harganya menjadi tinggi di tingkat konsumen, selain itu usaha kecil sering memasarkan produk dari beberapa mitra usaha saja sehingga kurang mampu membaca segmen pasar dan tidak memenuhi target.⁴¹

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 76

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 30

C. Konsep Peternakan Ayam Petelur

1. Prospek Usaha Peternakan Ayam Petelur

Selain sentra pasar, pemasaran telur di Indonesia juga membidik telur ayam sebagai salah satu makanan yang paling digemari. Permintaan pasar akan telur terus meningkat dari tahun ke tahun, sehingga peluang usaha peternakan ayam petelur merupakan usaha yang sangat potensial dan sangat menguntungkan. Selama masyarakat tetap menyadari akan pentingnya kecukupan gizi, maka selama itu pula telur akan tetap dibutuhkan, dan secara otomatis usaha peternakan ayam petelur juga mendapatkan peluang besar.

Skala industri, baik industri kecil maupun industri besar. Hal ini membuat permintaan telur tidak pernah habis dan tetap menguntungkan, terlebih usaha ini juga cenderung mudah untuk dijalankan. Hanya saja, untuk membangun sebuah peternakan ayam petelur dibutuhkan lahan tepat dan luas, sehingga banyak yang berpendapat usaha ini membutuhkan modal yang sangat besar. Meski demikian, keuntungan yang dihasilkan dari usaha ini akan sebanding bahkan lebih dari yang diperkirakan.⁴²

2. Faktor Pendukung dalam Usaha Peternakan Ayam Petelur

Selain memiliki prospek yang sangat baik, usaha ternak ayam petelur di Indonesia juga didukung oleh beberapa faktor yang menunjang keberhasilan proses usaha. Faktor tersebut adalah sebagai berikut :⁴³

- a. Melimpahnya bahan baku pakan dari petani, seperti jagung, bekatul dan lain sebagainya.

⁴² Alif S. M., *Kiat Sukses Beternak Ayam Petelur*, (Yogyakarta: Bio Genesis , 2017), hlm.3

⁴³ *Ibid.*, hlm. 4

- b. Banyaknya pabrik penghasil pakan ayam serta obat-obatan yang dibutuhkan oleh para peternak.
- c. Banyaknya usaha pembibitan DOC (bibit ayam) untuk menyuplai para peternak ayam petelur atau pedagang pada tingkat *an final stock* dengan kualitas yang sudah baik. Yakni bibit ayam yang dipeoleh melalui beberapa tahapan pemurnian dan penyilangan sehingga di dapatkan DOC dengan kualitas unggulan.

3. Tantangan dalam Usaha Peternakan Ayam Petelur

Meskipun potensi usaha di sektor budi daya ayam ras petelur sangatlah menarik, sejumlah tantangan bisa menjadi penghambat usaha yang bisa mengubah potensi keuntungan menjadi kerugian. Tantangan tersebut sebaiknya tidak membuat calon investor yang ingin berinvestasi di sektor budi daya ayam ras petelur menjadi mengurungkan niatnya, tetapi harus menjadi penuntun untuk mencari jalan pemecahan masalah. Beberapa tantangan dan hambatan dalam usaha budi daya ayam ras petelur sebagai berikut :⁴⁴

a. Manajemen Pemeliharaan Lemah

Ayam ras petelur merupakan hasil berbagai perkawinan silang dan seleksi yang sangat rumit dan diikuti dengan upaya perbaikan manajemen pemeliharaan secara terus menerus. Kesalahan atau kealpaan dari segi manajemen pemeliharaan akan mengakibatkan kerugian yang tidak sedikit.

