

**UPAYA KOMUNITAS MUDA PEDULI DHUAFU PALOPO
DALAM MENINGKATKAN USAHA TELUR ASIN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi
Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh:

Audriani Sapitri Muh. Anda
NIM 15.0401.0113

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO
2019**

**UPAYA KOMUNITAS MUDA PEDULI DHU AFA PALOPO
DALAM MENINGKATKAN USAHA TELUR ASIN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh:

Audriani Sapitri Muh. Anda
NIM 15.0401.0113

Dibimbing Oleh:

- 1. Dr. Rahmawati, M.Ag**
- 2. Hendra Safri, M.M**

Diuji Oleh:

- 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M**
- 2. Dr. Fasiha, M.E.I**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) PALOPO
2019**

PENGESAHAN SKRIPSI

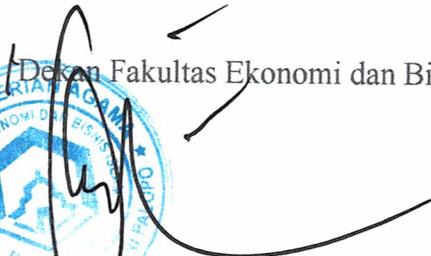
Skripsi yang berjudul “Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Perspektif Ekonomi Islam” yang ditulis oleh **Audriani Sapitri Muh. Anda** dengan NIM 15 0401 0113 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis 17 September 2019 M bertepatan dengan 17 Muharram 1441 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 3 Oktober 2019 M
4 Safar 1441 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Penguji I | (.....) |
| 4. Dr. Fasiha, M.El. | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Rahmawati, M.Ag. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Hendra Safri, M.M. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 196102081994032001

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Fasiha, M.El.
NIP. 198102132006042002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 9 September 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Audriani Sapitri Muh. Anda

NIM : 15.0401.0113

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada *Ujian Munaqasyah*. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP.19730211 200003 2 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 9 September 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Audriani Sapitri Muh. Anda

NIM : 15.0401.0113

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada *Ujian Munaqasyah*. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing II



Hendra Safri, M.M.
NIP.19861020 201503 1 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul: *“Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam”* yang ditulis oleh:

Nama : Audriani Sapitri Muh. Anda

Nim :15.0401.0113

Program studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan pada *Ujian Munaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 9 September2019

Pembimbing I



Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP.19730211 200003 2 003

Pembimbing II



Hendra Safri, M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 9 September 2019

Lampiran : -
Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

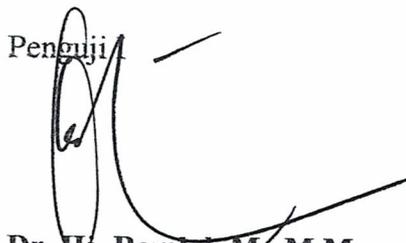
Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Audriani Sapitri Muh. Anda
NIM : 15.0401.0113
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada *Ujian Munaqasyah*. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penguji


Dr. H. Ramlah M., M.M
NIP. 19610208 199403 2 001

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 9 September 2019

Lampiran : -
Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Audriani Sapitri Muh. Anda

NIM : 15.0401.0113

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada *Ujian Munaqasyah*. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penguji II


Dr. Fasiha, M.E.I
NIP. 19810213 200604 2 002

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi dengan judul: *“Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam”* yang ditulis oleh:

Nama : Audriani Sapitri Muh. Anda

Nim : 15.0401.0113

Program studi : Ekonomi Syariah

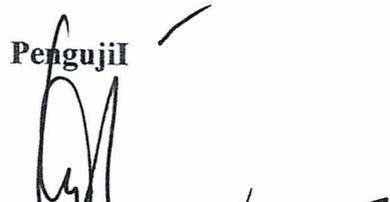
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan pada *Ujian Munaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 9 September 2019

Penguji I


Dr. Hj. Ramlah M., M.M
NIP.19610208 199403 2 001

Penguji II


Dr. Fasiha, M.E.I
NIP.19810213 200604 2 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Audriani Sapitri Muh. Anda

NIM : 15.0401.0113

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, September 2019

 g membuat pernyataan
Audriani Sapitri Muh. Anda
NIM: 15.0401.0113

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah Swt. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan do'a, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tua tercinta, ayahanda Muh.Anda, ibunda Irma yang senantiasa memanjatkan do'a kehadiran Allah Swt. memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua

itu. Hanya do'a yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik, Dr. H. Muammar Arafat, S.H, M.H. Wakil Rektor Bidang Keuangan dan Perlengkapan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar S.E, M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan Bidang Akademik, Muhammad Ruslan Abdullah. S.E.I., M.A. Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Perlengkapan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Dr. Takdir, S.H., M.H. dan kepada Ketua Program studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.E.I. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Rahmawati, M.Ag. selaku pembimbing I dan Hendra Safri, M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Dr. Hj. Ramlah M., M.M selaku penguji I dan Dr. Fasiha, M.E.I selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan koreksian kepada peneliti guna menyempurnakan skripsi ini.
5. Para Bapak/Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang sejak awal perkuliahan telah membimbing dan memberi pengetahuan kepada penulis, khususnya dalam bidang ekonomi.
6. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Kepada bapak Hendi Yudi Setiatin, yang telah menyempatkan waktunya untuk di wawancara dan memberikan pengetahuan terkait usaha telur asin yang dirintis dalam komunitas muda peduli dhuafa.
9. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan 2015 (khususnya di kelas Ekis D), yang selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman KKN Angkatan XXXIV Tahun 2018, terutama posko Desa Pincara Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara yang telah banyak

memberikan motivasi kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

11. Kepada sahabat SS, Nur Sri Ningsih, Ulfa Arianti Sahrur, Nurul Mutia Ramadani, Puput Aprilia, Dayang Khairulnisa, dan Nursari yang selalu membantu penulis serta selalu memberikan motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Teriring do'a, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah Swt. Dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya, Aamiin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya, Aamiin.

Palopo, September 2019

Audriani Sapitri Muh. Anda
NIM: 15.0401.0113

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS PENGUJI	vi
PERSETUJUAN PENGUJI	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Defenisi Operasional	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Kerangka Pikir	13
C. Kajian Pustaka	14
1. Tinjauan Tentang Komunitas	14
2. Kaum Dhuafa	18
3. Konsep Usaha	22
4. Peningkatan Usaha	34
5. Konsep Ekonomi Islam	36

BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi Penelitian	44
C. Subjek Penelitian.....	45
D. Sumber Data.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. .Profil dan Gambaran Komunitas Muda Peduli Dhuafa.....	52
B. . Hasil Penelitian.	55
1. Upaya dan Prospek Komunitas Muda Peduli Dhuafa dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin.....	55
2. Usaha Telur Asin Komunitas Muda Peduli Dhuafa Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	74
BAB V PENUTUP	79
A. . Kesimpulan	79
B. . Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Perbandingan Usaha UMKM.	30
-----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Pikir.	13
1.2 Struktur Komunitas Muda Peduli Dhuafa.	54

ABSTRAK

Audriani Sapitri Muh. Anda, 2019. *“Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. (Pembimbing I Dr. Rahmawati, M.Ag. dan Pembimbing II Hendra Safri, M.M.)

Kata Kunci: Upaya, Prospek, Ekonomi Islam

Penelitian ini dilatar belakangi masalah permintaan akan telur asin di pasar yang semakin meningkat serta adanya kesediaan para konsumen dalam membeli telur asin menyebabkan komunitas muda peduli dhuafa harus memproduksi telur asin untuk memenuhi permintaan konsumen. Tetapi pada kenyataannya pada proses produksi terjadi overload produksi yang mengakibatkan penjualan telur asin mengalami peningkatan tetapi keuntungan yang diperoleh sangat minim. Selain itu, harga telur dari pemasok juga mengalami peningkatan yang menyebabkan komunitas muda peduli dhuafa sulit untuk memperoleh telur asin dengan harga yang lebih murah sehingga produksi pun berhenti.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Jl. Haji Hasan No. 35, Kelurahan Amassangan Kecamatan Wara Kota Palopo. Adapun subjek dari penelitian ini adalah bagian divisi pemberdayaan dan bisnis pada komunitas muda peduli dhuafa Palopo. Sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu, data primer adalah yang bersumber langsung dari responden dan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan pengolahan data dan analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin, yaitu: a) kreativitas dan inovasi, b) periklanan dan promosi, c) modal, serta d) pelayanan penjualan. Adapun untuk prospek komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin dilihat dari keuntungan yang diperoleh digunakan untuk keperluan dana kegiatan dalam membantu kaum dhuafa serta sebagai tambahan kas komunitas, juga terbukanya peluang dan tidak adanya pesaing dalam menjalankan usaha telur asin di kota Palopo menjadikan komunitas muda peduli dhuafa melakukan usaha telur asin. Kemudian ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, komunitas muda peduli dhuafa dalam menjalankan program usaha telur asin dengan cara kerjasama antara sesama anggota komunitas untuk memasarkan dan mengelola usaha telur asin. Dimana usaha yang dijalankan tersebut telah memperhatikan batasan-batasan syari'ah yang sesuai dengan ekonomi Islam. Sehingga berkah dari kegiatan usaha yang dijalankan dapat diperoleh dengan melihat tujuan komunitas dalam menjalankan usaha untuk memberdayakan kaum dhuafa.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbuat kebaikan terhadap orang lain itu merupakan salah satu kebiasaan dan kepribadian seseorang yang mencerminkan kebaikan dan keberhasilan jika dilakukan dengan ikhlas. Untuk menjadikan kehidupan ini menjadi lebih baik maka harus berkorban demi hidup orang lain, mungkin dengan bersedekah memberikan bantuan kepada orang lain atau memberi tanpa pamrih itu juga merupakan perbuatan baik kepada sesama.

Dalam hal ini lingkungan menjadi salah satu tempat dimana kita harus beradaptasi dengan baik agar semua dapat berhubungan dengan lancar. Selain itu harus mampu untuk merubah diri agar jauh lebih baik dalam segi apapun sehingga bisa melakukan kebaikan tanpa batas waktu. Dalam berbuat baik memang harus ditentukan oleh waktu yang mungkin belum diketahui, waktu merupakan pelajaran yang memungkinkan kita dapat belajar dan memperoleh kehidupan yang lebih baik, sehingga belajar dari waktu dan pengalaman merupakan salah satu cara untuk mendapatkan kehidupan terbaik.

