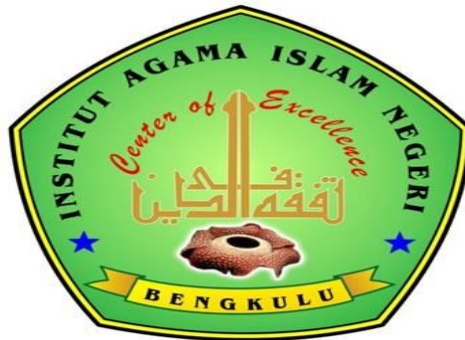


**STUDI KELAYAKAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) PEMBUATAN TAHU DI DESA LUBUK
SAHUNG KECAMATAN SUKARAJA KABUPATEN SELUMA
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

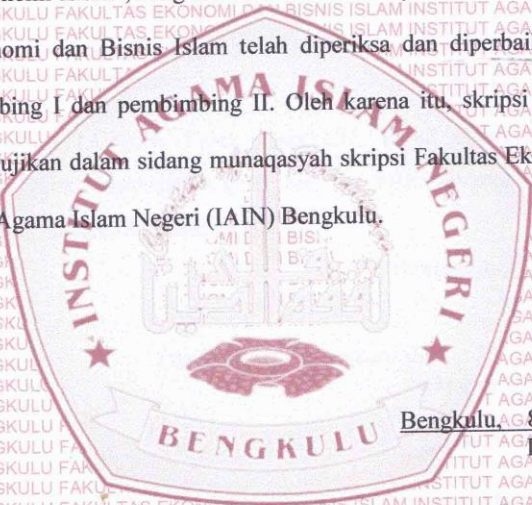
OLEH:

INTAN PERMATA SARI
NIM 1516130197

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2019 M/1440 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Intan Permata Sari, NIM 1516130197 dengan judul "Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.



Bengkulu, 8 Agustus 2019 M
Dzulhijjah 1440 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. M. Syakroni M.Ag
NIP.195707061987031003

Yetty Afrida Indra, M.Akt
NIDN.0214048401



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736)5127651771 Fax (0736)51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”**, oleh **Intan Permata Sari NIM: 1516130197** Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan **Ekonomi Islam**, telah diuji dan dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu** pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 28 Agustus 2019 M/ 27 Dzulhijjah 1440 H

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

Bengkulu, 29 Agustus 2019 M

28 Dzulhijjah 1440 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP.195707061987031003

Yetty Afrida Indra M.Akt
NIDN. 0214048401

Penguji I

Penguji II

Dr. Nurul Hak, MA
NIP.196606161995031002

Nilda Susilawati, M.Ag
NIP. 197905202007102003

Mengetahui,

Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 19730412 1998032003



MOTTO

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.

(Q.S AL-Baqarah : 286)

The real opportunity for success lies within the person and not in the job.

“Kesempatan yang sesungguhnya untuk sukses terletak pada orangnya, bukan pekerjaannya”.

(Zig Ziglar)

Selalu ada harapan bagi orang yang selalu ingin mencoba dan terus mencoba untuk kesuksesannya tanpa mengenal kata menyerah.

(Intan Permata Sari)

Persembahan

Sembah sujud beriring doa dan hati yang tulus kupersembahkan karya teristimewaku yang telah ku raih dengan suka duka dan air mata. Pada yang pertama dan yang paling utama yang selalu menjadi detak semangat perjuanganku Allah SWT dalam namamu ya Rahim ku simpan semua asah harapanku penghapus gundah dan sedihku juga kepada pemimpin yang penyayang yang selalu merindukan umatnya Nabi besar Muhammad SAW serta rasa terimakasih yang tulus ku haturkan untuk orang-orang yang kusayangi dan yang telah mengiringi keberhasilanku:

- Ayahandaku (Yuliam MA, S.Ip) yang sangat aku cintai, yang selalu mendoakan, membimbing, memberikan semangat dan nasehat-nasehat super yang sangat berguna serta senantiasa bekerja keras untuk membantuku dalam mengapai cita-citaku, Karena kerja kerasmulah aku bisa berdiri disini, Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan bagi kita, terima kasih Ayah.
- Ibundaku (Efnida Peni) yang sangat aku cintai yang selalu mengiringi langkahku dengan doa-doa yang tulus disetiap sujudmu, yang selalu memberikan semangat, perhatian, kasih sayang, kesabaran, nasehat dan pengorbanan tanpa pamrih yang selalu diberikan sepanjang hidupku. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan bagi kita, terima kasih Ibu.
- Saudaraku (Shinta Angelina S.pd, Winda Afrilia S.pd, Selvi Rahmadani SE, Ahmad Ali Sahputra SE, Muhammad Harris SE) yang selalu memberikan do'a, semangat serta keceriaan yang membuatku lebih semangat menyelesaikan studiku.
- Keponakanku yang lucu-lucu (Fazila Hasanah Kurnia Putri, Muhammad Farhan Kurnia Putra, Muhammad Daffa Kurniawan, Nadhifa Ratu Calista dan Fatih Raditya Alfarezel) yang selalu memberikan keceriaan padaku.
- Kekasih Hatiku yang akan menjadi imamku (Gading Wahyu Hariyanto S.KM) yang selalu membantuku, mendoakan, menemani dan memberikan semangat kebahagiaan serta dukungan dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.

- Kakak dan Ayuk Iparku (Kurnia Utama ST, Irwan Kurniawan SE, Herza Ayu Menita SE) yang selalu memberikan do'a, semangat dalam menyelesaikan studiku.
- Keluargaku (Om Heri Juheri SE, Bucik Evi Efridawati dan Sepupuku Galang Perkasa Nusantara ST, Balqis Nabila Aulia Putri, Muhammad Raihan dan Wina Kosliana) yang selalu memberikan do'a, semangat serta keceriaan yang membuatku lebih semangat menyelesaikan studiku.
- Seluruh dosen yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan. Terima kasih bapak dan ibu dosen, untukku semua jasa yang kalian berikan, kalian yang selalu dikenang di hati.
- Sahabat-sahabat Bohayyy (Widia Apriana, Ade Rezita Suryani, Sherly Wulandari, Mardian Efendi, Azmi Hasrian) yang telah memberi semangat dan kebahagiaan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Sahabat-sahabat SMP dan SMA (Henni, Maria, Ulva, Diah, Nofa, Chintami, Metri, Serli dan Nurlina) yang selalu memberikan semangat,selalu menghibur dan memberikan dukungan padaku..
- Sahabat-sahabat kampusku di Kelas C dan D yang menemani dari dulu hingga sekarang terima kasih telah menggoreskan cerita indah di masa perkuliahan.
- KKN Kelompok 72 Desa Lubuk Sahung (Dewi, Raisa, Hesti, Serla, Rika, Rinai, Nella, Febi, Feri, Reno, Meki) yang telah menjadi teman selama KKN hingga sekarang dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Angkatan 2015 di kelas A, B, C, D, E, F, G terkhusus kelas C dan A yang telah mengukir sebuah cerita panjang mengisi hari-hariku.
- Almamaterku tercinta, IAIN Bengkulu.

Terimalah setitik kebanggaan ini atas segala pengorbanan, perhatian, bimbingan serta kasih sayang yang diberikan demi mewujudkan harapan hidupku.

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku

Bengkulu, Agustus 2019 M
Dzulhijjah 1440 H



swa yang menyatakan

Intan Permata Sari
NIM. 1516130197

ABSTRAK

Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

oleh Intan Permata Sari, NIM. 1516 1301 97

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan tentang tingkat kelayakan bisnis pembuatan tahu di desa Lubuk Sahung jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam aspek pemasaran dan aspek produksi. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendasar dan secara menyeluruh, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan masalah yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kelayakan bisnis usaha mikro kecil dan menengah ditinjau dari perspektif ekonomi Islam pada aspek pemasaran dan produksi. Dilihat dari aspek pemasaran pabrik tahu ibu Lestari sudah sesuai dengan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan semestinya, dalam menentukan harga, segmentasi pasar ibu Lestari menggunakan analisa yang sudah cukup tepat, dari perspektif ekonomi Islam ibu Lestari sudah tanggap terhadap perubahan, dan berlaku adil, serta berorientasi kepada kualitas produk dan harga yang berimbang. Dilihat dari aspek produksi pabrik tahu ibu Lestari sudah sesuai dengan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sesuai dengan teori yang telah dipaparkan, bisnis pembuatan pabrik tahu yang telah dijalankan ibu Lestari sesuai dengan teori produksi dan produksi Islam, pada saat akan membuka usaha ibu Lestari sudah melakukan analisis berkaitan dengan lokasi usaha, pembuangan limbah, surat izin usaha dan sumber bahan baku yang akan dipakai dalam proses pembuatan tahu. Serta ibu Lestari sudah menerapkan nilai dalam produksi Islam, yang selalu *shiddiq, amanah, fathanah, tabligh*, dan *istiqamah*. Jadi pabrik tahu ibu Lestari sudah sesuai dengan aspek pemasaran serta aspek produksi ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam, dan pabrik tersebut sudah menerapkan studi kelayakan bisnis meski belum secara penuh.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Pemasaran, Aspek Produksi. Pabrik Tahu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam” Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang dan menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah jurusan ekonomi Islam Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku rektor IAIN Bengkulu .
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
4. Eka Sri Wahyuni, M.M selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam sekaligus Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
5. Drs. M. Syakroni M.Ag selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, arahan dengan penuh kesabaran.
6. Yetti Afrida Indra, M.Ak selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.

7. Yosy Arisandy, MM selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan semangat dan motivasi dengan penuh keikhlasan.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Bengkulu, Agustus 2019 M
Dzulhijjah 1440 H

Intan Permata Sari
NIM. 1516130197

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
1. Kegunaan Teoritis	9
2. Kegunaan Praktis	10
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	13
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	14
3. Subyek/Informan Penelitian.....	14
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	15
a. Sumber data.....	15
b. Teknik pengumpulan data	15
5. Teknik Analisis Data.....	16
a. Reduksi data	17
b. Display data.....	17
c. <i>Verification</i>	17
H. Sistematika Penulisan	18

BAB II KAJIAN TEORI

A. Studi Kelayakan Bisnis	20
1. Pengertian studi kelayakan bisnis	20
2. Aspek-aspek studi kelayakan bisnis.....	20
3. Aspek pemasaran	24
4. Aspek operasional	31
5. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis.....	36
6. Lembaga-lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis	39

7. Hak dan Kewajiban Pelaku Bisnis	40
B. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	42
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	42
2. Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	45
3. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	46
4. Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	48
5. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	48
C. Perspektif Ekonomi Islam	50
1. Teori Ekonomi Islam.....	50
2. Pemasaran dalam Ekonomi Islam	51
3. Produksi dalam Ekonomi Islam	54

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Latar Belakang Pendirian Bisnis	58
B. Lokasi Pabrik Tahu Lestari	60
C. Struktur Organisasi	60
D. Langkah Pembuatan Tahu.....	61
E. Visi-misi.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	62
B. Pembahasan.....	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perekonomian Indonesia saat ini yang tidak stabil dengan adanya penurunan nilai mata uang Indonesia dimata dunia, berdampak pada melonjaknya pengangguran di Indonesia baik yang di PHK oleh perbisnisan ataupun pengangguran terdidik yang belum mendapatkan pekerjaan. Masalah perekonomian Indonesia saat ini juga berdampak pada bertambahnya angka kemiskinan di Indonesia. Hal ini menuntut pemerintah untuk mendapatkan langkah yang cerdas dan solusi yang cepat dan tepat untuk mengatasi banyaknya pengangguran terdidik dan mengurangi angka kemiskinan. Indonesia saat ini membutuhkan *entrepreneur* muda dan memperbanyak industri kecil dan menengah atau UMKM yang berkualitas dan profesional untuk bisa menekan sekecil mungkin tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia.¹

Pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian akan menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat pada suatu periode tertentu. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang sekarang lebih dikenal dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Selain