⁴⁴ Zainal Abidin, *Meningkatkan Produktivitas Ayam Ras Petelur*, (Tangerang : PT. AgroMedia Pustaka, 2003), hlm. 7-9

b. Fluktuasi Harga Produk

Di Indonesia harga telur ayam ras sangat fluktuatif. Penyebabnya bermacam-macam, diantaranya faktor keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Biasanya pada waktu menjelang lebaran, harga telur ayam akan mulai merangkak naik pada minggu kedua ramadhan dan akan mencapai puncaknya pada 2 sampai 3 hari menjelang lebaran. Namun, beberapa tahun belakangan ini, perkiraan itu sering melesat akibat peternak melakukan antisipasi keliru. Misalnya 4-5 bulan menjelang lebaran, sesuai dengan *trend* yang berlaku para peternak mulai melihara ayam ras petelur dengan harapan ayam sudah mulai memproduksi pada saat berumur 16-20 minggu, pada saat itu harga telur berada di posisi tertinggi. Namun karena hampir setiap peternak melakukan hal yang sama, pada saat panen tiba, terjadi kelebihan produk yang menyebabkan penawaran di pasaran rendah. Akibatnya harga yang diprediksi tinggi malah turun.

c. Fluktuasi Harga Sarana Produksi

Sama halnya dengan harga telur, harga sarana produksi seperti DOC, pakan ternak, vaksin dan obat-obatan juga mengalami perubahan bagaikan *roller coaster* yang bermuara pada keseimbangan penawaran dan permintaan di pasar. Terjadinya fluktuasi harga sarana produksi dan harga telur ayam memungkinkan peternak memperoleh keuntungan juga kerugian. Keuntungan yang tinggi akan diperoleh jika peternak memulai usahanya saat harga sarana produksi sedang berada di titik terendah, tetapi peternak bisa menjual hasil usahanya saat harga

sedang tinggi. Hal ini mungkin terjadi, namun kemungkinan sebaliknya juga bisa terjadi.

d. Tidak Ada Kepastian Waktu Jual

Umumnya peternak mandiri memasarkan hasil usahanya peternakan ke pasar-pasar tradisional yang ada di sekitar tempat usahanya. Hal ini tentu beralasan, terutama menghemat biaya transportasi. Dalam kondisi normal, peternak akan mudah menjual telur ayam, tetapi saat penawaran lebih tinggi dari permintaan, peternak akan mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Di sinilah letak ketidak adanya kepastian waktu jual, yang bisa mengakibatkan peternak menjual murah telur dengan pertimbangan agar kerugian yang dialami tidak semakin membesar karena telur-telur bisa membusuk akibat terlalu lama disimpan jika menunggu harga membaik.

D. Peningkatan Perekonomian

Peningkatan berarti kemajuan, perubahan, perbaikan.⁴⁵ Sedangkan perekonomian yang mempunyai kata dasar ekonomi berarti ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti halnya keuangan, perindustrian dan perdagangan).⁴⁶ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan perekonomian adalah suatu perubahan jenjang atau perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah ke arah perekonomian yang lebih baik dari keadaan yang sebelumnya.

Dalam bidang peternakan, ada beberapa faktor penghambat usaha ayam petelur, antara lain risiko kematian, fluktuasi harga telur dan kendala musim.

⁴⁵ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, hlm. 951

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 220

1. Risiko kematian

Setiap usaha peternakan ayam pasti memiliki risiko kematian, hal tersebut tidak dapat dihindari karena setiap ayam memiliki daya tahan yang berbeda-beda, oleh karenanya yang dilakukan oleh setiap peternak adalah menekan prosentase jumlah kematian sekecil mungkin.⁴⁷

2. Fluktuasi Harga Telur

Selain adanya faktor penghambat pada tingkatan produksi, faktor lain yang menjadi penghambat adalah tidak stabilnya harga telur di tingkat pasar. Harga telur yang fluktuatif sangat berdampak pada peternak, khususnya peternak dengan skala kecil yang mengandalkan biaya operasional dari penjualan hasil produksi.⁴⁸