Dikehidupan ini ada tujuan yang ingin dicapai, sebagaimana agama mengajarkan. Sehingga jika tidak memiliki tujuan maka apapun dalam hidup tidak akan berguna. Salah satu tujuan yang paling besar dalam kehidupan ini adalah berbuat baik kepada sesama. Kebaikan yang dilakukan kepada orang lain menghasilkan perubahan yang begitu besar dalam kehidupan.

Dalam berbagi kebaikan banyak orang yang melakukannya dengan cara membentuk suatu perkumpulan atau sering disebut dengan komunitas dimana dalam komunitas yang dibentuk tersebut para anggotanya memiliki visi dan misi yang sama. Disinilah peran komunitas terbentuk guna menampung orang-orang dalam satu wadah yang memiliki jiwa sosial yang tinggi dalam membantu sesama, misalnya dengan menjalankan suatu usaha yang nantinya hasil dari usaha tersebut diberikan kepada orang yang membutuhkan.

Kekuatan suatu komunitas adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosial yang biasanya didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial-ekonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau geografis masing-masing komunitas, karenanya akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menggapai dan menyikapi keterbatasan yang dihadapinya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya. Dengan berkomunitas diharapkan akan terjalin interaksi sosial yang saling menguatkan dalam kebaikan.

Suatu komunitas terbentuk karena berawal dari lingkungan yang sama. Memiliki visi, misi dan tujuan yang sama dalam melaksanakan suatu kegiatan. Menurut Hillery, George Jr. menyatakan bahwa komunitas adalah hal yang dibangun dengan fisik atau lokasi geografi (*Physical or geographical location*) dan kesamaan dasar akan kesukaan (*interest*) atau kebutuhan (*needs*).¹ Sehingga bisa dikatakan bahwa komunitas yang terbentuk mampu bertanggungjawab dan

¹Binus, (January 22, 2017), *Pengertian Dan Jenis-Jenis Komunitas Menurut Ahli*, Diakses dari <https://comdev.binus.ac.id/pengertian-dan-jenis-jenis-komunitas-menurut-ahli/>

berkomitmen untuk tetap bersama-sama dalam menjalankan suatu kegiatan atau usaha.

Di kota Palopo terdapat komunitas yang tujuannya untuk memberdayakan kaum dhuafa yang biasa disebut komunitas muda peduli dhuafa. Komunitas ini memiliki visi dan misi tertentu yaitu: *Pertama*, menjadi organisasi sosial kemanusiaan profesional yang berbasis kerelawanan. *Kedua*, keikhlasan dan amanah untuk mewujudkan kaum dhuafa yang berdaya.

Permasalahan kemiskinan yang dialami oleh kaum dhuafa menjadikan mereka banyak terjun ke jalanan hanya untuk meminta-minta, memulung dan berbagai kegiatan lainnya guna untuk memenuhi kehidupan mereka sehari-hari. Dengan melihat fenomena tersebut, maka dari itu terbentuklah suatu komunitas muda peduli dhuafa yang mengatasi sedikit dari permasalahan kemiskinan dari kaum dhuafa untuk memberikan bantuan guna menjadikan kualitas hidup kaum dhuafa kelak menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Berdasarkan Undang-Undang No. 24 Tahun 2004, kemiskinan adalah kondisi sosial ekonomi seseorang atau sekelompok orang yang tidak terpenuhinya hak-hak dasarnya untuk mempertahankan dan mengembangkan kehidupan yang bermartabat.² Kebutuhan dasar yang menjadi hak seseorang atau sekelompok masyarakat meliputi kebutuhan pangan, kesehatan, rasa aman dari perlakuan atau ancaman kekerasan, pendidikan, pekerjaan, perumahan dan lainnya. Dari kebutuhan dasar yang tidak terpenuhi tersebut, sehingga menyebabkan

² Wini .H, (2010), 21 *BAB II LANDASAN TEORI 2.1 Kemiskinan 2.1.1 Pengertian Kemiskinan*, dari Jurnal <http://e-journal.uajy.ac.id/1756/3/2EP15294.pdf>, h. 23

kemiskinan semakin meningkat dikalangan masyarakat khususnya para kaum dhuafa.

Beberapa program yang dilakukan oleh komunitas muda peduli dhuafa salah satunya yaitu program usaha telur asin. Usaha ini dilakukan atas dasar inisiatif dari para anggota komunitas untuk tidak meminta donasi secara terus-menerus dan tidak bergantung kepada para donatur.

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan.³ Aktivitas usaha telur asin yang dilakukan oleh komunitas muda peduli dhuafamerupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup kaum dhuafa, sehingga keuntungan yang diperoleh digunakan untuk memberdayakan mereka. Pelaku usaha telur asin di kota Palopo tergolong masih sedikit, sehingga memberikan peluang kepada komunitas muda peduli dhuafa untuk menjalankan usaha tersebut.

Permintaan adalah keinginan akan sesuatu produk yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membeli.⁴Permintaan akan telur asin di pasar yang semakin meningkat serta adanya kesediaan para konsumen dalam membeli telur asin menyebabkan komunitas muda peduli dhuafaharus memproduksi telur asin untuk memenuhi permintaan konsumen. Namun, saat ini kurangnya pemasok telur bebek di pasaran sehingga mengakibatkan harga telur dipasaran mengalami

³Sudaryono, *Pengantar Bisnis-Teori dan Contoh Kasus*, (Yogyakarta: ANDI, 2015), h. 6

⁴Sudaryono, *Pengantar Bisnis-Teori*,...h. 43

kenaikan harga yang relatif tinggi, sehingga menyebabkan komunitas muda peduli dhuafatidak memproduksi telur asin untuk sementara waktu.

Usaha telur asin yang dilakukan sesuai dengan program yang telah disusun oleh komunitas muda peduli dhuafabukan merupakan usaha yang pelaksanaannya hanya sekali saja dilaksanakan, tetapi akan terus berlanjut kedepannya. Namun karena adanya masalah mengenai pemasok telur yang kurang dan harga telur di pasaran tinggi sehingga usaha telur asin ini berhenti memproduksi.

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang di atas yang menjadi objek kajian dari masalah ini adalah bagaimana upaya yang dilakukan oleh Komunitas muda peduli dhuafa sehingga usaha telur asin yang dilaksanakan tidak terhenti dan dapat meningkat. Dengan alasan tersebut, peneliti mengambil judul "*Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam*".

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas peneliti menuliskan rumusan masalahnya, sebagai berikut:

1. Bagaimana upayadan prospek komunitas muda peduli dhuafadalam meningkatkan usaha telur asin?
2. Bagaimana usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafaditinjau dalam perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin.
2. Untuk mengetahui bagaimana usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dijabarkan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti tentang pemberdayaan kaum dhuafa, termasuk didalamnya tentang bagaimana upaya peningkatan usaha yang dilakukan oleh komunitas muda peduli dhuafa untuk keberlanjutan usaha yang dirintis.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai media pembelajaran untuk mengetahui suatu kegiatan yang dilakukan dalam memberdayakan masyarakat khususnya kaum dhuafa serta proses dalam meningkatkan suatu usaha yang dikelola dalam suatu komunitas.

E. Defenisi Operasional

Dalam penulisan penelitian ini peneliti membatasi defenisi operasional yang akan diteliti agar memudahkan pembaca untuk memahami penelitian ini. Adapun defenisi operasional dari penelitian ini yaitu:

1. Upaya

Upaya adalah usaha yang dilakukan untuk memecahkan persoalan atau mencari jalan keluar dari masalah yang terjadi.

2. Usaha

Usaha menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya).⁵

Jadi, kesimpulannya usaha adalah cara untuk mengekspresikan diri dalam mencapai tujuan yang di inginkan.

3. Komunitas

R.M. Maclver dan Charles H dalam Soekanto, secara singkat menjelaskan bahwa komunitas adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh derajat hubungan sosial tertentu. Dasar-dasar masyarakat setempat adalah lokalitas (tempat tinggal) dan perasaan masyarakat setempat. Defenisi lain mengatakan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*.

⁵Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online, diakses dari <https://kbbi.web.id/usaha> (pada tanggal 14 Juli 2019, pukul 20.55).

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko, dan sejumlah kondisi serupa yang lain. Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian menjadi *communis* yang berarti “sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak.”⁶

Dari beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa komunitas merupakan sebuah kelompok sosial yang memiliki kesamaan visi dan misi dalam membentuk komunitas dan saling mendukung satu sama lain untuk mencapai keinginan bersama yang memiliki maksud, kebutuhan, resiko dan hal lainnya yang sama pula.

4. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang membahas mengenai aktivitas dalam kehidupan umat Islam yang sesuai dengan sumber ajaran Islam yaitu Al-qur'an, Hadist, al-Ijma' dan Qiyas.

⁶Endang Saputri DF, *Jurnal Skripsi Peran Komunitas Wirausaha Muda Surakarta (WMS) Sebagai Wahana Komunikasi Bisnis*, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sebelas Maret, (Surakarta: 2016), h. 5.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Penelitian Terdahulu yang Relevan*

Beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan penulis yang diteliti yaitu:

1. Ariani, (2016), "*Analisis Pemberdayaan Petani Dhuafa (Studi Kasus Di Pertanian Sehat Indonesia)*". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pemberdayaan petani dhuafa sebagai sasaran utama yang dilakukan oleh pertanian sehat Indonesia termasuk sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai tukar petani semakin bertambah dan diimbangi dengan penurunan biaya produksi dalam penggunaan bahan kimiawi serta mampu meningkatkan kesejahteraan petani.¹

Perbedaan dalam penelitian ini membahas mengenai pemberdayaan petani dhuafa dalam meningkatkan kesejahteraan petani, sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti membahas mengenai upaya yang dilakukan komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam.