¹ Tambunan Tulus, *Bisnis Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, (Isu-Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES, 2012, h. 11

memberikan lapangan pekerjaan baru, UKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di mana perbisnisan-perbisnisan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan bisnisnya.²

Kemampuan bertahan dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi negara dikarenakan oleh beberapa faktor unggul yang dimiliki UMKM. Faktor-faktor tersebut adalah penggunaan bahan baku lokal atau dalam negeri, tenaga kerja dengan upah rendah, relatif cepat bergerak ke arah penyesuaian pemakaian bahan baku dan berorientasi pasar. Hal ini berbeda dengan perbisnisan besar yang harus membayar upah tenaga kerja yang banyak dalam jumlah besar. Beberapa perbisnisan yang menggantungkan bahan baku impor juga mengalami kesulitan untuk mempertahankan kegiatan produksi karena harga bahan baku meningkat.³

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu unsur penting dalam menopang perekonomian nasional secara menyeluruh. UMKM telah lama menjadi pondasi yang kokoh sekaligus penggerak dinamika dari sistem ekonomi di Indonesia. Di tengah badai krisis ekonomi yang melanda, UMKM justru mampu untuk bertahan karena bisnisnya yang bergerak di sektor riil tidak terlalu banyak terpengaruh dibandingkan dengan sektor moneter. UMKM juga sangat berperan dalam membantu program pemerintah dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi tingkat pengangguran, dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang

² Husein Umar, *Studi Kelayakan dalam Bisnis Jasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 36

³ Husein Umar, *Studi Kelayakan dalam ...*, h. 38

dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan bisnis yang berkapasitas besar.⁴

Studi kelayakan yang juga sering disebut dengan *feasibility study* merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, menerima atau menolak dari suatu gagasan bisnis yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan bisnis yang akan dilaksanakan memberikan manfaat, baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *sosial benefit*. Layaknya suatu gagasan bisnis dalam arti *sosial benefit* tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit*, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan.⁵

Studi kelayakan bisnis menilai suatu bisnis dalam satu keseluruhan sehingga semua faktor perlu dipertimbangkan dalam analisis terpadu yang meliputi faktor-faktor yang berkenaan dengan aspek teknis, pasar, pemasaran, keuangan, manajemen, hukum, serta manfaat proyek bagi ekonomi nasional. Terkadang dalam praktiknya, sekalipun telah dilakukan studi secara baik dan benar faktor kegagalan suatu bisnis tetap ada. Hal ini disebabkan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai banyak sekali hambatan-hambatan yang akan dihadapi dan resiko yang mungkin timbul setelah bisnis berjalan. Untuk menghindari kegagalan ini perlu dilakukan studi kelayakan bisnis. Salah satu tujuan dilakukan studi kelayakan bisnis adalah untuk mencari jalan keluar

⁴ IKAPI, *Bisnis Mikro Kecil dan Menengah*, (Semarang: CV. Duta Nusindo, 2010), h. 5

⁵ Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi revisi, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), h. 2

agar dapat meminimalkan hambatan dan resiko yang mungkin timbul di masa yang akan datang.⁶

Studi kelayakan bisnis bisa dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT untuk menilai dan mengukur kelayakan suatu bisnis. Analisis SWOT telah banyak dikembangkan untuk menjawab beberapa kelemahan yang muncul dalam proses perancangan-perancangan stratejik, merupakan akronim dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman)⁷. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan sehingga menemukan peluang, namun pada saat bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman. Dengan analisis ini, keputusan yang akan diambil telah melalui kajian yang matang dan mendalam.⁸

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dapat dilihat dari berbagai aspek untuk dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai. Aspek-aspek yang akan dinilai dalam studi kelayakan bisnis diantaranya yaitu aspek produksi dan aspek pemasaran.⁹

Aspek teknis produksi adalah aspek yang berhubungan dengan pembangunan dari proyek yang direncanakan, baik dilihat dari faktor lokasi,

⁶ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Median Grupe, 2003), h. 1

⁷ T. Hani Handoko dkk, *Manajemen Dalam Berbagai Perspektif*, (Jakarta: Erlangga, 2012) h. 296

⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam I*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2013), h.89

⁹ Kasmir dan Jafkar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 7

luas produksi, proses produksi, penggunaan teknologi (mesin/peralatan), maupun keadaan lingkungan yang berhubungan dengan proses produksi.¹⁰

Produksi merupakan mata rantai konsumsi, yaitu menyediakan barang dan jasa yang merupakan kebutuhan konsumen. Produsen sebagaimana konsumen bertujuan untuk memperoleh *maslahah* maksimum melalui aktivitasnya. Dalam ajaran Islam mendorong pemeluknya untuk berproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi dalam segala bentuknya seperti pertanian, peternakan, perburuan, industri, perdagangan dan sebagainya. Islam memandang prinsip amal perbuatan yang menghasilkan benda atau pelayanan yang bermanfaat bagi manusia atau yang memperindah kehidupan mereka dan menjadikannya lebih makmur dan sejahtera.¹¹

Aspek pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran, yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan perbisnisan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran, alat-alat bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4 unsur, yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.¹²

Islam menjelaskan tentang konsep berbisnis seperti pola perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang sangat tidak terbatas dengan berbagai keterbatasan sarana pemenuhan kebutuhan yang berpedoman pada nilai-nilai Islam.¹³ Banyak masyarakat melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi

¹⁰ Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 113

¹¹ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Erlangga, 2012), h. 6

¹² Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2003), h. 16

¹³ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, II, (Pekanbaru: Suska Press, 2010), h.2

dalam memenuhi kebutuhan keluarga, salah satunya dengan berwirausaha. Berwirausaha dalam pandangan Islam adalah ibadah kalau kegiatan bisnis itu digunakan untuk mempersiapkan bekal akhirat kelak. Firman Allah dalam surah Al-Hasyr (59) :18¹⁴

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَّاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Ayat ini menegaskan bahwa tujuan akhir umat Islam adalah akhirat yang harus dipersiapkan dari sekarang melalui aktivitasnya (dalam tulisan ini adalah bisnis), uang dan harta benda berperan dalam memfasilitasi ibadah tujuan akhirat, itulah salah satu alasan Islam mendorong setiap muslim untuk berbisnis memperoleh kekayaan dan tidak melarang perangkat-perangkat bisnis untuk mendapatkan dan mengembangkan hartanya. Bukan hanya itu bahkan Islam juga mengharuskan agar setiap muslim mengelola kekayaan dengan baik, Islam melarang menghambur-hamburkannya untuk kepentingan-kepentingan yang tidak bermanfaat dan hawa nafsu. Dalam berbisnis, manusia juga dianjurkan untuk menerapkan manajemen yang baik,

¹⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang, 1994), h. 548

dikembangkan melalui investasi dan melaksanakan kewajiban dan amaliah sosial.¹⁵

Studi kelayakan bisnis juga berguna untuk memperhitungkan kemungkinan bisnis tersebut dapat bersaing dan bertahan diantara para kompetitornya sekaligus melihat kemungkinan pengembangan bisnis di masa depan dilihat dari berbagai aspek atau sudut pandang. Salah satu UMKM di Seluma adalah Industri Kecil dan Menengah pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung yang dilakukan oleh masyarakat setempat yang berupa produk makanan seperti tahu basah dan tahu goreng.

Saat observasi awal yang dilakukan peneliti pada bisnis pembuatan tahu tersebut kendala pada aspek produksi dan pemasaran, mereka belum mampu untuk memenuhi kebutuhan pasar dikarenakan bahan baku yang semakin mahal dan susah untuk didapatkan, harga bahan baku yang mahal akan menjadi kendala bagi mereka untuk memproduksi tahu hal ini yang menjadi salah satu penyebab terkendalanya produksi, karena ketika harga satuan mereka naikan maka masyarakat yang menjadi konsumen mereka tidak mau membeli tahu produksi mereka.

Selanjutnya kendala yang dihadapi adalah pemasaran yang tidak stabil, terkadang mereka belum mampu untuk memenuhi kebutuhan pasar yang ada pada lingkungan pabrik, pasar yang difokuskan hanya masyarakat sekitar pabrik tahu mereka belum bisa menjangkau pasar di luar daerah pabrik tahu ibu Lestari tidak mampu untuk menjangkau pasar luar daerah

¹⁵ Muhammad Quraish Shihab, *Bisnis Dengan Allah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2008), h. 18

dikarenakan masih kekurangan karyawan dan peralatan yang digunakan masih sangat tradisional, hal ini belum bisa menunjang permintaan pasar yang sudah meluas dengan jumlah tahu yang bisa diproduksi sebanyak 1500 potong tahu perhari pabrik tahu lestari tetap tidak bisa memenuhi permintaan pasar.

Masalah yang dihadapi adalah produksi dan mereka belum mampu untuk memproduksi tahu dalam jumlah yang banyak atau dalam skala besar, karena produksi mereka masih menggunakan alat-alat tradisional, alat yang lebih modern akan meningkatkan jumlah produksi dari tahu Lestari tapi sampai sekarang tahu Lestari masih belum meningkatkan alatnya dan sampai pemotongan tahu masih sangat tradisional dari masalah produksi dan pemasaran tersebut penulis memilih untuk meneliti studi kelayakan bisnis pada pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Seluma. dengan judul **“Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian hanya mencakup kepada studi kelayakan bisnis yang pada aspek pemasaran dan aspek produksi yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, untuk pabrik tahu yang diteliti terbatas pada 1 pabrik tahu yang ada di Desa Lubuk Sahung, yaitu pabrik tahu Lestari, karena pabrik tahu Lestari merupakan pabrik tahu yang paling diminati oleh konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kelayakan bisnis pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung dari aspek pemasaran dan produksi?
2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam tentang kelayakan bisnis pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan tentang kelayakan bisnis pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung jika ditinjau dari aspek pemasaran dan aspek produksi.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tentang perspektif ekonomi Islam kelayakan bisnis pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan memiliki kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi terutama disektor studi kelayakan bisnis sehingga UMKM menjalankan bisnisnya dapat berkembang dan mendapatkan pengetahuan tentang kelayakan bisnis yang mereka jalankan serta dapat meningkatkan pendapatan mereka dan memajukan bisnis mereka.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen dan arsip akademik yang akan berguna untuk dijadikan sebagai bahan acuan bagi civitas akademika.

b. Bagi Masyarakat

Hendaklah penelitian ini digunakan sebagai contoh dan bahan pembelajaran dan sebuah gambaran tata cara melakukan bisnis dengan benar yang sesuai dengan studi kelayakan bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkembang dan eksis dari waktu ke waktu.

c. Bagi Perusahaan

Hasil daari penelitian ini diharapkan dapat membantu pengusaha dalam pengembangan bisnis mereka sesuai dengan aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis, terutama ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya dan dijadikan penelitian terdahulu yang relevan.