3. Kendala Musim

Selain dua faktor kendala di atas, musim juga seringkali menjadi faktor yang kurang menguntungkan bagi peternak ayam. Musim hujan menyebabkan ayam rentan terhadap serangan penyakit, sedangkan pada musim kemarau (khususnya kemarau berkepanjangan) membuat banyaknya sentra pertanian bahan baku pakan yang gagal panen. Hal tersebut membuat bahan baku pakan sukar didapatkan, selain menjadi langka, harga bahan baku juga dapat melambung tinggi sehingga membuat biaya operasional menjadi berat. Dalam situasi tertentu, para peternak bahkan harus menghadapi 2 faktor kendala sekaligus, yakni meningkatnya biaya operasional dan merosotnya harga telur ditigkat pasar.⁴⁹

⁴⁷ Alif S. M., *Kiat Sukses Beternak Ayam Petelur...*, hlm.5

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 5

⁴⁹ *Ibid.*, hlm 6

Untuk keberhasilan beternak ayam petelur diukur dari kemampuan peternak dalam mengelola ayam petelur.⁵⁰ Jika peternak mampu menggali potensi yang ada pada ayam petelur maka ayam akan memberikan hasil yang maksimal dan faktor-faktor penghambat di atas tentunya dapat diminimalisir dan tentunya akan mendatangkan keuntungan yang tentunya akan meningkatkan perekonomian peternak tersebut.

Beternak merupakan salah satu pekerjaan atau usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. melalui bekerja, dapat diperoleh beribu pengalaman, dorongan bekerja, bahwa hari ini harus lebih baik dari kemarin, dituntut kerja keras, kreatif dan siap menghadapi tantangan zaman. Dalam prinsip Islam, bekerja adalah ibadah, bukti pengabdian dan rasa syukurnya untuk mengolah dan memenuhi panggilan ilahi agar mampu menjadi yang terbaik karena mereka sadar bahwa bumi diciptakan sebagai ujian bagi mereka yang memiliki etos yang terbaik. Sebagaimana firman Allah :⁵¹

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لِّهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا

Sesungguhnya Kami telah menjadikan apa yang di bumi sebagai perhiasan baginya, agar Kami menguji mereka siapakah di antara mereka yang terbaik perbuatannya.

Ayat di atas memberikan gambaran kepada kita bahwa setiap pribadi muslim dapat mengaktualisasikan etos kerja dalam bentuk mengerjakan segala

⁵⁰ Edy Ustomo, *99% Gagal Beternak Ayam Petelur*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2016), hlm. 4

⁵¹ Sulaeman Jajuli, *Ekonomi dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta : CV. Budi Utomo, 2018), hlm. 207

sesuatu dengan kualitas yang tinggi. Sebagai agama yang bertujuan mengantarkan hidup manusia kepada kesejahteraan dunia dan akhirat.

E. Konsep Kemitraan dalam Ekonomi Islam

Dalam ekonomi islam sendiri telah dijelaskan mengenai kerja sama atau kemitraan. Kerja sama dalam islam merupakan suatu bentuk saling tolong menolong terhadap sesama yang disuruh dalam agama Islam selama kerja sama itu tidak dalam bentuk dosa dan permusuhan.⁵² Hal ini seperti firman Allah dalam al-Qur'an surah al-Maidah ayat 2, yaitu :

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

"dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya."

Kerja sama yang dimaksudkan di sini adalah kerja sama dalam mendapatkan keuntungan sehingga terlebih dahulu harus ada akad atau perjanjian baik secara formal dengan *ijab* dan *qabul* maupun dengan cara lain yang menunjukkan bahwa kedua belah pihak telah melakukan kerja sama secara rela sama rela. Untuk sahnya kerjasama, kedua belah pihak harus memenuhi syarat untuk melakukan akad atau perjanjian kerjasama yaitu dewasa dalam arti mempunyai kemampuan untuk bertindak dan sehat akalannya, serta atas dasar kehendak sendiri tanpa paksaan dari pihak manapun.⁵³

⁵² Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar ...*, hlm. 239.