2. Rahmatullah, (2017), "*Strategi Dakwah Komunitas Sahabat Muda Surabaya Dalam Membentuk Pemuda Social Entrepreneur Yang Islami Berdasarkan Teori Sayyid Muhammad Nuh*". Adapun dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pembinaan yang dilakukan komunitas sahabat muda dalam

¹Hana Ariani, et.al., *Analisis Pemberdayaan Petani Dhuafa (Studi Kasus Di Pertanian Sehat Indonesia)*, dalam *Jurnal KORDINAT*, Vol. XV, No. 2, Oktober 2016, (Depok: STEI SEBI, 2016), h. 275.

membentuk generasi muda *social entrepreneur* yang Islami dapat terwujud karena program yang sudah memenuhi kategori program kewirausahaan, program social dan program karakter (keagamaan).²

Perbedaannya yaitu dalam penelitian ini membahas mengenai pembinaan komunitas dalam membentuk generasi *social enterpreneur* yang Islami sedangkan penelitian yang akan diteliti membahas mengenai upaya komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam.

3. Nahrudin, (2014), "*Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Hasil Perikanan Di Kelurahan Sumpang Binangae Kabupaten Barru*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan pendanaan untuk industry perikanan cukup memberikan manfaat bagi pelaku usaha perikanan ada kemudahan akses pendanaan yang diperoleh. Pemberdayaan dilakukan pemerintah daerah dalam hal pengemasan serta membantu meningkatkan promosi produk usaha pengolahan hasil perikanan ke berbagai daerah, pemberian bantuan sarana dan prasarana usaha untuk pelaku usaha industri abon ikan cukup efektif tetapi pelaksanaan pembinaan yang dilakukan pemerintah daerah belum terlaksana secara berkelanjutan guna meningkatkan nilai tambah ekonomis pada usaha yang telah dibina oleh pemerintah.³

² Nur Said Rahmatullah, *Strategi Dakwah Komunitas Sahabat Muda Surabaya Dalam Membentuk Pemuda Social Entrepreneur Yang Islami Berdasarkan Teori Sayyid Muhammad Nuh*, Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, (Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, 2017), h. 5.

³ Zulfan Nahrudin, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Hasil Perikanan Di Kelurahan Sumpang Binangae Kabupaten Barru*, Jurnal Ilmu Pemerintahan, Vol. IV, No.1, April 2014, (Makassar:UNHAS, 2014), h. 92.

Perbedaannya dalam penelitian ini membahas mengenai pemberdayaan masyarakat dalam mengelola hasil perikanan agar dapat bermanfaat dalam meningkatkan promosi produk usaha, sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti membahas mengenai upaya yang dilakukan komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam.

4. Rahmanto, et.al., (2018), "*Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja UKM (Ditinjau Dari Faktor Internal)*". UKM memberikan kontribusi yang cukup besar dalam sebuah perekonomian. Untuk itu, sangat penting untuk selalu mengembangkan UKM baik secara kuantitas maupun kualitas, terlebih jumlah wirausahawan di Indonesia masih tergolong di sedikit. Semua organisasi, pada dasarnya selalu menghendaki adanya kinerja yang terus meningkat, dengan bergabung di suatu komunitas, diharapkan para anggota memperoleh insight baru dan juga memperluas jaringan yang akan membantu dalam kegiatan bisnis. Tangan di atas, merupakan komunitas terbesar di Indonesia dan cukup aktif. Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa faktor internal berpengaruh terhadap kinerja UKM.⁴

Perbedaannya dalam penelitian ini membahas mengenai peran komunitas dalam meningkatkan kinerja dalam suatu bisnis, sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti membahas tentang upaya yang dilakukan komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam.

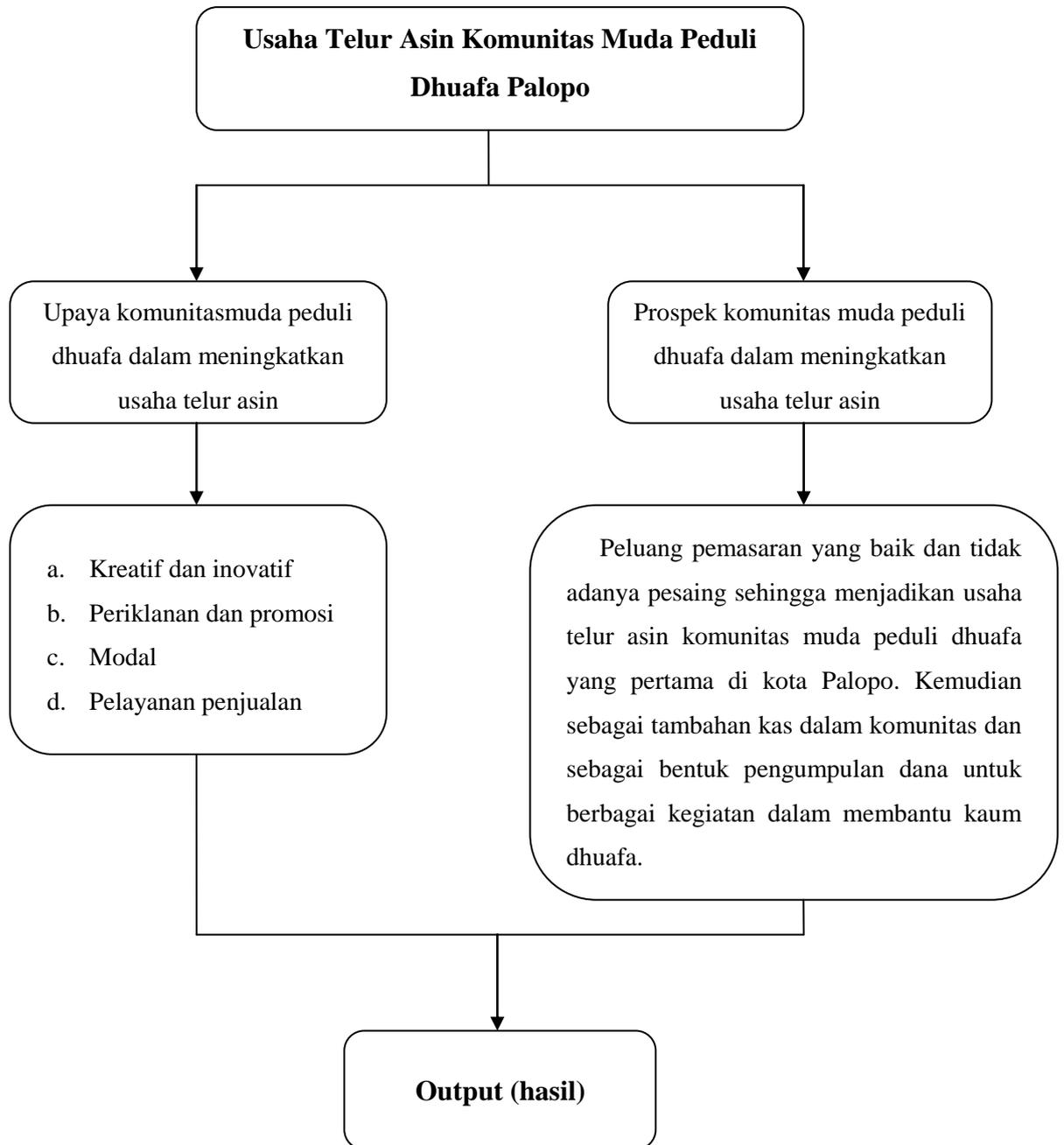
⁴ Basuki Toto Rahmanto et.al., *Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja UKM (Ditinjau dari Faktor Eksternal)*, Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, Vol. 3, No. 1, Februari 2018, (Jakarta: UNIAT, 2018), h. 1.

5. Hafiz, (2017) “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Prospek Pengembangan Usaha Kerupuk Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat*”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa prospek yang dimiliki oleh usaha kerupuk dalam pengembangan usahanya jika dilihat dari peluang pasar bisa dikatakan sangat menjanjikan, tetapi kalau dilihat dari sisi yang lain prospek pengembangan usaha kerupuk cenderung mengalami penurunan, semenjak ada larangan penggunaan soda baru dari pemerintah, yang mengakibatkan pendapatan dan hasil penjualan dari kerupuk tersebut sedikit menurun. Kemudian ditinjau dari ekonomi Islam yang dipraktikkan oleh pengusaha kerupuk yang memperhatikan dan menjalankan batasan-batasan syariah sudah sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam, tetapi pengusaha yang hanya menjalankan beberapa batasan-batasan syariah, mereka belum sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam.⁵

Perbedaannya dalam penelitian ini membahas mengenai prospek pengembangan usaha kerupuk yang ditinjau dalam ekonomi Islam sedangkan penelitian ini membahas mengenai upaya komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam.

⁵Abdul Hafiz, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Prospek Pengembangan Usaha Kerupuk Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat*, Universitas Islam Negeri Mataram, (Mataram: 2017), diakses pada tanggal 21 Februari 2019.

B. Kerangka Pikir



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

C. *Kajian Pustaka*

1. Tinjauan Tentang Komunitas

a. Defenisi Komunitas

Istilah komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Wikipedia Bahasa Indonesia menjelaskan pengertian komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Menurut Agoes Patub BN dalam Ambar Kusumastuti bahwa dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Komunitas (*community*) adalah sebuah kelompok sosial yang terdiri dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama, komunitas dalam konteks manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti “sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak”.⁶

Menurut Mac Iver dalam Soerjono Soekanto, unsur-unsur dalam *sentiment community* adalah:

⁶Ambar Kusumastuti, *Peran Komunitas Dalam Interaksi Sosial Remaja Di Komunitas Angklung Yogyakarta*, Fakultas Ilmu pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, (Januari, 2014), h. 8

a) Seperasaan

Unsur perasaan muncul akibat adanya anggota dalam komunitas yang mengidentifikasi dirinya dengan kelompok dikarenakan adanya kesamaan kepentingan.

b) Sepenanggungan

Sepenanggungan diartikan sebagai kesadaran akan peranan dan tanggung jawab anggota komunitas dalam kelompoknya.

c) Saling memerlukan

Unsur saling memerlukan diartikan sebagai perasaan ketergantungan terhadap komunitas baik yang sifatnya fisik maupun psikis.