F. Penelitian Terdahulu

Putra Aprianto (2016), “*Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perbisnisan Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek Pemasaran Pada PT Coca Cola Amatil Indonesia)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa coca cola amatil Indonesia telah memenuhi semua kriteria kelayakan bisnis aspek pemasaran jika ditinjau dari konsep ekonomi umum, apabila ditinjau dari sudut pandang Islam aspek pemasaran coca cola amatil Indonesia masih terdapat cacat informasi bisnis akan tetapi bisnis coca cola amatil indonesia bisa dikatakan layak secara Islam jika ditinjau dari manajemen operasinya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis

yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama fokus membahas aspek pemasaran, yang membedakan yaitu kelayakan bisnis pada penulis pada aspek produksi sedangkan pada penelitian ini fokus meneliti tentang pemasarannya, dan rumusan masalah yang digunakan serta objek penelitiannya.¹⁶

Jurnal nasional Dewi Purnamasari dan Bambang Hendrawan (2013). *“Analisis Kelayakan Bisnis Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh Kota Batam”*. Penelitian ini diperlukan untuk melihat sebuah gambaran mengenai layak atau tidak layaknya suatu bisnis yang akan dijalankan, penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah bisnis roti ceriwis sebagai oleh-oleh khas Batam layak untuk dijalankan atau tidak. Setiap aspek untuk dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja, penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan terhadap beberapa aspek, metode analisis dan analisis sensitivitas yang digunakan untuk menguji dampak kenaikan biaya terhadap kelayakan bisnis tersebut. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa bisnis roti ceriwis layak untuk dijalankan dan mempunyai prospek yang sangat bagus. Perbedaannya dengan penelitian penulis yaitu penulis meneliti tentang kelayakan bisnis produksi pembuatan tahu sedangkan penelitian Dewi dan Bambang meneliti tentang kelayakan bisnis roti sebagai oleh-oleh kota

¹⁶ Putra Afrianto, *Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perbisnis Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek Pemasaran Pada PT Coca Cola Amatil Indonesia)*, (Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar: 2016), h. 62

Batam, sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang studi kelayakan bisnis.¹⁷

Jurnal internasional Gianova Andika Putri dan Dian Wijayanto (2016). "*Analysis of Feasibility Shypyard in Batang, Central Java*". Aktifitas penangkapan ikan dalam prosesnya membutuhkan sarana prasarana untuk mendukung kegiatan penangkapan tersebut. Salah satu sarananya adalah kapal perikanan sebagai sarana apung. Kegiatan penangkapan akan memberikan pengaruh terhadap permintaan kapal perikanan. Permintaan akan kapal perikanan akan mempengaruhi galangan kapal sebagai tempat pembuatan kapal. Semakin besar kegiatan penangkapan ikan maka semakin besar kebutuhan akan kapal perikanan, sehingga permintaan kapal digalangan kapal semakin besar. Batang mempunyai potensi akan produsen kapal perikanan yang produknya sudah diakui kualitasnya karena kapal hasil dari galangan Batang memiliki stabilitas yang baik dibanding dengan galangan yang lainnya. Sehingga keberlanjutan bisnis ini perlu ditinjau mengenai kelayakan bisnisnya, bisnis ini apakah layak dilanjutkan atau tidak layak dilanjutkan. Metode yang digunakan adalah deskriptif bersifat studi kasus dan menggunakan analisis regresi untuk mengetahui nilai dari indikator-indikator kelayakan bisnisnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai NPV, IRR, B/C Ratio, dan PP Galangan kapal di Batang berturut-turut sebesar RP 20.536.249.000.00, 51 %, 1,15 dan 3 tahun. Hasil-hasil tersebut melebihi dari batas kelayakan bisnis, sehingga hasil tersebut menunjukkan

¹⁷ Dewi Purnamasari Dan Bambang Hendrawan, *Analisis Kelayakan Bisnis Bisnis Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh Kota Batam*, Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol 3 No. 1, h. 84

bahwa bisnis galangan kapal di Batang layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini meneliti tentang kelayakan bisnis galangan kapal dan jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif juga objek penelitiannya pada penelitian penulis meneliti tentang studi kelayakan bisnis produksi pembuatan tahu dengan menggunakan metode kualitatif, persamaannya dengan penelitian penulis yaitu sama-sama meneliti tentang studi kelayakan bisnis.¹⁸

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan penelitian deskriptif tidak memerlukan administrasi atau pengontrolan terhadap suatu perilaku.¹⁹

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kualitatif Deskriptif, dalam hal ini penulis melakukan penelitian di pabrik pembuatan tahu Desa Lubuk Sahung. Selanjutnya peneliti ingin menggali informasi-informasi yang berkenaan dengan “Studi Kelayakan Bisnis Pembuatan Tahu Di

¹⁸ Gianova Andika Putri Dan Dian Wijayanto, *Analysis of Feasibility Shopyard in Batang, Central Java*, Journal Of Fisheries Utilization Management And Technology, Vol.5 No.2, h. 13

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Jakarta:Alfabeta.2016). h. 1

Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2019 sampai bulan Agustus 2019. Penelitian ini dilakukan di pabrik pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma.

3. Subyek dan Informan Penelitian

Subyek dan informan dalam penelitian ini yaitu Pemilik yaitu ibu Lestari dan 7 orang karyawan yang ada dipabrik pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung, dengan wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan untuk menggali beberapa informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber data

1) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara langsung dengan informan pada penelitian ini yaitu Pemilik dan karyawan yang bekerja dipabrik pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung.

2) Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung melalui literatur yang berasal dari media, yang berupa dokumen-dokumen, buku-buku, skripsi sebelumnya, jurnal dan yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu.²⁰ Peneliti mengamati proses demi proses pembuatan tahu yang masih sangat sederhana, pembuatan tahu masih menggunakan teknologi yang sederhana dan hasil dari produksi biasanya belum bisa mencukupi kebutuhan pasar, pemasaran yang dilakukan juga hanya di pasar sekitar lokasi, belum bisa mencapai pasar yang berada diluar kecamatan Sukaraja.

2) Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu, wawancara digunakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang mendalam dari responden²¹. Dalam hal ini peneliti mewawancarai pemilik dan 7 orang karyawan yang bekerja dipabrik pembuatan tahu.

3) Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-

²⁰Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012). h. 37

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitati...*, h. 317.

karya monumental dari seseorang. Alasan penggunaan teknik ini adalah karena dapat digunakan sebagai bukti fisik dalam penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data berupa arsip atau dokumen-dokumen untuk melengkapi data yang diperlukan.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data yang di peroleh dari lapangan melalui wawancara (*interview*) dengan *informan* penelitian. Data dikumpulkan kemudian dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif (bentuk uraian-uraian terhadap subjek yang diamati) selanjutnya pembahasan disimpulkan secara deduktif yaitu menarik kesimpulan dari pertanyaan yang bersifat umum menuju pertanyaan yang bersifat khusus, tujuan utamanya adalah untuk memecahkan masalah.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.²² Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

b. Display data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa

²² Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 34

dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antara, kategori, dan sejenisnya.

c. Verification

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data dapat menjawab rumusan masalah temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas argumentatif.²³ Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah seiring penelitian berlangsung dengan didukung bukti-bukti yang ada pada tahapan pengumpulan dan berikutnya.

H. Sistematika Penulisan

Pada dasarnya sistematika adalah gambaran-gambaran umum dari keseluruhan isi penulisan ini, sehingga mudah dicari hubungan antara satu pembahasan dengan pembahasan yang lain (teratur menurut sistem, sistem adalah suatu cara atau metode yang disusun secara teratur) Skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang disesuaikan dengan kebutuhan jangkauan penulisan dan pembahasan bab yang dimaksudkan. Berikut ini garis besar atau sistematika dari penulisan ini, yaitu

Bab I Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah yang menjadikan alasan penelitian dalam melakukan rangkaian penelitian. Setelah itu ditetapkan rumusan masalah sebagai pedoman dan fokus penelitian, tujuan

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 253

penelitian untuk menjelaskan tujuan dari melakukan penelitian ini, manfaat penelitian, penelitian terdahulu dilakukan untuk menghindari plagiat, atau duplikasi terhadap penelitian serupa yang dilakukan, kemudian metode penelitian yang berisikan jenis penelitian, lokasi penelitian sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data, terakhir sistematika penulisan.

Bab II yaitu landasan teori. Dalam bab ini dijelaskan teori-teori tentang studi kelayakan bisnis dan usaha, mikro kecil menengah (UMKM) menurut perspektif ekonomi Islam

Bab III yaitu berisikan gambaran umum objek yang diteliti seperti sejarah, visi dan misi serta produk, mekanisme operasional pembuatan tahu.

Bab IV Hasil dan Pembahasan menjelaskan tentang paparan data dan fakta temuan penelitian yang telah disesuaikan urutan masalah penelitian, dan diuraikan secara sistematis.

Bab V Penutup, menjelaskan kesimpulan dengan menjawab masalah yang ada dan tujuan penelitian berupa deskripsi dalam bentuk dan susunan paragraph yang berkaitan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Studi Kelayakan Bisnis

1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis di bangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak di tentukan, yang menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan.²⁴

Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan.²⁵

2. Aspek-Aspek Dalam Studi Kelayakan Bisnis

a) Aspek Pemasaran

Analisis aspek pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran, yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran, alat-

²⁴ Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Edisi 2003 (Media Pustaka Utama, 2003), h. 3

²⁵ Husnan, Suwarsono, *Studi Kelayakan Bisnis* (Yogyakarta: UPP. AMP YKPN, 2000), h. 6

alat bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4 unsur, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.²⁶

b) Aspek Teknis dan Produksi

Aspek teknis produksi adalah aspek yang berhubungan dengan pembangunan dari proyek yang direncanakan, baik dilihat dari faktor lokasi, luas produksi, proses produksi, penggunaan teknologi (mesin/peralatan), maupun keadaan lingkungan yang berhubungan dengan proses produksi.²⁷

c) Aspek Manajemen dan SDM

Perencanaan tenaga kerja merupakan suatu cara untuk menetapkan keperluan mengenai tenaga kerja suatu periode tertentu. Perencanaan ini dimaksudkan agar perusahaan dapat terhindar dari kelangkaan SDM pada saat dibutuhkan maupun kelebihan SDM pada saat kurang. Aspek SDM mencakup produktivitas dari suatu tenaga kerja yang secara umum, mengandung arti sebagai perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (input). Produktivitas memiliki 2 dimensi, yaitu:²⁸

1. Suatu efektivitas yang mengarah kepada pencapaian untuk kerja yang maksimal, yaitu pencapaian target yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas, dan waktu.

²⁶ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2003), h. 16

²⁷ Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 113

²⁸ Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis...*, h. 164

2. Efisiensi yang berkaitan dengan upaya membandingkan masukan dengan realisasi penggunaannya atau bagaimana pekerjaan tersebut dilaksanakan.

d) Aspek Hukum

Aspek ini mempelajari tentang bentuk badan usaha yang akan digunakan, jaminan-jaminan yang bisa disediakan kalau akan menggunakan sumber dana yang berupa pinjaman, berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan dan sebagainya).²⁹

e) Aspek Sosial

Tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, namun perusahaan tidak dapat hidup sendirian. Perusahaan hidup bersama-sama dengan komponen lain dalam satu tatanan kehidupan yang kompleks. Salah satu komponen yang dimaksud adalah lembaga sosial, sehingga dalam rangka keseimbangan tadi, hendaknya perusahaan memiliki tanggung jawab sosial.³⁰

Bisnis hendaknya memiliki manfaat-manfaat sosial yang dapat diterima oleh masyarakat, seperti:

1. Membuka lapangan kerja baru

Maksudnya dengan dibukanya proyek bisnis akan menarik masyarakat sekitar untuk turut membuka lapangan kerja baru.

²⁹ Husnan, Suwarsono, *Studi Kelayakan Proyek...*, h. 20

³⁰ Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis...*, h. 252

2. Melaksanakan alih teknologi

Dilakukannya alih teknologi kepada pekerja dengan berbagai cara pelatihan terprogram dengan baik, maka diharapkan tidak hanya meningkatkan 'skill' pekerja tetapi juga sikap mental tenaga kerja yang andal semakin kokoh.

3. Meningkatkan mutu hidup

4. Adanya proyek bisnis turut serta mengurangi angka pengangguran, sehingga dapat meningkatkan mutu hidup mereka.

f) Aspek Dampak Lingkungan

Aspek lingkungan adalah suatu pengkajian yang dikenal sebagai analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) yang merupakan suatu mekanisme untuk mencapai kelestarian lingkungan, aspek lingkungan meliputi limbah yang dihasilkan proses produksi. AMDAL hasil studi mengenai dampak suatu kegiatan yang direncanakan dan diperkirakan mempunyai dampak penting terhadap lingkungan hidup.