⁵³ *Ibid.*, hlm. 242

Kerjasama dalam bidang ekonomi merupakan salah satu nilai instrumen dalam sistem ekonomi Islam yang mengandung beberapa nilai dasar ekonomi Islam. Nilai dasar yang pertama yaitu nilai dasar kepemilikan. Kepemilikan bukanlah penguasaan mutlak atas sumber-sumber ekonomi, tetapi kemampuan untuk memanfaatkannya. Seorang muslim yang tidak memanfaatkan sumber-sumber ekonomi yang diamanatkan Tuhan kepadanya misalnya dengan membiarkan lahan atau sebidang tanah tidak diolah sebagaimana mestinya akan kehilangan hak atas sumber-sumber ekonomi. Lama kepemilikan manusia atas suatu benda terbatas pada lamanya manusia itu hidup di dunia ini. Jika seorang manusia meninggal dunia, harta kekayaannya dibagikan kepada ahli warisnya menurut ketentuan yang telah ditentukan Tuhan. Sumber daya ekonomi yang menyangkut kepentingan umum atau yang menjadi hajat orang banyak harus menjadi milik umum atau negara atau sekurang-kurangnya dikuasai negara untuk kepentingan umum atau orang banyak.⁵⁴

Yang kedua yaitu nilai dasar keseimbangan. Keseimbangan merupakan nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi seorang muslim. Asas keseimbangan ini, misalnya terwujud dalam kesederhanaan, hemat dan menjauhi pemborosan. Nilai dasar keseimbangan ini harus dijaga sebaik-baiknya bukan saja antara kepentingan dunia dan kepentingan akhirat dalam ekonomi, namun keseimbangan antara kepentingan perorangan dan kepentingan

⁵⁴ Bambang Widjajanta, et, all., *Mengasah Kemampuan Ekonomi...*, hlm. 16

umum, di samping itu juga harus dipelihara keseimbangan antara hak dan kewajiban.⁵⁵

Yang ketiga yaitu nilai dasar keadilan. Keadilan itu harus diterapkan pada semua bidang kehidupan ekonomi. Dalam proses produksi dan konsumsi, misalnya keadilan harus menjadi alat pengatur efisiensi dan pemberantasan keborosan. Keadilan juga berarti kebijaksanaan mengalokasikan sejumlah hasil kegiatan ekonomi tertentu bagi orang yang tidak mampu memasuki kegiatan ekonomi tertentu dan bagi orang yang tidak mampu memasuki pasar.⁵⁶

Dalam kemitraan pasti ada objek yang dimitrakan. Apabila objeknya berupa benda atau barang maka syarat benda yang dimitrakan sama dengan syarat benda atau barang dalam jual beli dalam Islam. Dalam pandangan Islam, jual beli adalah pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antar keduanya atau dengan kata lain memindahkan hak milik dengan hak milik lain berdasarkan persetujuan dan perhitungan materi.⁵⁷

Barang yang diperjualbelikan, memiliki beberapa persyaratan antara lain:⁵⁸

1. Barang itu ada ketika transaksi (akad), atau barang itu tidak ada ketika akad tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.

⁵⁵ *Ibid.*, hlm. 16-17

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 17

⁵⁷ Alil Muhammad, *Fikih*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008), hlm. 26

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 68-69

2. Barang itu dimanfaatkan atau bermanfaat bagi manusia. Oleh sebab itu, darah, khamer, binatang babi, tidak sah menjadi objek jual beli, karena barang-barang tersebut yang oleh syariah tidak boleh dimanfaatkan bagi orang islam.
3. Barang itu telah dimiliki, artinya barang yang belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan. Seperti memperjualbelikan ikan di laut, atau emas yang masih dalam tanah, karena ikan da emas ini belum dimiliki penjual.
4. Barang itu dapat diserahkan ketika akad berlangsung atau pada waktu lain yang disepakati bersama ketika akad berlangsung (seperti jual beli salam). Kriteria barang harus dijelaskan spesifikasinya, baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya.