Menurut Montagu dan Matson dalam Ambar Sulistiyani, terdapat sembilan konsep komunitas yang baik dan empat kompetensi masyarakat, yakni: a) setiap anggota komunitas berinteraksi berdasar hubungan pribadi dan hubungan kelompok; b) komunitas memiliki kewenangan dan kemampuan mengelola kepentingannya secara bertanggungjawab; c) memiliki vialibitas, yaitu kemampuan memecahkan masalah sendiri; d) pemerataan distribusi kekuasaan; e) setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi demi kepentingan bersama; f) komunitas memberi makna pada anggota; g) adanya heterogenitas dan beda tempat; h) pelayanan masyarakat ditempatkan sedekat dan secepat kepada yang berkepentingan; i) adanya konflik dan managing conflict. Sedang untuk melengkapi sebuah komunitas yang baik perlu ditambahkan kompetensi sebagai berikut, a) kemampuan mengidentifikasi masalah dan kebutuhan

komunitas; b) menentukan tujuan yang hendak dicapai dan alat skala prioritas; c) kemampuan menemukan dan menyepakati cara dan alat mencapai tujuan; d) kemampuan bekerjasama secara rasional dalam mencapai tujuan.

Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya, didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial-ekonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi dan geografis. Masing-masing komunitas, karenanya akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapinya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

b. Bentuk-Bentuk Komunitas

Dalam kaitan komunitas yang diartikan sebagai pagyuban atau *gemeinschaft*, paguyuban dimaknai sebagai suatu bentuk kehidupan bersama dimana anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni, alamiah, dan kekal, biasanya dijumpai dalam keluarga, kelompok kekerabatan, rukun tetangga, rukun warga dan lain sebagainya

Ciri-ciri *gemeinschaft* menurut Tonnies dalam Soerjono Soekanto, yaitu: 1) hubungan yang intim, 2) privat, 3) eksklusif. Sedang tipe *gemeinschaft* sendiri ada tiga, yaitu:

- 1) *Gemeinschaft by blood*, hubungannya didasarkan pada ikatan darah atau keturunan.

- 2) *Gemeinschaft of place*, hubungannya didasarkan pada kedekatan tempat tinggal atau kesamaan lokasi.
- 3) *Gemeinschaft of mind*, hubungannya didasarkan pada kesamaan ideologi meskipun tidak memiliki ikatan darah maupun tempat tinggal yang berdekatan.

Menurut Mac Iver dalam Mansyur Cholil, keberadaan *communal code* (keberagam aturan dalam kelompok) mengakibatkan komunitas terbagi menjadi dua, yaitu:

- a) *Primary group*, hubungan antar anggota komunitas lebih intim dalam jumlah anggota terbatas dan berlangsung dalam jangka waktu relatif lama. Contoh: keluarga, suami-istri, pertemanan, guru-murid, dan lain-lain.
- b) *Secondary group*, hubungan antar anggota tidak intim dalam jumlah anggota yang banyak dan dalam jangka waktu relatif singkat.

Contoh: perkumpulan profesi, atasan-bawahan, perkumpulan minat/hobi, dan lain-lain.

Dalam hal ini komunitas muda peduli dhuafa dapat dikategorikan sebagai bentuk *gemeinschaft of mind* atau didasarkan pada kesamaan ideologi atau pemikiran untuk memberdayakan kaum dhuafa yang berada di kota Palopo melalui usaha telur asin yang dikelola oleh anggotanya dan menjadi bagian dari *secondary group* dimana komunitas ini terbentuk karena adanya kesamaan minat anggotanya dalam mengelola suatu usaha.

2. Kaum dhuafa

Kaum dhuafa adalah golongan manusia yang lemah. Hidup dalam kemiskinan, kesengsaraan, kelemahan, ketakberdayaan, ketertindasan, dan penderitaan yang tiada putus. Kaum dhuafa terdiri dari orang-orang terlantar, fakir miskin, anak-anak yatim dan orang cacat.⁷ Perintah menyantuni kaum dhuafa terdapat dalam QS. al-Isra(17):26-27.

Allah Swt. Berfirman:

وَأَتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ
 ۲۶ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ
 ۲۷

Terjemahannya:

Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.⁸

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa kewajiban seseorang untuk memberikan haknya kepada kaum yang lemah berupa; kasih sayang, rasa hormat, nafkah, keamanan dan pertolongan bila diperlukan. Dimana hak dari fakir miskin adalah memperoleh santunan dan sedekah, serta kasih sayang dari kita yang masih mampu menunaikannya. Sedangkan hak orang yang dalam perjalanan adalah memperoleh bantuan materi bila diperlukan dan bantuan pertolongan agar dapat sampai kepada tujuannya dengan selamat. Dan Allah juga menjelaskan dalam ayat tersebut larangan dalam menghambur-

⁷Mediapais, (Mei, 2017), *Kaum Dhuafa*, dari <https://mediapais.wordpress.com/kaum-dhuafa/> diakses 10 Juli 2018.

⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 284.

hamburkan harta, yaitu membelanjakan harta benda yang tidak ada manfaatnya, bahkan sebaliknya membelanjakan harta yang tidak sesuai dengan ketentuan dan keperluannya akan membawa kerusakan pada diri sendiri.

Kaum dhuafa adalah orang-orang yang miskin yang ada di jalanan, di pinggir dan di sudut-sudut lingkungan kumuh. Mereka bekerja sebagai pemulung, para pedagang asongan, pengemis jalanan, buruh bangunan dan abang becak. Kehidupan yang mereka jalani tersebut memang harus dilakukan guna untuk menyambung kehidupan mereka kedepannya. Karena jika tak bekerja dengan segala kondisi ekonomi yang mereka alami maka mengharuskan mereka untuk menjalankan berbagai pekerjaan apapun selagi mereka masih kuat dan mampu untuk mengerjakannya.

Kaum dhuafa disebut oleh Nabi Muhammad Saw. sebagai orang-orang yang sangat dekat dengan Nabi kelak diakhirat, hidup mereka lebih berharga dan terhormat dari pada mereka yang makan uang rakyat. Do'a orang-orang *mustadl'afin* (orang yang terlemahkan) akan cepat dikabulkan oleh Allah Swt. bahkan Nabi Muhammad Saw. bersabda, bahwa kelak Nabi akan bersama kaum dhuafa diakhirat. Maka sudah selayaknya, sebagai ummat Nabi Muhammad Saw. untuk membela kepentingan para kaum dhuafa dan berjuang memperoleh hak hidup mereka yang layak. Hak hidup yang adil dalam memperoleh makan dan minum serta lapangan pekerjaan.

Para kaum dhuafa sering kita jumpai diperempatan jalan ataupun diberbagai tempat seperti halnya dalam pasar hanya untuk menengadahkan

tanggannya meminta dan mengaharapkan pemberian dari orang-orang yang berlalu lalang dalam pasar agar memberikan mereka beberapa rupiah. Hal itu sungguh sangat menyedihkan dan sangat memperhatikan untuk kita lihat. Kenyataan itu seharusnya membuat kita sadar dan tergerak untuk dapat memberdayakan mereka agar kelak mendapat kehidupan yang layak serta agar dapat bertahan hidup dengan kondisi perekonomian yang semakin tinggi untuk mereka dapatkan.

Menurut Ginanjar Kartasasmita, pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi serta berupaya untuk mngembangkan.⁹Pemberdayaan adalah istilah yang sudah familiar bagi kalangan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), akademisi, organisasi sosial kemasyarakatan bahkan bagi kalangan pemerintah. Pemberdayaan ini muncul bersamaan dengan adanya kesadaran akan perlunya partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Upaya sering diartikan sebagai usaha atau ikhtiar untuk mencapai suatu apa-apa yang hendak dicapai untuk diinginkan. Sedangkan upaya pemberdayaan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam membangun potensi yang ada dalam masyarakat guna untuk mendukung tercapainya kesejahteraan.

Upaya pemberdayaan menurut Ginandjar Kartasasmita harus dilakukan melalui tiga jalan: *Pertama*, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Titik tolaknya adalah

⁹Ginandjar Kartasasmita, *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan Dan Pemerataan*, (Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo, 1996), h. 145

pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat mempunyai potensi yang dapat dikembangkan dalam membangun daya yaitu, dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya. *Kedua*, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*). Penguatan ini melalui langkah-langkah nyata dan menyangkut berbagai kegiatan, berbagai masukan dan berbagai peluang membuat mereka menjadi berdaya. Dalam rangka ini, upaya amat pokok adalah peningkatan taraf penduduk, derajat kesehatan serta sumber-sumber kemajuan ekonomi maupun kepada aspek yang lain. *Ketiga*, memberdayakan mengandung arti melindungi dan membela kepentingan yang lemah agar tidak bertambah lemah. Dalam hal ini yang dibutuhkan adalah adanya upaya-upaya nyata untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang serta eksploitasi yang kuat terhadap yang lemah.

Dari beberapa pengertian telah diketahui bahwa kaum dhuafa adalah orang-orang yang lemah atau tertindas. Kemiskinan otomatis sangat berkaitan erat dengan sumber daya manusia khususnya kaum dhuafa ini. Meningkatnya sumber daya manusia mengandung upaya menghapuskan kemiskinan. Oleh karena itu, dalam meningkatkan taraf hidup kaum dhuafa salah satu program yang dilaksanakan adalah mengurangi dan menghapus kemiskinan dengan cara membuka suatu usaha, dimana dengan usaha yang dikelola tersebut nantinya akan memberikan manfaat dan sedikit meringankan beban mereka yang lemah dalam hal ekonomi.

Komunitas muda peduli dhuafa menjadi salah satu komunitas yang hadir untuk membantu para kaum dhuafa dengan memberdayakan kehidupan mereka agar dapat hidup layak. Kegiatan ini sangat positif dan tentunya juga produktif. Bukan hanya memberikan apa yang kaum dhuafa butuhkan misalnya pakaian yang layak pakai, makanan dan minuman atau sembako tetapi juga membangun usaha guna agar dapat terus menerus membantu kaum dhuafa. Usaha itu tidak lepas dari keinginan bahkan cita-cita bersama sesama komunitas dalam memberdayakan kaum dhuafa agar hidup mereka dapat setara dengan masyarakat pada umumnya yang memiliki penghasilan cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

3. Konsep Usaha

a. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai berikut; 1) Usaha Mikro, adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2) Usaha Kecil, adalah 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 langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3) Usaha Menengah, adalah 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 langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.¹⁰

Dari pengertian UMKM yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tersebut diatas, terdapat juga beberapa lembaga atau instansi bahkan memberikan defenisi tersendiri pada UMKM, diantaranya:

a) Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan:

- 1) Usaha kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang dimiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah).
- 2) Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga Negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000,- (dua ratus rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan.

b) Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan defenisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja.