Aspek ini harus dilakukan agar kualitas lingkungan tidak rusak dengan beroperasinya proyek-proyek industri. Manusia dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan melakukan aktifitas yang makin lama makin mengubah lingkungan.³¹

³¹ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis...*, h. 17

g) Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan aspek kunci dari suatu studi kelayakan, karena sekalipun aspek lain tergolong layak, jika studi aspek finansial memberikan hasil yang tidak layak, maka usulan proyek akan ditolak karena tidak akan memberikan manfaat ekonomi. Tujuan menganalisis aspek finansial dari suatu studi kelayakan proyek bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus.³²

3. Aspek Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu, pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang atau jasa kepada konsumen di pasar. Penciptaan produk ini didasarkan kepada kebutuhan dan keinginan pasar. Akan sangat berisiko ketika penciptaan produk tidak didasarkan kepada keinginan dan kebutuhan

³² Haming, M, Salim Basalamah, *Studi Kelayakan Investasi: proyek dan bisnis*, (Jakarta: PPM, 2003), h. 90

konsumen. Konsumen yang menginginkan dan membutuhkan produk adalah perseorangan (individu) atau kelompok (industri).³³

2. Proposisi Nilai Produk atau Jasa di Pasar

Kita perlu menentukan proposisi nilai (*value proposition*) produk atau jasa pesaing kita dipasar.

a. Segmentasi

Kita perlu menentukan dengan jelas segmentasi di pasar, segmen seperti apa yang ada dan yang akan kita masuki. Andaikan kita memasuki pasar produk pakaian anak kecil, dalam ini ada beberapa segmen, salah satu contoh adalah kualitas pakaian yang menjadi target segmen kita. Ada segmen pakaian kelas mahal, kelas menengah dan kelas bawah. Dalam masing-masing kelas segmen bisa kita pecahkan lagi jenis pakaian yang kita mau masuki.

Misalnya ditetapkan bahwa kita ingin memasuki segmen pakaian anak yang harganya kelas menengah dan kualitas menengah, setelah itu perlu ditentukan pakaian apa yang akan kita masuki, apakah pakaian kaos, pakaian seragam dan lainnya

b. Pasar Target

Target pasar yang menjadi sasaran harus jelas, kepada siapa produk kita mau dijual, seperti apa kegunaan untuk konsumennya.

Pasar sasaran dikategorikan dalam 3 kelompok yakni.

³³ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis...*, h. 47

- a) Pemasaran Serba Sama. Dalam hal ini kita melakukan pemasaran yang tidak membagi pasar dan hanya memfokuskan kepada kebutuhan konsumen.
- b) Pemasaran Serba Aneka. Dalam hal ini kita melakukan pemasaran dengan variasi produk sesuai dengan tipe konsumennya.
- c) Pemasaran Terpadu. Dalam hal ini kita melakukan pemasaran dengan memfokuskan diri pada satu kelompok konsumen atau segmen tertentu saja.

c. Posisi Pasar

Dalam sebuah pasar, kita bisa memposisikan produk kita dan perusahaan kita, mau mencapai posisi apa, apakah kita ingin menjadi *market leader*, atau *follower* atau hanya main di *market niche*.

Semua posisi pasar tersebut akan menentukan strategi produk kita maupun bauran pemasaran yang akan kita lakukan. Guna menentukan posisi pasar, kita harus mengetahui juga mengenai kemampuan bersaingnya produk kita dibandingkan dengan pesaing.³⁴

3. Sikap, Perilaku dan Kepuasan Konsumen

³⁴ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 60

Selanjutnya kita akan menentukan bagaimana sikap konsumen, perilaku konsumen, kepuasan konsumen dalam pasar ini.³⁵

1) Sikap Konsumen

Sikap konsumen merupakan sebuah sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap produk maupun sebuah strategi pemasaran. Sikap konsumen didasarkan pada hal-hal dibawah ini.

- a) Karakteristik Sikap
- b) Sumber Sikap
- c) Fungsi Sikap
- d) Komponen Sikap

2) Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dinamis ditunjukkan dalam bentuk perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen baik perorangan maupun kelompok dalam mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan dan membuang suatu produk, jasa dan ide yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Adapun beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

- a) Faktor Budaya
- b) Faktor Sub Budaya

³⁵ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis...*, h. 49

- c) Faktor Sosial
 - d) Faktor Kepribadian
 - e) Faktor Psikologi
- 3) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sebuah ukuran dari apa yang dirasakan oleh konsumen setelah menikmati atau menggunakan produk yang kita jual. Jika konsumen mendapatkan lebih dari apa yang diharapkan maka konsumen tersebut puas, sedangkan jika konsumen sangat mendapatkan lebih dari apa yang diharapkan, maka konsumen tersebut akan merasakan delight, atau sangat puas.

Sebaliknya, jika setelah mengonsumsi ternyata dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan merasakan kecewa, jika konsumen kecewa, maka pembelian kembali tidak terjadi pada produk kita.

4. Bauran Pemasaran

Setelah mengetahui Segmentasi, target dan posisi pasar, maka selanjutnya adalah penentuan strategi pemasaran.³⁶ Dalam hal ini kita perlu menentukan:

1) Harga

Atas dasar struktur harga dipasar saat ini, dan kualitas yang ada, maka selanjutnya kita akan menentukan strategi harga

³⁶ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis...*, h. 52

untuk produk kita. Harga akan krusial untuk tahapan awal, khususnya untuk produk yang segmennya sensitif terhadap harga.

Ada beberapa hal yang akan mempengaruhi posisi harga yakni

- a) Tujuan dalam menentukan posisi pasar
- b) Tujuan memaksimalkan laba
- c) Tujuan merangsang permintaan barang
- d) Tujuan mempengaruhi persaingan

2) Promosi

Kita juga harus menentukan mengenai promosi yang ada, bagaimana efisiensi dan efektivitas komunikasi yang ada sekarang, dan bagaimana dengan rencana komunikasi yang kita lakukan serta bagaimana penyampaian informasi sehingga bisa sampai ke konsumen dan menjadikan pembelian.

3) Produk

Untuk menentukan produk ini, diperlukan sebuah penelitian yang mendalam termasuk dari segi desain bentuk luarnya, hingga komunikasinya ke konsumen. Setiap produk memiliki siklus hidup produk (*product life cycle*) yang berbeda-beda dari masa ke masa dan memiliki proses keuntungan yang berbeda di tiap tahapannya. Siklus hidup produk bisa dikategorikan sebagai berikut:

- a) Tahap pengenalan (*introduction*), ditahap ini produk baru dalam pengenalan dan pada saat itu konsumen mulai diedukasi akan kegunaan produk ini. Biasanya harga produk di tahap ini akan tinggi karena belum muncul pesaing dan untuk menutupi biaya penelitian produk ini sebelum diluncurkan.
- b) Tahap Pertumbuhan (*Growth*), dalam tahapan ini penjualan meningkat secara signifikan dan keuntungan juga meningkat. Pesaing mulai memikirkan dan meniru produk tersebut karena melihat kesuksesan produk tersenut.
- c) Tahap Kedewasaan (*Maturity*), di tahap ini produk pesaing telah masuk, kompetisi terjadi, termasuk perang harga dan pemberian diskon. Dalam tahapan ini, kita perlu melakukan revisi produk kita baik itu terkait design, fitur maupun strategi baru.
- d) Tahap Menurun (*Declin*), tahapn penjualan menurun, konsumen mulai mengalihkan ke produk lainnya, perusahaan Aspek Pemasaran harus mencari energi baru untuk produknya, jika tidak maka produk ini menuju kematian.

4) *Place*

Jalur distribusi produk dan jasa, akan menentukan sukses tidaknya penyampaian sampai ke tangan konsumen. Kalau jalur

distribusi terlalu jauh, maka biaya akan menjadi mahal dan memerlukan waktu yang panjang.³⁷

4. Aspek Operasional

a. Teknis Produksi

Produksi adalah suatu proses mengubah input menjadi output, sehingga nilai barang tersebut bertambah. Penentuan kombinasi faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi sangatlah penting, agar proses produksi yang dihasilkan dapat efisien dan hasil produksi yang didapat dapat menjadi optimal. Teori produksi menggambarkan tentang hubungan antara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat produksi barang tersebut. produksi merupakan aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa bahan baku.³⁸

1. Lokasi Usaha

Analisis lokasi usaha ini merupakan unsur utama yang mendapat sorotan, karena itu adalah tempat di mana produksi itu akan berlangsung. Kesalahan dalam memilih lokasi banyak membawa implikasi negatif dari proses secara keseluruhan. Misalnya suatu produk/jasa yang layak diproduksi dekat dengan pusat sumber bahan baku, tetapi didirikan justru dekat

³⁷ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan...*, h. 61

³⁸ Fahmi Irham, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 16

dengan pasar, akibatnya jelas bahwa proses produksi akan terbebani biaya angkut yang tinggi.³⁹

Penentuan lokasi perusahaan memegang peranan yang sangat penting. Lokasi yang tepat akan memunculkan daya saing dalam bidang-bidang kedekatan dengan pasar sasaran, kedekatan dengan sediaan tenaga kerja trampil, kemudahan dan kemurahan transportasi dan distribusi, ketersediaan bahan baku dan bahan pembantu, ketersediaan bahan bakar, listrik dan air, kemudahan dan kemurahan pengelolaan limbah industri, kemudahan perijinan serta penerimaan masyarakat, dan bahkan adanya insentif pajak.⁴⁰

2. Bahan Baku

Dalam produksi, aset terpenting adalah persediaan bahan baku, bahan pembantu, barang setengah jadi, suku cadang maupun persediaan barang jadi. Keputusan mengenai darimana, kapan dan berapa pemesanan serta penyimpanan memerlukan dukungan sistem logistik yang memadai. Administrasi dan sistem informasi yang handal sangat mendukung pengelolaan persediaan dengan baik.⁴¹

Sebagai modal dasar berproduksi yaitu bahan baku, Allah telah menyediakan bumi beserta isinya bagi manusia, untuk

³⁹ Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis (teori dan pembuatan proposal kelayakan)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 122

⁴⁰ Wahyono, Sentot Imam, *Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 155

⁴¹ Wahyono, Sentot Imam, *Bisnis Modern...*, h. 66

diolah bagi kemaslahatan bersama seluruh umat manusia. Hal ini terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 22:

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ
مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ ۗ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ

تَعْلَمُونَ ﴿٢٢﴾

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezki untukmu; karena itu janganlah kamu Mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, Padahal kamu mengetahui.

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa bumi adalah lapangan sedangkan manusia adalah pekerja penggarapnya yang sungguh-sungguh sebagai wakil dari sang pemilik lapangan tersebut. Untuk menggarap dengan baik, sang pemilik memberi modal awal berupa fisik materi yang terbuat dari tanah yang kemudian ditiupkannya roh dan diberinya ilmu. Anugerah Allah SWT amat banyak, baik material maupun spiritual. Anugerah tersebut harus disyukuri dengan beribadah secara tulus dan patuh kepada-Nya.⁴²

3. Teknologi

Dalam pengadaan pemilihan mesin dan peralatan produksi, faktor aliran proses yang digambarkan dalam bagan alir

⁴² M. Quraish Shihab, *Al-Lubab Makna, Tujuan, dan Pelajaran dari Surah-surah Al-Qur'an*, (Tangerang: Lentera Hati, 2012), h. 16.

proses akan sangat membantu proses pengambilan keputusan. Jika perlu, pada setiap kegiatan produksi ditentukan alternatif metode dan peralatan yang akan digunakan. Selain itu, perlu juga dipertimbangkan alternatif metode dan peralatan yang memiliki kelebihan ekonomis untuk kemudian dipilih yang terbaik.⁴³

4. Proses Produksi

Berproduksi dalam islam merupakan ibadah, sebagai seorang muslim berproduksi sama artinya dengan mengaktualisasikan keberadaan hidayah Allah yang telah diberikan kepada manusia. Hidayah Allah bagi seorang muslim berfungsi untuk mengatur bagaimana ia mengelola produksi untuk sebuah kebaikan dan apapun yang Allah berikan kepada manusia merupakan sarana yang menyadarkan fungsinya sebagai khalifah. Dalam Al-Quran produksi dijelaskan dalam surat.

1. Al-Baqarah 29

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

*Artinya: Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu (Al-Baqarah. 29).*⁴⁴

⁴³ Wahyono, Sentot Imam, *Bisnis Modern...*, h. 310

⁴⁴ M. Quraish Shihab, *Al-Lubab Makna, Tujuan, dan Pelajaran...*, h. 5

2. Al-Jaatsiyah 13

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ

لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٣﴾

Artinya: Dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir.