Harga (uang) yang digunakan untuk pembayaran harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Harga yang disepakati kedua pihak (pembeli dan penjual) harus jelas jumlah nominalnya.
2. Harga boleh diserahkan ketika akad, baik dengan uang tunai maupun cek atau kartu kredit. Jika harga barang dibayar kemudian (utang), waktu pembayarannya harus jelas.
3. Jika jual beli itu dilakukan dengan cara barter (tukar menukar sesama barang), kalau barangnya sejenis maka nilai harga, kuantitas, dan kualitas harus sama, tetapi jika barangnya tidak sejenis maka nilai harga, kualitas, dan kuantitas boleh berbeda.⁵⁹

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 69

F. Penelitian Terdahulu

Pembahasan mengenai pola kemitraan telah banyak dilakukan oleh para akademisi, dan telah dipublikasikan dalam berbagai karya baik dalam bentuk buku, jurnal, ataupun skripsi. Karya-karya tersebut dihasilkan oleh para peneliti seperti, Agus Adi Dewanto, Johan Prastyo Wibowo, Zainulloh Zabidi, Nurul Azizah, Hari Dwi Utami dan Bambang Ali Nugroho, Adjat Sudradjat Masdar dan Unang Yunasaf, Aji Yulianto serta beberapa peneliti lainnya yang mengkaji tentang pola kemitraan bidang peternakan.

Peneliti menguraikan beberapa karya yang ada dalam penelitian ini. Di antaranya penelitian skripsi yang dikakukan oleh Agus Adi Dewanto dengan judul *Perjanjian Kemitraan Dengan Pola Inti Plasma Pada Peternak Ayam Potongatau Broiler Di Pemerintah Kabupaten Grobongan Jawa Tengah*.⁶⁰ Dalam penelitian ini mengetahui sejauh mana perjanjian kemitraan yang terjadi dapat memberikan perlindungan bagi peternak di Kabupaten Grobongan. Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa peternak plasma yang ada di kabupaten grobongan mempunyai posisi lemah saat menerima perjanjian kemitraan yang ditawarkan oleh perusahaan inti. Kondisi ini sering menyebabkan peternak plasma menanggung seluruh resiko dari perjanjian pola kemitraan, di satu sisi perusahaan inti bisa dengan mudah membatalkan perjanjian secara sepihak apabila dirasakan pola kemitraan tersebut tidak lagi menguntungkan. Ada 5 PT yang melakukan kemitraan dengan pola inti plasma di Kabupaten ini antara lain PT. Gema Usaha

⁶⁰ Agus Adi Dewanto, *Perjanjian Kemitraan Dengan Pola Inti Plasma Pada Peternak Ayam Potongatau Broiler di Pemerintah Kabupaten Grobongan Jawa Tengah* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005).

ternak, PT. Mitra Makamur Sejahtera, PT. Surya Mitra Utama, PT. Bambo Mitra Sejati, dan PT. Sierad Produce. Dari kelima PT. tersebut hanya PT. Gema Usaha Ternak dan PT. Mitra Makamur Sejahtera yang sering memberikan pembinaan pada peternak plasmanya. Selain itu kedua PT. tersebut juga tidak mengharuskan peternak plasmanya mengganti biaya produksi apabila terjadi kegagalan panen.

Persamaan dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama meneliti tentang perjanjian pola kemitraan. Perbedaannya adalah penelitian di atas bertujuan untuk mengetahui bagaimana kedudukan dan hubungan antara peternak plasma dan perusahaan inti dan sejauh mana perjanjian kemitraan yang terjadi dapat memberikan perlindungan hukum bagi peternak ayam broiler atau potong, sedangkan penelitian saat ini fokus membahas mengenai pola kemitraan yang berlaku di Usaha Dagang Gemilang dengan peternak ayam petelur apabila ditinjau dari Ekonomi Islam dan peran kemitraan tersebut dalam meningkatkan perekonomian peternak.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Johan Prastyo Wibowo dengan judul *Perjanjian Kemitraan Usaha Peternak Ayam Pedaging (Broiler) Dalam Hubungan Inti Plasma Di Kabupaten Kudus*.⁶¹ Dalam penelitian ini mengkaji bentuk perlindungan hukum terhadap pihak peternak ayam dan pengusaha peternakan apabila terjadi suatu sengketa dan untuk mengetahui kelemahan dan keunggulan dalam hubungan kemitraan di Kabupaten Kudus. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pelaksanaan perjanjian kemitraan usaha pada peternak ayam pedaging (broiler) dalam hubungan hukum antara inti dengan plasma di