¹⁰ Nur Wanita, *Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Pasar Manonda Palu*, Jurnal Penelitian Ilmiah, Vol. 3, No. 2 (Desember 2015), Diakses pada tanggal 06 Juli 2019, pukul 10:21, h. 254-255

- 1) Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 5 sampai 19 orang.
 - 2) Usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.
- c) Berdasarkan keputusan menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 menyatakan bahwa usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan atau usaha yang mempunyai penjualan atau omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000,- (enam ratus juta rupiah) atau asset/aktiva setinggi-tingginya Rp. 600.000.000,- (diluar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari: (1) bidang usaha (firma, CV, PT, dan koperasi); dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).¹¹

Usaha kecil adalah usaha yang pemiliknya mempunyai jalur komunikasi langsung dengan kegiatan operasi dan juga dengan sebagian besar tenaga kerja yang ada dalam kegiatan usaha tersebut dan biasanya hanya memperkerjakan tidak lebih dari lima puluh orang.¹²

Usaha kecil merupakan bagian integral dunia usaha dan kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki potensi, kedudukan, dan peranan yang cukup strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian yang mampu

¹¹Rahmawati, et. el. 2016. *Bisnis Usaha Kecil Menengah: Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cet. Ke-1, Yogyakarta: Ekuilibria. h. 74.

¹²Drs. Daryanto. 2013. *Pengantar Kewirausahaan. Cetakan Pertama*. Jakarta: Prestasi Pustaka. h. 2

memberikan pelayanan ekonomi, melaksanakan pemerataan, dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta mewujudkan stabilitas ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengembangan yang berkesinambungan guna meningkatkan kemajuan pada industri kecil agar mampu mandiri menjadi usaha yang tangguh dan juga memiliki keunggulan di dalam memberikan kepuasan konsumen serta dapat menciptakan peluang pasar yang lebih besar.¹³

Usaha kecil adalah setiap usaha perseorangan atau badan hukum yang menjalankan kegiatan dibidang ekonomi yang dilakukan. Secara sederhana dengan tujuan memperoleh keuntungan dengan batasan-batasan tertentu. Usaha kecil menyebutkan bahwa, perusahaan atau usaha kecil adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut.¹⁴

Usaha kecil yang dimaksud disini juga meliputi usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, antara lain industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling dan pedagang kaki lima. Sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang

¹³Sri Wahyuningsih, *Memilih Usaha Kecil Dan Pengembangannya*, [168514-ID-memilih-usaha-kecil-dan-pengembangannya.pdf](#), Diakses pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 13:02, h. 286-287.

¹⁴Sri Wahyuningsih, *Memilih Usaha Kecil...*, h. 287.

menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun dan atau berkaitan dengan seni atau budaya.¹⁵ Sedangkan menurut defenisi Mitzerg mengatakan bahwa, sektor usaha kecil adalah *entrevenual organization* yang memiliki struktur organisasi sederhana tanpa staff berlebihan, pembagian kerja fleksibel, hierarki manajer kecil, aktifitas dikelola relatif tanpa perencanaan dan sangat jarang melakukan pelatihan.

Kelahiran Undang-Undang usaha kecil dimaksudkan untuk memberikan dasar hukum dalam pemberdayaan usaha kecil, karena usaha kecil sebagai bagian integral dari dunia usaha yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam menunjang perkembangan perekonomian nasional.

Dalam perekonomian Indonesia, sektor usaha kecil memegang peranan yang sangat penting terutama bila dikaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha kecil. Usaha kecil ini selain memiliki arti strategis bagi pembangunan, juga sebagai upaya untuk meratakan hasil pembangunan yang telah dicapai. Pertumbuhan ekonomi Indonesia juga tidak saja didukung usaha-usaha besar tetapi juga oleh usaha-usaha kecil karena bagaimanapun juga usaha kecil tetap memberi kontribusi terhadap perekonomian nasional yang tidak sedikit. Tidak dapat dipungkiri bahwa sektor industri usaha kecil merupakan segmen yang paling banyak meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan rendah terutama yang berpendidikan relatif kurang tinggi. Serta dengan adanya usaha kecil yang

¹⁵ Diakses dari https://karyatulisilmiah.com/pengertian-usaha-kecil/?upm_export=pdf

bergerak dalam memberdayakan para pelaku usaha maka tidak dipungkiri juga memberikan manfaat bagi para kaum dhuafa untuk memperoleh kesempatan dalam menikmati kehidupan yang lebih baik, tinjauan hidup mereka tidak hanya diperoleh dari bantuan para donatur tetapi dari usaha bersama yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang tergabung dalam suatu komunitas khusus diberikan kepada mereka dalam melanjutkan hidup agar lebih sejahtera.

Sampai saat ini, batasan usaha kecil masih berbeda-beda bergantung pada fokus permasalahannya masing-masing. Seperti yang dikemukakan oleh Dun Steinhoff dan John F. Burgess, “usaha kecil telah didefinisikan dengan cara yang berbeda bergantung pada kepentingan organisasi. Dengan melirik pengertian dari para ahli tersebut mengenai pengertian usaha kecil yang didefinisikan berbeda-beda tergantung kepada kepentingan organisasi yang menggunakannya maka, pada usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa yang merupakan usaha bersama yang dilakukan oleh sesama anggota komunitas yaitu dengan mengelola pendanaan dari hasil usaha telur asin yang dikerjakan sesuai dengan kepentingan untuk memberdayakan kaum dhuafa.

Karakteristik usaha kecil dengan skala yang serba terbatas juga memiliki kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimaksud terletak pada kemampuan melakukan fleksibilitas dalam menghadapi berbagai tantangan lingkungan. Adapun kekuatan usaha kecil yaitu sebagai berikut:

- a) Mengembangkan kreativitas usaha baru

- b) Melakukan inovasi
- c) Ketergantungan usaha besar terhadap usaha kecil
- d) Daya tahan usaha kecil pasca krisis tahun 1998

Sebaliknya dari sejumlah kekuatan usaha kecil juga memiliki kelemahan. Adapun kelemahan usaha kecil dapat dikategorikan ke dalam dua aspek, yaitu:

1) Aspek kelemahan struktural

Kelemahan struktural adalah kelemahan usaha kecil dalam manajemen, organisasi, teknologi, sumber daya, dan pasar. Kelemahan faktor struktural yang satu saling terkait dengan faktor yang lain, kemudian membentuk lingkaran ketergantungan yang tidak berujung dan membuat usaha kecil terdominasi dan rentan.

2) Aspek kelemahan kultural

Kelemahan kultural adalah kelemahan dalam budaya perusahaan yang kurang mencerminkan perusahaan sebagai "*corporate culture*". Kelemahan kultural berdampak terhadap terjadinya kelemahan struktural. Kelemahan kultural mengakibatkan kurangnya akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses permodalan, pemasaran, dan bahan baku.

Dalam melakukan suatu usaha tidak lepas dari semangat untuk bekerja agar dapat menghasilkan pekerjaan yang baik. Kerja itu sendiri menjadi hal yang selalu dilakukan oleh setiap individu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Kerja dalam Islam itu merupakan kewajiban bagi setiap

individu, baik kerja untuk memperoleh harta benda ataupun bekerja untuk tujuan akhirat.

Islam sebagai suatu sistem kehidupan manusia mengandung suatu tatanan nilai dalam semua aspek kehidupan manusia termasuk dalam hal kerja produktif. Sikap Islam terhadap kerja bisa dilihat dari ayat-ayat Al-qur'an, diantaranya firman Allah dalam Q.S at-Taubah /9:105.

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ۱۰۵

Terjemahannya:

Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu Diberitakannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”¹⁶

Dalam Islam, kerja bukanlah sekedar untuk memperoleh penghasilan, namun bekerja merupakan perintah agama agar menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesamanya. Melalui bekerja dapat diperoleh berbagai pengalaman, dorongan untuk terus bekerja bahwa hari ini harus lebih baik dari kemarin, kreatif, dituntut untuk bekerja keras dan siap menghadapi perkembangan zaman. Bekerja bukan hanya sebatas memenuhi kebutuhan hidup agar dapat terpenuhi dan bertahan tetapi juga harus berusaha semangat dalam bekerja diperlukan demi menggapai kesuksesan dan kebahagiaan yang diharapkan dalam sebuah pekerjaan. Sehingga, bekerja

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010). h. 203.

tanpa dilandasi dengan semangat untuk mencapai tujuan tentu saja akan sia-sia dan tak bernilai.

b. Kriteria UMKM

1) Kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008.

Adapun kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha dapat dilihat pada tabel 1.1.

1.1 Perbandingan Usaha UMKM.

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1.	Usaha Mikro	Maks 50 Juta	Maks 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	>500 Juta-10 Miliar	>2,5 Miliar-50 Miliar

Sumber Kementerian Koperasi dan UKM, 2012

2) Kriteria UMKM berdasar perkembangan

Selain berdasar Undang-Undang tersebut, dari sudut pandang perkembangan usaha UMKM sampai saat ini, Rahmana dalam Mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:

(1) *Livelihood Activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, misalnya adalah pedagang kaki lima (PKL).

(2)*Micro Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

(3)*Small Dynamic Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

(4)*Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).¹⁷

Sementara itu, ciri-ciri UMKM menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

1. Ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut: a) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti, b) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat, c) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha, d) Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai, e) Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah, f) Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank, g) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
2. Ciri-ciri usaha kecil adalah sebagai berikut: a) Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah, b) Lokasi/tempat

¹⁷Rahmawati, et. el. 2016.*Bisnis Usaha Kecil Menengah;Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cet. Ke-1. Yogyakarta: Ekuilibria. h. 74-75

usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah, c) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha, d) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP, e) Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha, f) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal.