(QS.Al-Jaatsiyah:13).⁴⁵

Yaitu untuk kesejahteraan hidup manusia. Dan dalam hal produksi pengusaha harus menghindari praktik yang mengandung unsur *rijsun* atau haram, riba, pasar gelap, dan spekulasi.⁴⁶

Produksi merupakan satu proses yang panjang dan keterkaitan yang tinggi antar bagian, mulai dari prediksi penjualan, pencarian bahan baku, pemesanan bahan baku, hingga pemesanan bahan penunjang. Jika salah satu bahanya tidak tersedia sesuai dengan jadwalnya, maka keseluruhan proses produksi akan terganggu.⁴⁷

⁴⁵ M. Quraish Shihab, *Al-Lubab Makna, Tujuan, dan Pelajaran...*, h. 499

⁴⁶ Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 137

⁴⁷ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan...*, h. 105

Merancang proses produksi secara fisik yang mencakup seleksi tipe proses, pemilihan teknologi, analisis aliran proses, penentuan fasilitas dan layout, serta penanganan bahan, keputusan proses merupakan cara pembuatan produk atau penyampaian jasa.⁴⁸

Hal penting dalam proses produksi yang perlu diperhatikan adalah memilih metode dan mesin produksi yang digunakan serta metode dan peralatan material handling. Selain itu, perlu pula membuat keputusan mengenai layout, kebutuhan persediaan, dan kebutuhan tenaga kerja. Faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap biaya investasi dan biaya produksi.⁴⁹

5. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dalam studi kelayakan bisnis terdapat 5 tujuan suatu usaha atau bisnis yang dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu:⁵⁰

a. Menghindari risiko kerugian

Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena di masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk

⁴⁸ Wahyono, Sentot Imam, *Bisnis Modern...*, h. 151

⁴⁹ Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis...*, h. 310

⁵⁰ Kasmir, *Studi kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2016), h.

meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

b. Memudahkan Perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan. Yang jelas dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

c. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

d. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau bisnis sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun pelaksanaan pekerjaan bisa sungguh-sungguh melakukan pekerjaannya karena ada yang mengawasi, sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

e. Memudahkan Pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka jika terjadi sesuatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan usaha akan tercapai.

6. Lembaga-lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Adapun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan:⁵¹

a. Pemilik usaha

⁵¹ Kasmir, *Studi kelayakan Bisnis...*, h. 14

Para pemilik usaha sangat berkepentingan terhadap hasil dan analisis studi kelayakan yang telah dibuat, hal ini disebabkan para pemilik tidak mau jika sampai dana yang ditanamkan akan mengalami kerugian. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat benar-benar dipelajari oleh para pemilik, apakah akan memberikan keuntungan atau tidak.

b. Kreditur

Jika uang tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak mereka pun sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang sudah dibuat. Bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mau sampai kreditnya atau pinjamannya akan macet, akibat usaha atau bisnis tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan.

c. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum.

d. Masyarakat Luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti terdapat lapangan kerja. Kemudian manfaat lain adalah terbukanya wilayah tersebut dari ketertutupan (terisolasi).

e. Manajemen

Hasil studi kelayakan merupakan ukuran kinerja bagi pihak-pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan tugasnya. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang sudah dicapai sehingga usaha prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha.

7. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha/Bisnis

Hak dan kewajiban pelaku usaha atau bisnis tertuang dalam pasal 6 dan pasal 7.⁵²

a. Pasal 6 Hak pelaku usaha

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

b. Pasal 7 Kewajiban Pelaku Usaha

- 1) Beritikad baik dalam melakukan usahanya

⁵² Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h.16

- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

B. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.⁵³ Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.⁵⁴

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.⁵⁵

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6

⁵³ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h.16

⁵⁴ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia...*, h. 18

⁵⁵ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia...*, h. 19

adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:⁵⁶

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Secara umum tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil

⁵⁶ Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6

(UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.⁵⁷

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.⁵⁸

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

2. Karakteristik UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki criteria sebagai berikut:⁵⁹

⁵⁷ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11

⁵⁸ Tiktik Sartika Partomo&Abd. Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil, Menengah dan Koperasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 13.

⁵⁹ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil...*, h. 12

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni: 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni: 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang

memenuhi kriteria: 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

3. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM):⁶⁰

- a. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

⁶⁰ Ade Resalawati, *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), h. 31.

- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

4. Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.⁶¹

5. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:⁶²

⁶¹ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil...*, h. 1

⁶² Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana 2010), h. 33

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya
- e. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari UMKM terdiri dari 2 faktor:⁶³

- a. Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

1. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.

⁶³ Pandji Anora ga, *Ekonomi Islam Kajian...*, h. 34

2. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja
 3. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
 4. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modalsendiri dalam jumlah yang relatif kecil.
- b. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

C. Perspektif Ekonomi Islam

1. Teori Ekonomi Islam

Ekonomi syariah merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang dilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi syariah atau sistem ekonomi koperasi berbeda dari kapitalisme, sosialisme, maupun negara kesejahteraan (*Welfare State*). Berbeda dari sistem kapitalisme, sistem Ekonomi Islam menentang eksploitasi oleh pemilik modal terhadap buruh yang miskin, dan melarang

penumpukan kekayaan. Selain itu, ekonomi dalam kacamata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi dalam etika dan moral syariah islam.⁶⁴

2. Pemasaran Dalam Ekonomi Islam

a. Konsep Pemasaran Ekonomi Islam

Kerangka pemasaran dalam bisnis Islam adalah aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli, dalam sebuah aktivitas di dalam sebuah pasar ada dua etika yang harus diperhatikan dalam pemasaran, yaitu:⁶⁵

1. Etika pemasaran dalam konteks produk yang meliputi :

- 1) Produk yang halal dan tayyib.
- 2) Produk berguna dan dibutuhkan
- 3) Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit
- 4) Produk yang bernilai tambah tinggi
- 5) Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
- 6) Produk yang dapat memuaskan masyarakat.

2. Etika pemasaran dalam konteks harga meliputi:

- 1) Beban biaya produksi yang wajar.
- 2) Sebagai alat kompetisi yang sehat.
- 3) Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat.
- 4) Margin perusahaan yang layak
- 5) Sebagai alat daya tarik konsumen.

⁶⁴ https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_syariah, diakses pada 15 Juli 2019

⁶⁵ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam Cet. I*, (Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri, 2013), h. 103.

b. Prinsip Pemasaran Islam

Terdapat beberapa prinsip-prinsip pemasaran dalam ekonomi Islam diantaranya:⁶⁶

1) Berlaku adil

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

2) Tanggap terhadap perubahan

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

3) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

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

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

⁶⁶ 5Abdullah Gymnasiar dan Hermawan Kertajaya, *Berbisnis Dengan Hati Cet. I*, (Jakarta:Mark Plus Dan Co, 2004), h. 46.

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

5) Tidak curang

Pada pemasaran Islami tadlis sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan barang dan harga. (Qs. Annisa. 29)

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

6) Berorientasi pada kualitas

Tugas seorang marketer adalah selalu meningkatkan QCD agar tidak kehilangan pelanggan. QCD yang dimaksud adalah *quality*, *cost*, dan *delivery*.

3. Produksi Dalam Ekonomi Islam

a. Teori Produksi Dalam Ekonomi Islam

produksi didefinisikan sebagai menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan. Menggunakan kata kasab dan islah dalam berproduksi yang berarti usaha fisik yang dikerahkan manusia dan yang kedua adalah upaya manusia untuk mengelola dan mengubah sumber-sumber daya yang tersedia agar memiliki manfaat yang lebih tinggi.⁶⁷

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ ۗ فَهَلْ أَنتُمْ شَاكِرُونَ ﴿٨٠﴾

Artinya: Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah).

Ekonomi syariah memandang kegiatan produksi merupakan sarana terpenting dalam mewujudkan kemandirian ekonomi. Kitab suci Al-Quran mengungkapkan konsep produksi dalam artian yang luas. Al-Quran menekankan manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi suatu barang harus memiliki hubungan dengan kebutuhan hidup manusia, dan bukannya untuk memproduksi barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia, produksi adalah mata rantai yang menyediakan barang dan

⁶⁷ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami Cet, I*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2012), h. 103

jasa yang kemudian dikonsumsi oleh konsumen. Islam memiliki tujuan produksi sebagai penciptaan masalah yang optimal bagi umat.⁶⁸

b. Prinsip Produksi Islam adalah sebagai berikut:⁶⁹

1. Motivasi berdasarkan keimanan

Aktivitas produksi yang dijalankan seorang pengusaha muslim terikat dengan motivasi keimanan atau keyakinan positif, yaitu semata-mata untuk mendapatkan ridha Allah SWT, dan balasan di akhirat. Sehingga dengan motivasi atau keyakinan positif tersebut maka prinsip kejujuran, amanah, dan kebersamaan akan dijunjung tinggi. Prinsip-prinsip tersebut menolak prinsip individualisme (mementingkan diri sendiri), curang, khianat yang sering dipakai oleh pengusaha yang tidak memiliki motivasi atau keyakinan positif.

2. Berproduksi berdasarkan azas manfaat dan maslahat

Seorang muslim dalam menjalankan proses produksinya tidak semata mencari keuntungan maksimum untuk aset kekayaan. Berproduksi bukan semata-mata karena profit ekonomis yang diperolehnya, tetapi juga seberapa penting manfaat keuntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat.

3. Mengoptimalkan kemampuan akalinya

⁶⁸ Amiruddin, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam Cet 1*, (Gowa: Alauddin University Press, 2014), h. 267

⁶⁹ Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta : Erlangga, 2012), h. 72

Seorang muslim harus menggunakan kemampuan akal nya (kecerdasannya), serta *profesionalitas* dalam mengelola sumber daya. Kerena faktor produksi yang digunakan untuk menyelenggarakan proses produksi sifatnya tidak terbatas, manusia perlu mengoptimalkan kemampuan yang telah Allah berikan.

4. Adanya sikap tawazun (keberimbangan)

Produksi dalam Islam juga mensyaratkan adanya sikap *tawazun* (keberimbangan) antara dua kepentingan, yakni kepentingan umum kepentingan khusus. Keduanya tidak dapat dianalisis secara hierarkis, melainkan harus sebagai satu kesatuan. Produksi dapat menjadi haram jika barang yang dihasilkan ternyata hanya akan membahayakan masyarakat mengingat adanya pihak-pihak yang dirugikan dari kehadiran produk, baik berupa barang maupun jasa. Produk-produk dalam kategori ini hanya memberikan dampak ketidakseimbangan dan kegoncangan bagi aktivitas ekonomi secara umum. Akibatnya, misi *rahmatan lil 'alamiin* ekonomi Islam tidak tercapai.

5. Harus optimis

Seorang produsen muslim yakin bahwa apapun yang diusahakannya sesuai dengan ajaran Islam tidak membuat hidupnya menjadi kesulitan. Allah SWT telah menjamin

rezekinya dan telah menyediakan keperluan hidup seluruh makhluk-Nya termasuk manusia.

6. Menghindari praktik produksi yang haram

Seorang produsen muslim menghindari praktik produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap, dan spekulasi

Kegiatan produksi dalam Islam juga berupaya dalam proses memaksimalkan kepuasan dan keuntungan di akhirat, yang memberikan manfaat bagi orang lain dan masyarakat sebagai salah satu ibadah kepada Allah SWT. hal ini berarti bahwa kegiatan produksi tidak hanya untuk memenuhi kegiatan hidup diri sendiri tetapi juga berfungsi sosial. Dengan demikian kegiatan produksi Islam harus berdasarkan pada dua garis optimalisasi yaitu optimalisasi sumber daya manusia dan optimalisasi produksi kebutuhan primer.⁷⁰

⁷⁰ Amiruddin, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam...*, h. 271.