⁶¹ Johan Prastyo Wibowo, *Perjanjian Kemitraan Usaha Peternak Ayam Pedaging (Broiler) Dalam Hubungan Inti Plasma di Kabupaten Kudus*, (Kudus: Universitas Muria Kudus, 2013)

Kabupaten Kudus jauh dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang ada. Hubungan yang terjadi antara pihak inti dengan plasma tidak mencerminkan adanya hubungan kemitraan tetapi lebih condong pada jual beli dengan bentuk khusus. Bagi pihak inti, tidak ada kelemahan sama sekali dalam kemitraan yang berlangsung, sedangkan bagi pihak plasma kelemahan yang dirasakan adalah hak-hak plasma belum sepenuhnya terakomodasi dalam perjanjian dan adanya kekurangan konsistensi dari pihak inti yaitu pihak inti kurang konsisten dengan peraturan mengenai pelaksanaan kemitraan dan tujuan dari perjanjian kemitraan tersebut. Kelebihannya bagi pihak inti adalah adanya efisiensi, stabilitasi produksi dan perluasan pangsa pasar, sedangkan bagi pihak plasma kelebihan yang dirasakan adalah diperolehnya manfaat aspek ekonomi, sosial dan manajemen dalam pengelolaan usaha ayam ternak pedaging.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kemitraan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada tujuan penelitian, dan objek yang diteliti dimana penelitian di atas dilakukan di Kabupaten Kudus dan objek penelitiannya adalah antara perusahaan sebagai inti dan peternak ayam broiler sebagai plasma. Sedangkan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pola kemitraan perusahaan yaitu usaha dagang Gemilang dengan peternak ayam petelur dan bagaimana jika dikaitkan dengan ekonomi Islam dan peranya dalam meningkatkan perekonomian peternak.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurul Azizah, Hari Dwi Utami dan Bambang Ali Nugroho dengan judul *Analisis pola kemitraan usaha peternakan ayam pedaging sistem closed house di Plandaan Kabupaten*

Jombang.⁶² Penelitian ini dilatarbelakangi karena usaha peternakan ayam pedaging (broiler) merupakan salah satu usaha yang berpotensi menghasilkan daging dan meningkatkan konsumsi protein bagi masyarakat. Ayam pedaging merupakan ayam yang tumbuh dengan cepat dan dapat dipanen dalam waktu yang singkat. Keunggulan genetik yang dimiliki ayam pedaging dan pemberian pakan yang baik mampu menampilkan performa produksi yang optimal. Pola kemitraan broiler banyak dipilih karena keterbatasan sumberdaya di semua pihak, pergeseran posisi pelaku utama dari pemerintah dan swasta kepada masyarakat dan persoalan yang kompleks dan kronis. Dalam pola kemitraan broiler ini sudah banyak yang mengembangkan sistem kandang *closed house* sebagai pengganti kandang *opened house* karena keuntungan yang diperoleh dapat meningkat meskipun biaya yang dibutuhkan untuk pembuatan kandangnya cukup besar. Peternak plasma yang menggunakan sistem kandang *closed house* dapat memelihara hingga 31.000 ekor ayam. Salah satu perusahaan yang menerapkan pola kemitraan broiler dengan sistem kandang *closed house* adalah PT. Pesona Ternak Gemilang. Penelitian ini bertujuan menganalisis pola kemitraan broiler yang menggunakan sistem kandang *closed house*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa pola kemitraan peternakan ayam pedaging mulai fase pra produksi, proses produksi sampai pasca produksi berjalan dengan baik. Selain itu, periode pertama menunjukkan hasil yang lebih efisien dibandingkan dengan periode lainnya dimana biaya produksi mencapai rata-rata Rp. 615.554.603 atau Rp. 19.857/ekor,