3. Ciri-ciri usaha menengah adalah sebagai berikut: a) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi, b) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan, c) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan dan lain-lain, d) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dan lain-lain, e) Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.¹⁸

c. Kinerja UMKM

Setiap organisasi pasti menghendaki adanya kinerja organisasinya terus mengalami peningkatan. Kinerja yang rendah mencerminkan adanya

¹⁸ Nur Wanita, *Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Pasar Manonda Palu*, Jurnal Penelitian Ilmiah, Vol. 3, No. 2 (Desember 2015), Diakses pada tanggal 06 Juli 2019, Pukul 10:21, h. 255-256

pencapaian pada suatu organisasi yang masih perlu ditingkatkan. Menurut Ranto dalam Basuki Toto Rahmanto, kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran mengenai sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi. Sebagian besar, perusahaan mengukur kinerjanya berdasarkan tingkat penjualan dan laba perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Penilaian kinerja suatu organisasi sendiri sering diartikan dengan kata *assessment*, dan kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Penilaian kinerja merupakan penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi, dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁹

4. Peningkatan Usaha

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu maksud.²⁰ Dalam Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan

¹⁹Basuki Toto Rahmanto, et, al, *Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja UKM (Ditinjau Dari Faktor Internal)*, Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol. 3, No. 1, (Februari2018),Diakses pada tanggal 21 Februari 2019, pukul 13:02, h. 4

²⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Edisi ke-3, h. 1254

apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.²¹

Dalam suatu perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan sekaligus memuaskan konsumen di satu sisi dan menciptakan keuntungan di sisi yang lain maka diperlukan pengelolaan usaha yang baik agar tujuan dari usaha tersebut dapat tercapai. Selain dengan kemampuan untuk melihat peluang, maka dalam bisnis juga diperlukan manajemen agar bisnis mampu mendatangkan laba. Kemampuan dalam memperoleh laba menjadi hal yang mutlak, karena dengan adanya laba maka dapat dijaga kelangsungan usaha perusahaan. Sementara itu kelangsungan suatu perusahaan lah yang dapat menghantarkan perusahaan menjadi tumbuh dan berkembang.²²

Peningkatan adalah usaha untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Suatu usaha untuk tercapainya suatu peningkatan biasanya diperlukan perencanaan dan eksekusi yang baik. Perencanaan dan eksekusi ini harus saling berhubungan dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan.²³ Dalam dunia usaha sering kali dijumpai permasalahan yang berkenan dengan pemikiran pelaku usaha tentang bagaimana cara mereka akan meneruskan usaha yang mereka kerjakan agar

²¹Ismail solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus*, (Jakarta:Kencana, 2006). h. 27

²²Sentot ImamWahjono, *Bisnis Modern*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2010)Ed. Pertama, h. 4-5.

²³Lilis Ariyani, "Karyaa", Blog Lilis Ariyani. Diakses dari <http://lilisariyani1.blogspot.com/2016/09/karyaa.html>, (pada tanggal 10 agustus 2018).

tetap berjalan dan meningkat. Dan tidak sedikit masyarakat yang memiliki pendapatan yang sedikit melakukan usaha agar dapat menambah keuangan dalam keluarganya. Cara yang mereka tempuh yaitu dengan berjualan. Lokasi mereka dimana saja, disudut jalan, dijembatan penyebrangan, diemperan toko, didepan rumah, dibelakang rumah, ditrotoar, diperempatan lampu merah, didalam kendaraan, dipersimpangan jalan, dan bahkan ditempat-tempat lain yang sulit dibayangkan.

Hal ini berdasarkan keadaan mereka yang mendesak untuk memenuhi kebutuhan mereka yang terdesak, yakni kebutuhan untuk mampu bertahan hidup yang sesuai dengan teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow yang mengutarakan tentang kebutuhan dasar manusia. Namun bisa juga sebaliknya, seseorang memasuki dunia usaha karena dorongan akan adanya tiga motif insentip yang sangat kuat. Ketiga motif insentip yang dimaksud pertama adalah keuntungan dan bebas dari batasan gaji maupun bebas mengatur jam kerja sendiri. Motif insentip kedua berupa kebebasan untuk mengatur diri sendiri serta tidak terikat dengan rambu-rambu organisasi yang ketat, dan motif insentip ketiga berupa kepuasan menikmati kehidupan dalam arti bebas dari rutinitas dan rasa bosan serta lebih menikmati menghadapi tugas pekerjaan yang selalu memberikan tantangan.

5. Konsep Ekonomi Islam

a. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang per orang, kelompok orang badan usaha yang berbadan hukum atau tidak

berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.²⁴

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang multidimensi/interdisiplin, komperhensif, dan saling terintegrasi, meliputi ilmu Islam yang bersumber dari Al-qur'an dan al-Hadist, dan juga ilmu rasional (hasil pemikiran dan pengalaman manusia), dengan ilmu ini manusia dapat mencapai *falah* (kebahagiaan).²⁵ *Falah* (kebahagiaan) yang dimaksud adalah mencakup keseluruhan aspek kehidupan manusia, yang meliputi aspek spiritualis, moralis, ekonomi, sosial, budaya dan politik, baik dicapai di dunia maupun di akhirat. Ali Anwar Yusuf memberikan defenisi ekonomi, menurutnya ekonomi kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang dan jasa serta mendistribusikannya.²⁶

Secara etimologi kata ekonomi berasal dari bahasa *oikonomia* (Yunani), yang terdiri dari dua kata yaitu *oikos* dan *nomos*. *Oikos* yang berarti rumah dan *nomos* yang berarti aturan dan hukum, secara garis besar diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Jadi, ekonomi adalah aturan-aturan untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup manusia dalam rumah tangga. Rumah tangga dalam hal ini meliputi rumah tangga

²⁴Abdul Hafiz, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Prospek Pengembangan Usaha Kerupuk Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat*, Universitas Islam Negeri (UIN), (Mataram: 2017), h. 16

²⁵Veithzal Rivai, Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Bukan opsi, Tetapi Solusi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 91.

²⁶Veithzal Rivai, Andi Buchari, *Islamic Economics..*, h. 325.

perseorangan (keluarga), badan usaha, atau perusahaan rumah tangga pemerintah, dan sebagainya. Sedangkan pengertian ekonomi Islam secara terminology terdapat pengertian menurut beberapa ahli ekonomi muslim sebagai berikut:

- 1) M. Akram Kan menjelaskan bahwa ilmu ekonomi Islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar bekerja sama dan partisipasi. Defenisi ini memberikan dimensi normatif (kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat), serta dimensi positif (mengorganisir sumber daya alam).²⁷
- 2) M. Umer Chapra mendefenisikan bahwa ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas, yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.²⁸
- 3) Muhammad Abdul Manan memberikan pengertian ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi

²⁷Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 16

²⁸Umer Chapra, *Ekonomi Dan Tantangan Ekonomi, Islam Kontemporer* (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), h. 215

yang diilhami nilai-nilai Islam, berdasarkan empat bagian yang nyata dari pengetahuan yaitu al-Qur'an, as-Sunnah, Ijma', dan Qiyas.²⁹

Dari beberapa defenisi tentang ekonomi Islam diatas maka dapat ditarik kesimpulan tentang defenisi ekonomi Islam, bahwa ekonomi Islam merupakan suatu perilaku individu dalam kegiatan ekonominya harus sesuai dengan syari'at dan tuntunan yang berlaku dalam Islam untuk mewujudkan dan menjaga *maqhasyid syariah* (agama, jiwa, akal, nasab dan harta).

b. Prinsip Dan Tujuan Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dibangun atas dasar ekonomi dan Islam, karena ia merupakan bagian yang tak terpisahkan (integral) dari agama lain. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Pada dasarnya prinsip ekonomi Islam adalah sebagai berikut:³⁰

1) Prinsip tauhid/ketuhanan

Ekonomi Islam dihasilkan dari agama Allah dan mengikat semua manusia tanpa terkecuali. Sistem ini meliputi semua spek universal dan partikular dari kehidupan dalam satu bentuk.

2) Prinsip keseimbangan

Ekonomi Islam memadukan kepentingan pribadi dan kemaslahatan masyarakat dalam bentuk yang berimbang.

3) Prinsip *khalifah*

²⁹ Veithzal Rivai, Andi Buchari, *Islamic Economics...*, h. 325

³⁰ Veithzal Rivai, Andi Buchari, *Islamic Economics...*, h. 223

Ekonomi Islam menjadikan manusia sebagai fokus perhatian. Dimana manusia diposisikan sebagai pengganti Allah di bumi untuk memakmurkan kehidupannya.

4) Prinsip keadilan

Ekonomi Islam ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan tidak mengeksploitasi kekayaan saja tetapi juga menjaga manfaatnya.

Ekonomi Islam memiliki prinsip-prinsip yang berbeda dari ekonomi-ekonomi lainnya, dan dikatakan ekonomi Islam jika sebuah ekonomi yang dijalaninya tersebut telah memenuhi/menjalankan prinsip ekonomi Islam diatas.

Sedangkan tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dan syari'at Islam itu sendiri (*maqashid asy-syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, melalui suatu tatanan kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*). Inilah kebahagiaan hakiki yang diinginkan oleh setiap manusia, bukan kebahagiaan semu yang sering kali pada akhirnya justru melahirkan penderitaan dan kesengsaraan.

Ekonomi Islam tidak hanya berorientasi untuk pembangunan fisik-material dan individu, masyarakat dan negara saja, tetapi juga memperhatikan pembangunan aspek-aspek lain juga merupakan elemen penting kehidupan yang sejahtera dan bahagia. Ekonomi yang baik yaitu ekonomi yang menghantarkan masyarakat banyak kepada kemaslahatan dunia dan akhirat,

dan hal tersebut dapat dicapai apabila ekonomi Islam tersebut diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

c. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam

Nilai-nilai dalam al-Qur'an dan Hadist terkait dengan ekonomi sangatlah banyak. Dari berbagai pandangan ekonomi muslim dapat disimpulkan bahwa inti dari ajaran Islam adalah tauhid, yaitu bahwa segala aktivitas manusia di dunia ini termasuk ekonomi hanya dalam rangka untuk ditujukan mengikuti suatu kaedah hukum, yaitu hukum Allah. Dalam pelaksanaannya, nilai tauhid ini diterjemahkan dalam banyak nilai dan terdapat tiga nilai dasar yang menjadi pembeda ekonomi Islam dengan lainnya, yaitu:

1) *'Adl*

Keadilan (*'adl*) merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam. Menegakkan keadilan dan memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasul-Nya. Keadilan seringkali diletakkan sederajat dengan kebijakan dan ketakwaan, seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menetapkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashid syari'ah*.