BAB III

GAMBARAN UMUM PABRIK TAHU LESTARI

A. Latar Belakang Pendirian Bisnis

Bisnis atau usaha pembuatan tahu yang dijalankan oleh keluarga ibu Lestari adalah bisnis keluarga sejak 1994, sebelum membuat pabrik dan bisnis pembuatan tahu keluarga ibu Lestari adalah transmigran yang datang ke provinsi Bengkulu pada tahun 1992 awalnya mereka hanya menjual tahu milik orang lain selama 2 tahun, dan pada tahun 1994 mereka mulai menjalankan usaha pabrik pembuatan tahu dengan modal awal yang mereka miliki sendiri tanpa bantuan dari pihak manapun tanpa ada pinjaman dari pihak bank.⁷¹

Awalnya mereka hanya mempunyai 1 tempat dan peralatan untuk membuat tahu dan pekerjaanya hanya dari pihak keluarga, awal pembuatan tahu mereka hanya mampu mengolah kacang kedelai sebanyak 29 Kg dari 29 Kg tersebut bisa diolah menjadi 1500 potong tahu yang dijual seharga 50 rupiah, pada saat itu mereka hanya memasarkan dagangan dengan berkeliling desa sekitar tempat produksi.⁷²

Tahun 2002 pabrik tahu Lestari mulai berkembang dan mulai menerima pesanan dari pedagang sayur, pedagang gorengan, dan pedagang yang ada di kantin-kantin sekolah maupun kantor, perkembangan pabrik tahu

⁷¹ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

⁷² Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

yang semakin maju saat itu didukung dengan peralatan yang mulai mereka kembangkan, dengan membuat 1 lagi peralatan untuk memproduksi tahu.⁷³

Dengan total 2 peralatan pabrik tahu Lestari akan semakin banyak memproduksi tahu untuk dipasarkan, dengan kemajuan tersebut pabrik tahu Lestari berkembang dengan baik, yang awalnya hanya bisa mengolah dan memproduksi 1500 buah tahu perhari mereka bisa mengolah 80 Kg kacang kedelai dan diproduksi menjadi 5.000 potong tahu, dengan skala produksi yang sudah lumayan mereka menasar mangsa pasar yang lebih besar, yaitu pasar-pasar tradisional disekitaran Sukaraja.⁷⁴

Tahun 2011 mereka mengembangkan kembali peralatan dengan menambah jumlah alat produksi menjadi 3 dan menambah jumlah karyawan dengan 3 alat pabrik tahu Lestari mampu memproduksi 150 kg kacang kedelai, dan diproduksi menjadi 10.000 potong tahu perhari, dengan skala yang sudah terbilang cukup banyak mereka mampu mengalahkan pesaing mereka yang bahkan berdiri lebih lama dari pabrik tahu Lestari. Dengan produksi yang sudah terbilang tersebut pabrik tahu Lestari masih kewalahan untuk mencukupi permintaan dari pasar dan konsumen. Yang tainya mereka menjual sendiri tahu mereka maka sekarang mereka hanya menunggu konsumen untuk mengambil tahu dari pabrik.⁷⁵

Saat ini tahu Lestari juga mengembangkan usaha yang hanya menjual tahu basah sekarang mereka juga menjual tahu goreng, dan mereka juga

⁷³ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

⁷⁴ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

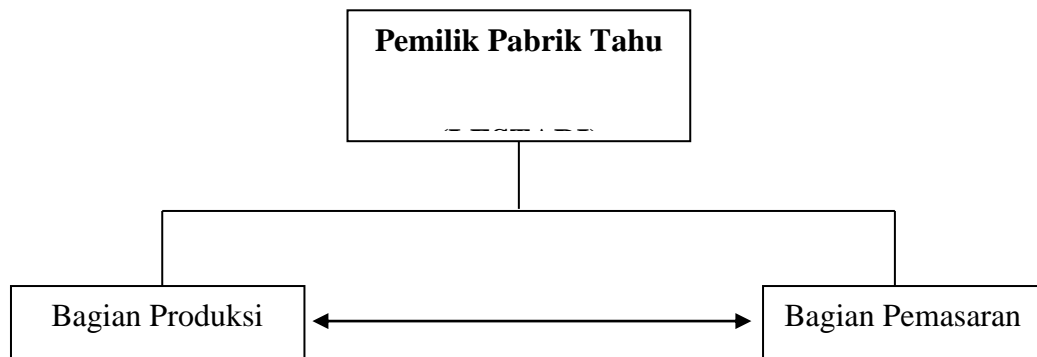
⁷⁵ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

menjual bahan utama pembuatan tahu yaitu kacang kedelai *import* kepada pembuat tahu yang ada di sekitar Sukaraja.⁷⁶

B. Lokasi Pabrik Tahu Lestari

Lokasi pabrik Lestari awalnya adalah rawa yang ditimbun dan dibangun pabrik yang sederhana, pabrik yang terletak di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma ini tepat berada di tepi jalan lintas Bengkulu-Seluma tempat yang strategis karena pabrik tersebut berada diantara 2 ibu kota, yaitu ibu kota Kabupaten Seluma dan ibu kota Provinsi Bengkulu, dengan letak yang strategis ini tentulah banyak pembeli yang mengincar tahu Lestari untuk dijadikan sajian maupun dijadikan buah tangan.⁷⁷

C. Struktur Organisasi



Gambar 3.1
Struktur Organisasi

1. Bagian Produksi

Bagian Produksi bertanggung jawab membantu pemilik selama proses produksi berlangsung, sesuai dengan arahan dari pemilik. Bagian

⁷⁶ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

⁷⁷ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

produksi juga terlibat dalam bagian pemasaran karena jumlah karyawan yang masih tergolong sedikit.⁷⁸

2. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran ini bertugas menerima pesanan dari konsumen, dan bertugas mencatat semua pesanan dan memperkirakan jumlah hasil produksi dengan jumlah pesanan yang ada, tapi bagian pemasaran juga biasa dibantu pada bagian produksi.⁷⁹

D. Langkah Pembuatan Tahu

Tahap pembuatan tahu Lestari:⁸⁰

1. Kedelai direndam selama 4 jam.
2. Setelah direndam selama 4 jam kedelai langsung digiling,
3. Setelah digiling kedelai langsung direbus,
4. Lalu hasil rebusan disaring dan diberi bumbu cuka.
5. Diamkan selama 10 menit,
6. Lalu mulai dicetak dan dipotong (selesai untuk tahu basah)
7. Langkah terakhir tahu digoreng.

E. Visi-misi

Untuk memajukan ekonomi mikro dan menciptakan lapangan kerja baru.

⁷⁸ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

⁷⁹ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

⁸⁰ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber ibu Lestari yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis usaha mikro kecil menengah pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung dari aspek pemasaran dan produksi serta perspektif ekonomi Islam.

1. Pemasaran

Untuk mengetahui tingkat kelayakan bisnis pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung ditinjau dari perspektif ekonomi Islam dari aspek pemasaran peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang dilandaskan pada indikator prinsip-prinsip pemasaran ekonomi Islam yang ditulis oleh (Kasmir dan Jakfar).

Daftar pertanyaan dan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di pabrik tahu Lestari adalah sebagai berikut:⁸¹

- a. Bagaimana cara anda menentukan harga untuk produk yang anda jual?

“Kalau penentuan harga kami tidak ribet, kami hanya melihat harga bahan baku kedelai impor, ya kalau kedelai sedang naik kami akan mengecilkan ukuran tahu, tapi kalau sudah normal kami

⁸¹ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

kembalikan, tapi kami tidak menaikkan harga karena takut pembeli marah”

- b. Apakah harga jual anda sesuai dengan kualitas dan segmentasi pasar yang ada?

“Alhamdulillah sampai saat ini tidak ada yang komplein untuk masalah ukuran tahu yang mengecil, seluruh harga tahu sama harganya, jadi kita tidak bisa menaikkan atau menurunkan harga semaunya.”

- c. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan dan bagaimana cara yang anda lakukan dalam mendistribusikan produk yang dihasilkan?

“Dulu kita masih susah untuk memasarkan tahu kita, hanya dari mulut kemulut, bapak membawa tahu kepasar sendiri tapi tidak bisa dalam jumlah banyak karena kendala dengan kendaraan saat itu, lalu saya berinisiatif untuk menjual kepada pedagang gorengan dan kantin-kantin sekolah, Alhamdulillah mulai dari sana tahu Lestari semakin di kenal dimasyarakat, dan sampai sekarang produksi kita belum bisa menutupi permintaan pasar”

- d. Konsep dari pemasaran Islam berlaku untuk setiap langkah kita memasarkan hasil produksi agar tercapai pemasaran yang efektif dan efisien, berlaku adil, tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik dari produk dan harga, tidak melakukan kecurangan, dan selalu berorientasi pada kualitas.

“Awalnya jujur kami membuat pabrik tahu tidak berdasarkan prinsip ekonomi Islam, tapi saat kami menjalankan usaha pembuatan tahu ini kami selalu memikirkan cara yang efektif dan efisien agar dapat mencapai hasil yang maksimal serta kami selalu berlaku adil, pada karyawan maupun pada konsuen, tidak membedakan konsumen, tentunya untuk produk dan harga yan kami tawarkan serta kami jual kami selalu memberikan yang terbaik dan tentunya kami selalu menggap kualitas yang terpenting”

2. Produksi

Untuk mengetahui tingkat kelayakan bisnis pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung ditinjau dari perspektif ekonomi Islam dari aspek produksi peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang dilandaskan pada indikator prinsip-prinsip pemasaran ekonomi Islam yang ditulis oleh (Ibrahim, 2003)

Daftar pertanyaan dan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di pabrik tahu Lestari adalah sebagai berikut:⁸²

- a. Apakah saat anda membuka usaha pembuatan tahu anda melakukan analisis terhadap lokasi usaha?

“Sebelum berdiri pabrik tahu Lestari dulunya tanah ini adalah rawa kemudian kami timbun untuk didirikan pabrik, kenapa kami memilih tanah bekas rawa ini pertama agar kami mudah untuk membuang limbah hasil produksi tahu, jadi kita tidak usah membuang limbah ke sungai dan mencemari sungai, cukup dengan sisa rawa di belakang pabrik cukup untuk menampung seluruh limbah, dan juga tanah ini letaknya sangat strategis, karena berada di pinggir jalan lintas Bengkulu-Manna jadi itu alasan utama pemilihan lokasi ini”.

- b. Apakah anda selalu memperhatikan sumber bahan baku, dan bahan baku yang anda pakai saat memproduksi tahu?

“Bahan baku yang kita pakai adalah bahan kedelai impor yang terbaik, karena kedelai impor kulit arinya lebih mudah terkelupas, lebih lembut, kedelai bisa mempengaruhi rasa”

- c. Berkaitan dengan teknologi yang dipakai dalam membuat tahu, apakah sudah memakai teknologi yang terbaru?

⁸² Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

“Kita masih menggunakan alat yang tradisional, belum seperti alat yang dipakai pabrik tahu yang ada di kota-kota itu, karena kita mempertahankan rasa dan mengurangi biaya produksi”

- d. Apakah usaha anda sudah memiliki surat izin usaha dan surat izin lokasi, serta apakah pembuangan limbah dari usaha anda sudah sesuai dengan yang seharusnya?

“Sudah ada surat izin, kita perpanjang terus setiap tahun, karena kalau usaha makanan kita harus memiliki surat izin, supaya kita ada pegangan hukum dan kita jug diawasi, kita juga sudah ada surat izin lokasi dari RT sini, jadi aman, untuk pembuangan limbah kita membuang ke tempat kita sendiri, memang saat akan mendirikan kita sudah mempersiapkan tempat pembuangan limbah, tidak mencemari lingkungan”

- e. Apakah hasil produksi sudah mampu memenuhi permintaan pasar dan Apa saja kendala dalam memproduksi tahu?

“Hasil produksi kita untuk saat ini belum bisa memenuhi seluruh permintaan pasar kita baru bisa memenuhi permintaan pasar di Sukaraja belum bisa sampai Kota Bengkulu, tapi doakan supaya bisa memenuhi seluruh permintaan pasar, kendala yang paling sering di hadapi itu kekurangan karyawan soalnya setiap rekrut mereka selalu tidak pernah tahan, dan saat hujan, karena kita masih pakai kayu bakar ya kayu bakarnya basah.