⁶² Nurul Azizah, Hari Dwi Utami dan Bambang Ali Nugroho, *Analisis pola kemitraan usaha peternakan ayam pedaging sistem closed house di Plandaan Kabupaten Jombang*, (Malang: Universitas Brawijaya, tt)

penerimaan sebesar Rp. 740.397.545 atau Rp. 27.225/ekor. Pendapatan mencapai Rp. 124.842.942 atau Rp. 4.027/ekor, sedangkan R/C Rasio berkisar 1,372.

Karya berikutnya adalah karya Adjat Sudradjat Masdar dan Unang Yunasaf dengan judul *Kemitraan bidang Perunggasan dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Peternak (The Partnership Of Poultry Husbandry And Its Influence Of Farmer Income)*.⁶³ Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa ada dua pola kemitraan yang berkembang di Kabupaten Tasikmalaya, yaitu pola maknun dan pola kontrak. Peternak yang melakukan pola maknun umumnya dilatarbelakangi karena tidak dimilikinya modal yang memadai, sedang peternak yang mengikuti pola kontrak dipandang lebih memiliki jiwa kewirausahaan. Pendapatan yang diperoleh peternak yang mengikuti pola maknun untuk per ekornya sebesar Rp. 450,00 sedangkan pendapatan peternak yang mengikuti pola kontrak adalah sebesar Rp. 1.330,15. Pola kemitraan alternatif yang dikembangkan adalah pola kemitraan yang dapat mendorong sikap saling percaya diantara pelaku yang bermitra, menumbuhkan jiwa kewirausahaan peternak dengan tetap memperhatikan tingkat kematangan peternak. Bagi peternak yang memiliki kemampuan kewirausahaan yang baik dan disertai dengan dimilikinya modal yang memadai, maka akan lebih prospektif dalam berusaha ayam ras pedaging dengan mengikuti pola kontrak. Sebaliknya bagi peternak yang kurang memiliki modal dan jiwa kewirausahaannya tidak menonjol, maka pola maknun dapat menjadi alternatif dalam diperolehnya sejumlah pendapatan dari usaha ayam ras pedaging ini. Mekanisme kerja yang harus dilakukan agar dapat mencapai

⁶³ Adjat Sudradjat Masdar dan Unang Yunasaf, *Kemitraan bidang Perunggasan dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Peternak (The Partnership Of Poultry Husbandry And Its Influence Of Farmer Income)*, (Bandung: Universitas Padjadjaran, 2010)

kemitraan yang berkeadilan adalah baik pihak inti maupun plasma harus saling bersinergi dengan mengedepankan proses kebermitraan dan demokrasi.

Penelitian tentang kemitraan lainnya adalah karya Aji Yulianto dengan judul *Sistem Kemitraan dalam Usaha Ternak Ayam Broiler, Desa Cipete Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas (Perspektif Fiqih Muamalah)*.⁶⁴ Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi dan menganalisis sistem perikatan atau kemitraan ternak ayam broiler yang terjalin. Dalam desa ini, terdapat 5 peternakan ayam broiler milik perseorangan tetapi memiliki kemampuan daya tampung yang berbeda-beda milik tiap-tiap peternak. Dari sisi sarana pendukung peternakan, sarana produksi milik para peternak di Desa Cipete memadai untuk digunakan dalam aktifitas beternak karena secara kelengkapan sarana produksi yang digunakan cukup memadai. Secara keseluruhan para peternak di Desa tersebut melakukan usaha ternak ayam broiler menggunakan sistem kemitraan dengan perusahaan atau *poultry shop* (PS), namun tidak ada yang bekerja sama dengan satu perusahaan yang sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *poultry shop* (PS) membuat suatu sistem kemitraan berlandaskan pada asas kepercayaan dan saling menguntungkan, walaupun adanya jaminan yang perlu diserahkan peternak kepada *poultry shop* (PS) sebagai pihak pemberi modal. Peternak tidak wajib bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh anjloknya harga tanah, karena itu menjadi tanggung jawab *poultry shop* (PS) sebagai pihak inti, dengan demikian peternak merasa lebih terjamin dan hanya difokuskan pada proses pemeliharaan saja. Dalam perspektif