Dengan berbagai muatan makna “adil” tersebut, secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan pelaku dimata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan.

Seluruh makna adil tersebut akan terealisasi jika setiap orang menjunjung tinggi nilai kebenaran dengan menempatkan sesuatu dengan porsinya.

2) *Khalifah*

Nilai khalifah secara umum berarti tanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah di alam semesta. Manusia diciptakan Allah untuk memakmurkan bumi dan alam semesta. Kesadaran sebagai wakil Allah di muka bumi melahirkan sikap berekonomi yang benar sesuai dengan tuntunan syari'at Islam, berekonomi semata-mata untuk kemaslahatan umat manusia, dan beberapa mewujudkan keadilan dan kesejahteraan bagi seluruh manusia.³¹

3) *Takaful*

Islam mengajarkan bahwa seluruh manusia adalah bersaudara. Sesama orang Islam adalah bersaudara dan belum sempurna iman seseorang sebelum ia mencintai saudaranya melebihi cintanya pada diri sendiri. Hal ini yang mendorong manusia untuk mewujudkan hubungan yang baik diantara individu dan masyarakat melalui konsep penjaminan oleh masyarakat atau *takaful*.

Jaminan masyarakat (*social insurance*) ini merupakan bantuan yang diberikan masyarakat kepada anggotanya yang terkena musibah atau masyarakat yang tidak mampu. Jaminan sosial ini tidak hanya bersifat material tetapi juga bersifat non-materi. Adapun bentuk jaminan antara lain:

- a) Jaminan terhadap pemilik dan pengelola sumber daya oleh individu.

³¹Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 66

- b) Jaminan setiap individu untuk menikmati hasil pembangunan atau output.
- c) Jaminan setiap individu untuk membangun keluarga sakinah.
- d) Jaminan untuk *amar ma'ruf nahi munkar*.

Islam memberikan keluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang bisnis itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariat Islam sebagai pekerjaan yang ditekuni oleh seorang wirausaha muslim, seperti usaha telur asin yang dikelola oleh komunitas muda peduli dhuafa merupakan ibadah. Ibadah bila disatu sisi dikerjakan dengan baik dan lurus akan mendatangkan kebaikan (pahala) dan apabila dilaksanakan tidak sesuai dengan syariah maka akan dipertanggungjawabkan dipengadilan Allah di hari kiamat nanti. Oleh karena itu, agar wirausahawan merasa aman dalam menjalankan bisnisnya, maka ada baiknya kita kembali untuk melihat batasan-batasan syariah yang berkenaan dengan praktik bisnis atau usaha ini, seperti pantangan moral bisnis yang harus dihindari dalam melakukan suatu bisnis, yaitu:

- a. *Maysir*, yaitu segala bentuk spekulasi yang mematkan sektor riil dan tidak produktif.
- b. *Asusila*, yaitu praktik usaha yang melanggar keasusilaan dan norma sosial.
- c. *Gharar*, yaitu transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas, sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.

- d. *Haram*, yaitu objek transaksi dan proyek usaha yang di haramkan syariah.
- e. *Ikhtikar*, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga.
- f. *Berbahaya*, yaitu segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan *maslahat* dalam *maqashid al-syariah*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan empiris, yaitu penulis mengemukakan pembahasan berdasarkan pengamatan langsung dari lapangan. Penelitian ini bermaksud untuk memudahkan peneliti dalam menjelaskan maksud dari penelitian serta memperjelas sasaran dari penelitian yang akan dicapai, sehingga apa yang menjadi tujuan dari penelitian ini bisa tercapai sesuai dengan yang diharapkan serta memberikan gambaran langsung sesuai yang terjadi dilapangan dengan menggunakan data-data yang bersifat kualitatif.

Adapun jenis penelitian ini adalah kualitatif, yaitu suatu pengelola data yang bersifat uraian, argumentasi, dan pemaparan yang kemudian akan dianalisis. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran melalui kumpulan-kumpulan data yang diperoleh setelah dianalisis, dibuat, dan disusun secara sistematis (menyeluruh) dan sistematis yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati yang memiliki validitas baik, baik bersumber dari pustaka (*library*), serta dilakukan dengan uraian dan analisis yang mendalam dari data yang diperoleh dari lapangan.¹

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu di Jl. Haji Hasan No. 35 (Lesehan Mas kuningkuning) Kelurahan Amassangan Kecamatan Wara Kota

¹ Robert Bogdandan Steven J. Taylor, *Kualitatif Dasar-dasar Penelitian*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), h. 107

Palopo. Lokasi ini dipilih karena telah sesuai dengan objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian.

C. Subjek Penelitian

Adapun dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah bagian divisipemberdayaandanbisnis pada komunitas muda peduli dhuafa Palopo.

D. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data manusia atau biasa yang disebut informan. Dalam hal ini peneliti menguraikan siapa-siapa yang menjadi sumber data untuk memperoleh data yang valid (asli). Peneliti memaparkan data yang diperoleh dari perpustakaan seperti buku-buku, internet maupun yang lainnya. Adapun jenis data yang disajikan sebagai sumber data adalah sebagai berikut:

a. Data primer

Dimana data primer adalah yang bersumber langsung dari responden melalui wawancara kepada para responden dengan harapan dapat menjawab dengan baik dan memberikan informasi yang jelas dan akurat terhadap pertanyaan yang telah diberikan terkait dengan judul.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data ini diperoleh dengan cara:

- 1) Pencatatan, yaitu dengan mencatat dari laporan-laporan yang mendukung penelitian.

- 2) Studi kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan membaca referensi yang terkait dengan objek peneliti.
- 3) Literatur, yaitu dari data internet dan buku-buku yang dianggap relevan dalam memberikan informasi terutama dalam hal menunjang tinjauan teoritis terhadap penulisan ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian yang terpenting dalam suatu penelitian. Bahkan merupakan suatu keharusan bagi seorang peneliti. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, maka peneliti menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data.

Sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

a) Observasi

Observasi adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya.² Adapun menurut Syaodih N dalam Djam'an Satori & Aan Komariah mengatakan bahwa, observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.³ Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi langsung, yaitu teknik pengumpulan data mengenai perilaku dan kejadian secara detail

² Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) Edisi I, h. 87

³Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2014), h. 105

sehingga peneliti tidak berusaha memanipulasi data dan berdasarkan kejadian yang akan diamati.

b) Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai (*interviewee*).⁴

Wawancara yaitu sebagai alat pengukuran informasi yang digunakan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada narasumber yang diajukan secara lisan dan dijawab secara lisan pula. Hasil dari wawancara ini akan diolah dan digabungkan dengan hasil yang dikumpulkan dari pola pengumpulan data lainnya. Adapun menurut Esterberg dalam Djam'an Satori & Aan Komariah "*interview, a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint costruction of meaning about a particular topic*". (wawancara merupakan suatu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu).⁵

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mencari data mengenai hal-hal variabel yang berupa data, catatan-catatan, surat kabar, transkrip, buku-buku, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

⁴ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian*,...h. 80-81

⁵Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian*,...h. 130

Dokumentasi ini penting bagi peneliti karena berhubungan dengan barang-barang tertulis maupun pengambilan gambar. Barang-barang tertulis seperti catatan, buku-buku, surat kabar, agenda dan lain sebagainya. Sedangkan pengambilan gambar seperti kamera maupun handphone.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.⁶

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan tahap penyuntingan atau pengeditan terhadap informasi yang diperoleh. Penyuntingan dilakukan untuk menemukan kekeliruan dan menghilangkan serta merevisi standar kualitas yang paling rendah agar dapat terpenuhi. Setelah data disunting maka, dilakukan pengkodean data untuk digabungkan dalam beberapa kelas yang telah ditentukan untuk mempermudah penarikan kesimpulan oleh peneliti.

Selanjutnya, peneliti memproses data yang telah dihimpun melalui sumber data primer dan data sekunder dalam bentuk perangkat komputer. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kemudahan kepada peneliti dalam memproses data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

⁶ Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian*,.. h. 200

Kemudian dilakukan pengujian terhadap data yang telah disunting dan diberi kode dengan menggunakan teknik keabsahan data berupa triangulasi. Menurut Maleong dalam Purhantara mengatakan bahwa metode triangulasi merupakan proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.⁷ Peneliti menggunakan triangulasi karena penelitian tidak bisa diratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda dan mana yang spesifik.

Keabsahan data dilakukan untuk meneliti kreabilitasnya menggunakan teknik triangulasi adalah teknik pemeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Denzim dalam moleong membedakan dalam 4 triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik dengan derajat kepercayaan suatu informasi yan diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat tercapai dengan jalan:
 - a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
 - b. Membandingkan dengan apa yang diketahuinya.
 - c. Membandingkan dengan apa yang dikatakan oleh orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

⁷Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Edisi I, h. 102

- d. Membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
 - e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
2. Triangulasi metode, menurut Patton dalam Moleong,⁸ terdapat dua strategi yaitu:
- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan
 - b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi peneliti ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Memanfaatkan pengamatan lainnya ialah dapat membantu mengurangi kesalahan data.
4. Triangulasi teori adalah membandingkan teori yang ditemukan berdasarkan kajian lapangan dengan teori-teori yang telah ditemukan oleh para pakar ilmu sosial sebagaimana yang telah diuraikan dalam teori yang ditemukan.

Untuk membuktikan keabsahan data dalam penelitian ini hanya digunakan triangulasi teori, yaitu dengan membandingkan data yang didapat dari lapangan dengan teori yang dikembangkan oleh pakar. Dalam penelitian ini, peneliti membandingkan upaya peningkatan usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa dengan beberapa teori yang ditemukan. Dengan

⁸Moleong, J. Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, h. 178.

mengecek hal tersebut peneliti dapat mengetahui bagaimana upaya peningkatan dalam usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa di kota Palopo.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil dan Gambaran Komunitas Muda Peduli Dhuafa

Komunitas muda peduli dhuafa terbentuk pada tanggal 13 Mei 2017 di kota Palopo. Komunitas ini dibentuk oleh sekelompok anak muda yang memiliki impian dapat membantu orang lain dan memiliki rasa kepedulian tanpa syarat. Pencetus dari komunitas muda peduli dhuafa adalah A. Nurul Ikhwal, Wellasari dan Agus Abdul Aziz. Dibentuk dengan penuh rasa percaya diri meski banyak rintangan namun, banyak impian didalamnya, banyak suka duka, banyak harapan akan senyum saudara kita yang membutuhkan uluran tangan.