- f. Nilai-nilai yang harus diperhatikan dalam produksi syariah agar dalam melaksanakan proses produksi kita dapat mencapai masalah demi terwujudnya fallah beberapa hal yang harus kita perhatikan tersebut adalah sebagai berikut, yaitu *shiddiq*, *amanah*, *fathanah*, *tabligh*, dan *istiqamah*.

“Kami selalu berpegang kepada agama untuk membangun usaha, dari awal hingga sekarang karena landasan kita dalam

berproduksi itu harus amanah, harus jujur, pantang menyerah, jangan malu.”

B. Pembahasan

1. Kelayakan bisnis pembuatan tahu di Desa Lubuk Sahung dari aspek pemasaran dan produksi

a. Aspek Pemasaran

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Lestari pada awalnya tahun 1994 mereka menentukan harga untuk produk tahu mereka sebenarnya cukup mudah tanpa harus melihat segmentasi pasar yang akan mereka ikuti mereka menentukan harga dari produknya berdasarkan harga bahan baku yang mereka beli dari pedagang lain, dalam hal ini harga kacang kedelai yang mereka beli dari pemasok kacang kedelai yang ada dikota Bengkulu, mereka hanya menentukan harga jual berdasarkan bahan baku, jika bahan baku naik maka mereka akan menyiasati kenaikan bahan baku tersebut dengan cara memperkecil ukuran tahu dan jika bahan baku sudah kembali normal maka ukuran tahu akan normal kembali.

“Kalau penentuan harga kami tidak ribet, kami hanya melihat harga bahan baku kedelai impor, ya kalau kedelai sedang naik kami akan mengecilkan ukuran tahu, tapi kalau sudah normal kami kembalikan, tapi kami tidak menaikkan harga karena takut pembeli marah”⁸³

⁸³ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

Harga jual tahu hasil produksi pabrik tahu ibu Lestari bisa dikategorikan sesuai dengan segmentasi pasar yang ada karena di Desa tersebut ada beberapa pabrikan yang juga memproduksi tahu sebagai usahanya, dan ibu Lestari harus menyesuaikan harga jual tahu mereka dengan harga jual dari kompetitor, untuk kualitas ibu Lestari selalu mengutamakan, karena ibu Lestari mementingkan kualitas dari pada keuntungan semata karena jika kualitas tahu yang diproduksi bagus maka konsumen tidak akan lari ke kompetitor lain.

“Alhamdulillah sampai saat ini tidak ada yang komplein untuk masalah ukuran tahu yang mengecil, seluruh harga tahu sama harganya, jadi kita tidak bisa menaikkan atau menurunkan harga semauanya.”⁸⁴

Strategi promosi yang di terapkan ibu Lestari awalnya hanya melalui mulut ke mulut, mendatangi pemilik-pemilik warung gorengan, serta kantin-kantin sekolah, dan membawa sendiri tahu hasil produksi kepasar sekitar kecamatan sukaraja, awalnya hanya itu yang bisa di lakukan ibu Lestari dalam mempromosikan tahu hasil produksinya, berangsur tahu Lestari semakin dikenal dan dipercaya untuk konsumsi, dan strategi promosi juga berkembang, sekarang ibu Lestari sudah memasarkan tahunya melalui *online* melalui media social *whatsapp*, jika ada pelanggan yang ingin memesan bisa langsung memesan lewat *whatsapp* tanpa harus ke pabrik terlebih dahulu.

⁸⁴ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

Untuk mendistribusikan tahu dari pabrik ke pasaran ibu Lestari tidak mempunyai kurir atau karyawan sendiri, tapi hanya melalui tukang-tukang sayur dan melalui orang yang memang mengambil tahu di pabrik ibu Lestari untuk dijual kembali di pasar.

“Dulu kita masih susah untuk memasarkan tahu kita, hanya dari mulut kemulut, bapak membawa tahu kepasar sendiri tapi tidak bisa dalam jumlah banyak karena kendala dengan kendaraan saat itu, lalu saya berinisiatif untuk menjual kepada pedagang gorengan dan kantin-kantin sekolah, Alhamdulillah mulai dari sana tahu Lestari semakin di kenal dimasyarakat, dan sampai sekarang produksi kita belum bisa menutupi permintaan pasar”⁸⁵.

Dari segi produk ibu Lestari selalu memberikan yang terbaik dari hasil produksi untuk dipasarkan, Karena bagi ibu Lestari ketika produk yang dipasarkan berkualitas maka konsumen akan menjadi puas serta akan kembali membeli tahu hasil produksi mereka, dan sejauh ini tidak ada konsumen yang komplain atau menyampaikan keluhan tentang tahu yang diproduksi ibu Lestari karena tahu ibu Lestari yang di pasarkan adalah tahu-tahu terbaik dari pabrik tahu Lestari.

b. Aspek Produksi

Hasil wawancara dengan ibu Lestari selaku pemilik dari pabrik pembuatan tahu sebelum mereka membuat pabrik tahu tersebut mereka melakukan analisis terhadap lokasi usaha pembuatan tahu tersebut, analisis yang mereka lakukan mengenai analisis strategis atau tidaknya tempat tersebut untuk dijadikan pusat pembuatan tahu, karena tempat tersebut berada di tengah-tengah antara kota Bengkulu dan Sukaraja, tempat yang

⁸⁵ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

strategis untuk melakukan perdagangan, setelah menganalisis hal tersebut ibu Lestari dan keluarga juga melakukan analisis pembuangan limbah yang dihasilkan nanti akan kemana, agar tidak mengganggu warga yang ada disekitar pabrik dan tidak mencemari lingkungan sekitar pabrik, jadi sebelum mendirikan pabrik tahu ibu Lestari melakukan analisis yang mendalam terhadap lokasi pabrik tahunya.

“Sebelum berdiri pabrik tahu Lestari dulunya tanah ini adalah rawa kemudian kami timbun untuk didirikan pabrik, kenapa kami memilih tanah bekas rawa ini pertama agar kami mudah untuk membuang limbah hasil produksi tahu, jadi kita tidak usah membuang limbah ke sungai dan mencemari sungai, cukup dengan sisa rawa di belakang pabrik cukup untuk menampung seluruh limbah, dan juga tanah ini letaknya sangat strategis, karena berada di pinggir jalan lintas Bengkulu-Manna jadi itu alasan utama pemilihan lokasi ini”.⁸⁶

Sumber bahan baku yang dipakai dalam pembuatan tahu adalah kedelai impor yang dibeli langsung di Lingkar Barat Kota Bengkulu alasan kenapa menggunakan kedelai impor adalah untuk menjaga tekstur dan rasa tahu nanti setelah jadi, dan mempercepat pengolahan kedelai karena saat direndam kulit ari kedelai impor lebih cepat mengelupas jika dibandingkan dengan kedelai lokal, dan saat dilakukan penggilingan kedelai impor lebih lembut dan halus dari pada kedelai lokal, maka dari itu pabrik tahu Lestari sangat memperhatikan bahan baku yang mereka pakai dalam memproduksi tahu, tidak sembarangan dalam memilih bahan baku. Proses pembuatan tahu ibu Lestari adalah:

Tahap pembuatan tahu Lestari:⁸⁷

⁸⁶ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

⁸⁷ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

- a. Kedelai direndam selama 4 jam.
- b. Setelah direndam selama 4 jam kedelai langsung digiling,
- c. Setelah digiling kedelai langsung direbus,
- d. Lalu hasil rebusan disaring dan di beri bumbu cuka.
- e. Diamkan selama 10 menit,
- f. Lalu mulai di cetak dan dipotong (selesai untuk tahu basah)
- g. Langkah terakhir tahu di goreng.

“Bahan baku yang kita pakai adalah bahan kedelai impor yang terbaik, karena kedelai impor kulit arinya lebih mudah terkelupas, dan lebih lembut, kedelai bisa mempengaruhi rasa”

Dalam memproduksi tahu ibu Lestari menggunakan alat yang cenderung tradisional, tidak ada satupun yang menggunakan mesin, semua dikerjakan dengan manual yang artinya teknologi pembuatan tahu pabrik tahu Lestari sangatlah tradisional, tapi ada alasan tersendiri kenapa ibu Lestari lebih senang menggunakan alat tradisional jika dibandingkan alat terbaru, alasannya alat tradisional dapat menghasilkan tahu yang berkualitas tinggi dan rasa lebih enak jika alat terbaru memang bisa menambah jumlah produksi, tapi rasa tahu yang dihasilkan kurang memuaskan, serta memakan lebih banyak lagi biaya produksi, dan akan menyebabkan kenaikan harga tahu atau mengecilnya ukuran tahu ibu Lestari.

“Kita masih menggunakan alat yang tradisional, belum seperti alat yang dipakai pabrik tahu yang ada di Kota-kota itu, karena kita mempertahankan rasa dan mengurangi biaya produksi”.⁸⁸

Pabrik tahu ibu Lestari sudah memiliki izin usaha yang sah dari pemerintah dan juga sudah mengantongi surat izin lokasi dari pemerintah setempat, surat izin ini sudah lama didapatkan ibu Lestari, karena yang diproduksi adalah makanan maka mereka menilai sangat penting untuk adanya surat izin penirian pabrik tahu. Dan limbah hasil produksi yang dihasilkan setiap harinya disaring dan yang dikeluarkan untuk hasil limbah terakhir hanya berupa air yang berwarna putih dan tidak menimbulkan bau maupun bisa mencemari lingkungan warga sekitar, serta ibu Lestari sudah memiliki lahan rawa tersendiri untuk membuang limbah air dari produksi tahu.

“Sudah ada surat izin, kita perpanjang terus setiap tahun, karena kalau usaha makanan kita harus memiliki surat izin, supaya kita ada pegangan hukum dan kita juga diawasi, kita juga sudah ada surat izin lokasi dari RT sini, jadi aman, untuk pembuangan limbah kita membuang ke tempat kita sendiri, memang saat akan mendirikan kita sudah mempersiapkan tempat pembuangan limbah, tidak mencemari lingkungan”⁸⁹

Hasil produksi untuk sekarang baru mencukupi untuk memenuhi kebutuhan pasar di sekitar Sukaraja belum bisa untuk menembus pasar yang ada di Kota Bengkulu, karena hasil dari produksi belum bisa mencukupi, paling hanya tahu yang di bawa oleh pedagang-pedagang luar

⁸⁸ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

⁸⁹ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

yang bisa mencapai pasar yang ada di Kota Bengkulu. Kendala yang dihadapi saat produksi tahu adalah kurangnya karyawan yang belum memadai, ibu Lestari sudah mencoba untuk merekrut karyawan untuk produksi tapi banyak yang tidak tahan dan tidak bisa memproduksi tahu, walaupun sudah diajarkan bagaimana cara membuat tahu Lestari tapi tetap mereka tidak tahan dan ada juga yang dirumahkan kembali oleh ibu Letari karena kerjanya kurang memuaskan, untuk sekarang karyawan ibu Lestari kebanyakan berasal dari keluarga ibu Lestari sendiri. Selain kendala tersebut kendala yang lain adalah jika musim hujan terjadi, maka produksi akan terhambat karena kayu bakar yang digunakan untuk produksi akan susah untuk kering, dan membutuhkan waktu lagi untuk membuatnya kering.

“Hasil produksi kita untuk saat ini belum bisa memenuhi seluruh permintaan pasar kita baru bisa memenuhi permintaan pasar di Sukaraja belum bisa sampai Kota Bengkulu, tapi doakan supaya bisa memenuhi seluruh permintaan pasar, kendala yang paling sering di hadapi itu kekurangan karyawan soalnya setiap rekrut mereka selalu tidak pernah tahan, dan saat hujan, karena kita masih pakai kayu bakar ya kayu bakarnya basah.”⁹⁰

2. Perspektif Ekonomi Islam Tentang Kelayakan Bisnis Pembuatan

Tahu Di Desa Lubuk Sahung

a. Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam

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

⁹⁰ Lestari, *Pemilik Pabrik Tahu Lestari*, Wawancara 18 Juli 2019

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Qs. Annisa. 29.