⁶⁴ Aji Yulianto, *Sistem Kemitraan dalam Usaha Ternak Ayam Broiler, Desa Cipete Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas (Perspektif Fiqih Muamalah)*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2015)

fiqih muamalah, model kemitraan seperti ini menurut peneliti diperbolehkan selama sistem akad tersebut dibuat dengan tetap saling menguntungkan kedua belah pihak.

Sementara itu penelitian yang paling dekat kemiripannya adalah karya Zainul Zabidi dengan judul *Analisis Hukum Islam Terhadap Pola Kemitraan Ayam Ras di UD. Jatinom Indah PS. Desa Jatinom kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar*.⁶⁵ Penelitian ini mengkaji mengenai pola kemitraan dalam usaha peternakan ayam ras di UD. Jatinom Indah PS. Blitar dan proses kemitraan yang berlangsung antara peternak ayam rasa dengan perusahaan ditinjau dari hukum islam. Hasil dari penelitian ini yaitu bentuk kemitraan yang berlangsung di UD. Jatinom Indah PS. dengan peternak adalah pola kemitraan plasma inti. Dimana perusahaan membantu dalam sebagian permodalan untuk menunjang demi kelancaran usaha peternak tersebut. Perusahaan juga akan melakukan *black list* kepada peternak yang menyalahi aturan dalam kemitraan. Apabila terjadi hutang piutang, maka itu adalah hak dan kewajiban bagi yang mempunyai tanggungan untuk menyelesaikannya. Perusahaan menerapkan sistem kepercayaan kepada peternak. Dalam kemitraan yang diterapkan dalam perusahaan tersebut dalam islam hampir sama dengan syirkah dan mudharabah, akan tetapi dalam kenyataanya dilapangan hubungan kemitraan antara peternak ayam ras dengan perusahaan dapat dikatakan sebagai *mudharabah musytarakah* karena adanya hutang piutang antara peternak dengan perusahaan selain dari segi modalnya,

⁶⁵ Zainulloh Zabidi, *Analisis Hukum Islam Terhadap Pola Kemitraan Ayam Ras Di UD. Jatinom Indah PS, desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar*, (Tulungagung: IAIN Tulungagunga, 2012)

kedua mitra tersebut yaitu antara shahibul maal dengan mudharib sama-sama menyertakan modalnya.

Persamaan dari penelitian di atas adalah sama-sama mendeskripsikan pola kemitraan yang terjadi di dalam *poultry*. Perbedaannya adalah tempat penelitian, dan dalam penelitian di atas hanya untuk mengetahui pola kemitraan yang berlangsung apabila dikaitkan dengan hukum islam saja sedangkan dalam penelitian saat ini selain pola kemitraan yang terjadi dalam *poultry* akan dikaitkan dengan sistem ekonomi islam dan apakah dapat meningkatkan perekonomian peternak yang bermitra dengan usaha dagang Gemilang.

Secara umum persamaan dari penelitian di atas adalah sama-sama mendeskripsikan tentang pola kemitraan. Perbedaannya adalah pola kemitraan yang dalam penelitian berlangsung apabila dikaitkan dengan hukum islam saja sedangkan dalam penelitian saat ini selain pola kemitraan yang terjadi dalam usaha dagang Gemilang sebagai perusahaan yang bergerak di bidang peternakan akan dikaitkan dengan perspektif ekonomi islam.