Dalam (Qs. Annisa. 29) dijelaskan bahwa kita tidak boleh saling memakan harta sesama kita di jalan yang batil kecuali jalan perniagaan, dalam ayat ini kita diingatkan agar selalu berperilaku yang jujur serta adil dalam melakukan perniagaan, tidak boleh melakukan hal-hal yang dilarang dan data mendatangkan kemudhoratan.

Tahu produksi ibu Lestari sangat mementingkan kualitas mereka dalam memproduksi tahu basah maupun goreng, hal ini sejalan dengan pemasaran dalam ekonomi Islam, karena dalam Islam tidak hanya keuntungan semata yang kita cari tapi juga masalah untuk umat atau disini untuk konsumen, dengan kualitas tahu yang baik ibu Lestari sudah sejalan dengan prinsip ekonomi Islam, serta beliau dalam pemasaran selalu berperilaku jujur, tidak pernah curang dalam melakukan transaksi, seperti mengurangi hitungan jumlah tahu yang dibeli pembeli. Dengan perlakuan yang seperti ini maka pembeli atau konsumen menjadi senang untuk membeli tahu di pabrik tahu Lestari.

Ekonomi syariah merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang dilhami oleh nilai-

nilai Islam. Selain itu, ekonomi dalam kacamata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang terapkan dalam etika dan moral syariah Islam.⁹¹

Dalam pemasaran Islam ada beberapa poin khusus yang tidak bisa kita temukan didalam ekonomi konvensional, yaitu tidak berlaku curang, harus berlaku adil terhadap konsumen maupun competitor, tidak boleh saling menzholimi atau saling menjatuhkan, ibu Lestari selalu bersaing dengan kualitas, bukan saling menjatuhkan, tanggap terhadap perubahan, dalam pemasarannya ibu Lestari sudah cukup tanggap dengan perubahan-perubahan yang ada khususnya perubahan teknologi, ibu Lestari sudah memanfaatkan media social untuk melakukan penjualan dan menerima pesanan dari konsumen, rela sama rela dan adanya hak khiyar (pembatalan), tentu dalam berjualan dan memasarkan tahu ibu Lestari sudah menerapkan prinsip kerelaan serta memberikan pada pembeli hak khiyar atau pembatalan, serta berorientasi kepada kualitas bukan keuntungan, ibu Lestari selalu berorientasi kepada kualitas produk dari pada kuantitas produk karena bagi pabrik tahu Lestari kualitas adalah hal utama yang harus dijaga, bukan hanya keuntungan yang dikejar, tapi juga *fallah*, dan harus berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, mengenai sisi produk dan harga Islam mengaturnya agar tidak terjadi kezholiman terhadap konsumen.

⁹¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_syariah, diakses pada 15 Juli 2019

Kelayakan bisnis pabrik tahu Lestari sudah dilakukan dengan baik, dengan mengikuti pemasaran yang ditinjau oleh perspektif ekonomi dalam Islam, ibu Lestari menjalankan usahanya dengan jujur, tidak curang dapat membawa masalah bagi masyarakat, dapat membantu orang lain untuk berusaha, dan tidak hanya berorientasi kepada keuntungan semata, serta dalam penentuan harga dan produk ibu letari sudah melakukan yang terbaik yang bisa dia lakukan dan tergolong sudah layak dalam aspek pemasaran kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

b. Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Artinya: Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu (Al-Baqarah. 29).⁹²

Dalam surat (Al-Baqarah. 29) dijelaskan Allah telah menjadikan segala yang ada di bumi untuk dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, termasuk dalam berproduksi, dengan demikian haruslah manusia memanfaatkan semua pemberian-Nya dengan baik, tidak berlebihan, dan tetap dijalan-Nya, untuk masalah umat.

Kegiatan produksi dalam Islam juga berupaya dalam proses memaksimalkan kepuasan dan keuntungan di akhirat, yang memberikan

⁹² M. Quraish Shihab, *Al-Lubab Makna, Tujuan, dan Pelajaran...*, h. 5

manfaat bagi orang lain dan masyarakat sebagai salah satu ibadah kepada Allah SWT. Hal ini berarti bahwa kegiatan produksi tidak hanya untuk memenuhi kegiatan hidup diri sendiri tetapi juga berfungsi sosial. Dengan demikian kegiatan produksi Islam harus berdasarkan pada dua garis optimalisasi yaitu optimalisasi sumber daya manusia dan optimalisasi produksi kebutuhan primer.⁹³

Produksi yang dilakukan ibu Lestari sudah sesuai dengan apa yang dimaksudkan dalam kegiatan produksi dalam Islam yang bukan hanya mencari dan memaksimalkan keuntungan duniawi tapi juga keuntungan akhirat dengan konsep-konsep nilai Islam yang di terapkan oleh ibu Lestari *shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah*. *Shiddiq* yang dimaksud disini ibu Lestari sudah menerapkannya ibu Lestari jujur dalam memproduksi tahu mengutamakan kualitas, dan menggunakan bahan yang terbaik, *amanah* disini ibu Lestari sudah amannah terhadap konsumennya, dia tidak pernah berbuat curang dan artinya ibu Lestari dapat dipercaya oleh konsumen, *fathanah* yang dimaksud disini ibu Lestari sudah menerapkan seiring dengan berkembangnya teknologi media social ibu Lestari secara cerdas memanfaatkan hal tersebut, dan mulai memasarkan melalui media social dan menerima pesanan melalui media sosial, *istiqomah* ibu Lestari tidak mudah menyerah dalam usahanya memajukan pabrik tahu hingga sekarang.

⁹³ Amiruddin, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam...* h. 271.

“kami selalu berpegang kepada agama untuk membangun usaha, dari awal hingga sekarang karena landasan kita dalam berproduksi itu harus amanah, harus jujur, pantang menyerah, jangan malu.”

Sudah bisa untuk mencapai masalah bagi orang yang ada disekitar pabrik, maupun bagi pedagang serta konsumen ibu Lestari, dan sesuai dengan perintah Allah dalam (qs. Al-Anbiya. 80)

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ ۗ فَهَلْ أَنْتُمْ

شَاكِرُونَ ﴿٨٠﴾

Artinya: Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah).

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

Mengoptimalkan kemampuan akal atau kecerdasan, dalam melakukan produksi tahu mereka harus selalu membuat sesuatu yang baru dan mengontrol factor produksi mereka, dengan melakukan inovasi-inovasi dan pengembangan usaha, yang dari awal hanya memproduksi tahu putih basah sampai sekarang memproduksi tahu goreng. Selalu melakukan sikap tawazn atau sikap yang berimbang, sikap ini harus selalu dilakukan agar tahu yang diproduksi selalu dapat membawa kemaslahatan, ibu Lestari selalu tawazun dalam produksi bukan hanya memikirkan keuntungan tapi kualitas dengan memilih bahan baku yang terbaik dan pengolahan serta alat yang terbaik.

Selalu optimis dalam menjalankan usahanya ibu Lestari mampu bertahan dalam produksi tahu, dan dengan optimistis yang tinggi tahu Lestari tetap bisa eksis dan laku dipasaran hingga sekarang bahkan mereka tidak bisa mencukupi permintaan pasar untuk saat ini, dengan sikap optimis tentunya ibu Lestari selalu menghindari praktek-praktek produksi yang haram, yang curang yang bisa merugikan konsumen, karena ibu Lestari selalu beranggapan jika konsumen merasa di rugikan maka sebenarnya kita yang akan rugi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian studi kelayakan bisnis pabrik tahu di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja dilihat dari perspektif ekonomi Islam yang dimiliki oleh ibu Lestari dari aspek pemasaran dan aspek produksi adalah:

1. Dilihat dari aspek pemasaran pabrik tahu ibu Lestari melaksanakan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan semestinya, dalam menentukan harga, segmentasi pasar ibu Lestari menggunakan analisa yang sudah cukup tepat meskipun cara menganalisis tergolong masih sederhana, tidak melibatkan para ahli dalam menganalisis, dari perspektif ekonomi Islam ibu Lestari sudah tanggap terhadap perubahan, dan berlaku adil, serta berorientasi kepada kualitas produk dan harga yang berimbang, Untuk mendistribusikan tahu dari pabrik ke pasaran ibu Lestari tidak mempunyai kurir atau karyawan sendiri, tapi hanya melalui tukang-tukang sayur dan melalui orang yang memang mengambil tahu di pabrik ibu Lestari untuk dijual kembali di pasar. Strategi promosi yang di terapkan ibu Lestari awalnya hanya melalui mulut ke mulut, mendatangi pemilik-pemilik warung gorengan, serta kantin-kantin sekolah, dan membawa sendiri tahu hasil produksi ke pasaran sekitar kecamatan sukaraja
2. Dilihat dari aspek produksi pabrik tahu ibu Lestari telah melaksanakan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sesuai

dengan teori yang telah dipaparkan, bisnis pembuatan pabrik tahu yang telah dijalankan ibu Lestari sesuai dengan teori produksi dan produksi Islam, pada saat akan membuka usaha ibu Lestari sudah melakukan analisis berkaitan dengan lokasi usaha, pembuangan limbah, surat izin usaha dan sumber bahan baku yang akan dipakai dalam proses pembuatan tahu. Serta ibu Lestari sudah menerapkan nilai dalam produksi Islam, yang selalu *shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah*.

B. Saran

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

1. Bagi Pabrik Tahu

Diharapkan pabrik tahu Ibu Lestari dapat lebih maju dan dapat memenuhi seluruh permintaan pasar, serta mendapatkan bantuan berupa pelatihan bagi karyawan

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun rujukan ilmiah yang dapat bermanfaat bagi mereka dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P, Sudantoko. J. *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002.
- Supriatna, Dadang. *Membuat Tahu Sumedang*. Jakarta: Penebar Swadaya. 2005
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang. 1994.
- Purnamasari, Dewi Dan Hendrawan, Bambang. *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh Kota Batam*, *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* Vol 3 No. 1.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Gianova, Andika Putri dan Wijayanto, Dian, *Analysis of Feasibility Shypyard in Batang, Central Java*, *Journal Of Fisheries Utilization Management And Technology*, Vol.5 No.2.
- Haming, M, Salim Basalamah. *Studi Kelayakan Investasi: Proyek dan Bisnis*. Jakarta: PPM. 2003.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga. 2012
- Husnan, Suwarsono. *Studi Kelayakan Proyek*. Ed ke-4, Yogyakarta: UPP. AMP YKPN. 2000.
- Ibrahim. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003.
- Irham, Fahmi. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- IKAPI. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Sematang: CV. Duta Nusindo. 2010.
- Johan, Suwinto. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Jumingan. *Studi Kelayakan Bisnis (teori dan pembuatan proposal kelayakan)*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011.
- Kasmir, Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup. 2003.

- Kasmir. *Studi kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi. Jakarta: Prenada Media Grup. 2016.
- Shihab M, Quraish. *Al-Lubab Makna, Tujuan, dan Pelajaran dari Surah-surah Al-Qur'an*. Tangerang: Lentera Hati. 2012.
- Putra, Afrianto. *Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perusahaan Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek Pemasaran Pada PT Coca Cola Amatil Indonesia)*, (Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makasar: 2016)
- Sarwono, B. & Yan Pieter Saragih. *Membuat Aneka Tahu*. Jakarta: Penebar Swadaya. 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Jakarta: Alfabeta. 2016.
- Suwinto, Johan. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- T, Adisarwanto. *Kedelai*. Jakarta: Penebar Swadaya. 2005.
- Tambunan, Tulus. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES. 2012.
- Umar, Husein. *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Ed ke-2. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2003.
- Wahyono, Sentot Imam. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Wiratna, Sujarweni. *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Zakia Intan dan Tri Puji. *Analisa Aspek Hukum Pada Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana. 2015.