Muda peduli dhuafa merupakan nama yang diputuskan dari hasil kesepakatan sahabat-sahabat muda yang bersama-sama menjadi pejuang kemanusiaan. Adapun *tagline* dari komunitas ini yaitu “Kami Muda, Kami Peduli”. Harapan dari terbentuknya komunitas ini adalah semoga Allah meridhoi dan memudahkan langkah dalam menjalankan aktivitas yang dilakukan dalam komunitas ini, memberi kesabaran yang tak terbatas dan cinta yang tak terbatas agar terus dapat membantu lebih banyak lagi orang-orang yang membutuhkan.

Berikut beberapa kegiatan yang rutin dilakukan setiap bulan dalam komunitas muda peduli dhuafa yaitu; sedekah beras, bersih-bersih masjid yang dilakukan 2 kali sebulan, serta kajian bulanan. Adapun untuk kegiatan besar yang membutuhkan kepanitiaan yang menjalankannya, sebagai berikut:

- a) Cinta yatim, yaitu kegiatan seseruan bareng yatim (SeBaYa) yang dirangkaikan dengan Hari Anak Nasional.

- b) Edutrip, yaitu kegiatan kunjungan ke sekolah yang kurang diperhatikan dan mayoritas peserta didiknya adalah anak dhuafa.
- c) Dufasehat, yaitu kegiatan pemeriksaan kesehatan gratis untuk masyarakat dhuafa.
- d) Kado cinta untuk dhuafa, yaitu kegiatan yang diselenggarakan setiap bulan ramadhan dan sudah 3 kali dilakukan sejak terbentuknya komunitas muda peduli dhuafa.¹

Adapun untuk visi dan misi dari komunitas muda peduli dhuafa, sebagai berikut:

Visi :

“Terwujudnya senyum dhuafa yang dilandasi rasa peduli sesama, dengan menjunjung tinggi nilai kejujuran dan amanah dengan mengharapkan Ridho dari Allah Swt.”

Misi :

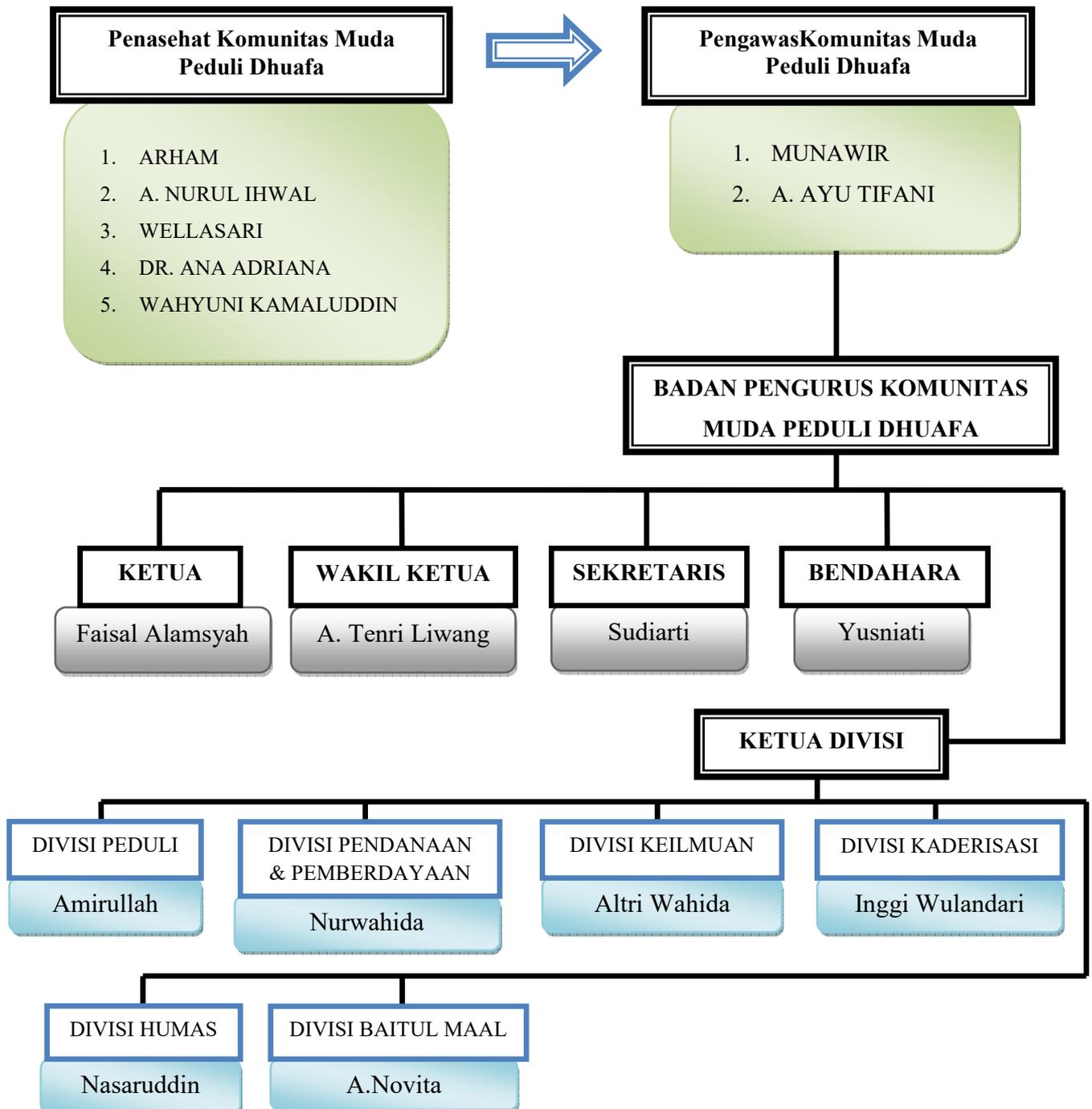
- 1) Membantu meringankan beban hidup dhuafa
- 2) Menjadi penghubung antara penderma dengan dhuafa melalui pendistribusian donasi dari para penderma
- 3) Dapat menginspirasi para kaula muda untuk membangun rasa peduli antara sesama
- 4) Menjalin persaudaraan untuk meningkatkan ukhuwah Islamiah²

¹Wawancara dengan Sudiarti, *Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 21 Juli 2019.

²Wawancara dengan Wellasari, *Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 22 Juli 2019.

“STRUKTUR PENGURUS KOMUNITAS MUDA PEDULI DHUAFA

PERIODE 2019-2020”



Gambar 2.1 Struktur Pengurus Komunitas Muda Peduli Dhuafa

B. Hasil Penelitian

1. Upaya dan Prospek Komunitas Muda Peduli Dhuafa dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin

a. Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin

Upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dapat diwujudkan pada beberapa langkah strategis untuk memperluas akses masyarakat pada sumber daya pembangunan serta menciptakan peluang bagi masyarakat tingkat bawah untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan, sehingga masyarakat bisa mengatasi keterbelakangan dan memperkuat daya saing perekonomiannya.

Selain dari pembangunannya, upaya yang bisa dilakukan oleh masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup salah satunya dengan berwirausaha ataupun mendirikan industri kecil. Tujuan dari berwirausaha ini akan menciptakan masyarakat yang mandiri sehingga mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan bisa tercapainya kesejahteraan hidup. Dalam komunitas muda peduli dhuafa tujuan untuk menjalankan usaha agar dapat mandiri dan terus memberdayakan kaum dhuafa.

Usaha telur asin yang dilakukan dalam komunitas muda peduli dhuafa merupakan usaha yang terbentuk dengan melihat dari fenomena yang terjadi di masyarakat dimana setiap komunitas yang terbentuk selalu mengharapkan donasi dari donatur. Mengetahui hal tersebut menjadikan komunitas muda peduli dhuafa berinisiatif untuk membentuk usaha yang dapat dijalankan

bersama. Keuntungan yang dihasilkan dari usaha telur asin tersebut digunakan sebagai tambahan kas komunitas untuk digunakan dalam kegiatan memberdayakan kaum dhuafa yang ada di kota Palopo.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa upaya yang perlu dilakukan oleh komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin, yaitu:

a. Kreativitas dan inovasi

Inovasi (*innovation*) adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang. Kreativitas (*creativity*) adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Ted Levitt dan Harvard mengemukakan bahwa kreativitas adalah memikirkan hal-hal baru dan inovasi adalah mengerjakan hal-hal baru. Singkatnya, wirausahawan sukses dengan cara memikirkan dan mengerjakan hal-hal baru atau hal-hal lama dengan cara-cara baru. Memiliki ide yang hebat tidaklah mencukupi; mengubah ide menjadi produk, jasa, atau usaha bisnis yang berwujud merupakan tahapan berikutnya yang esensial. Pakar manajemen Peter Drucker mengatakan, “Inovasi merupakan instrumen khusus wirausahawan, sarana yang mereka gunakan untuk

mengeksploitasi perubahan menjadi peluang untuk bisnis atau jasa yang berbeda.”³

Inovasi merupakan setiap ide atau gagasan baru yang belum pernah ada ataupun diterbitkan sebelumnya. Sebuah inovasi biasanya berisi terobosan-terobosan baru mengenai sebuah hal yang diteliti oleh sang inovator (orang yang membuat inovasi). Artinya dengan adanya inovasi didalam usaha telur asin ini mampu meningkatkan nilai jual yang ada pada telur asin sehingga mampu menarik minat konsumen dalam membeli telur asin.

Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam setiap usaha yang dilakukan itu membutuhkan suatu kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan penjualannya dan menarik minat pembeli agar usaha tersebut dapat berhasil. Berpikir kreatif dan inovatif sangat berlaku untuk setiap usaha yang dilakukan terutama dalam usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa, dimana usaha ini masih sangat membutuhkan kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan minat pembeli dan terutama dalam pengembangan usaha ini agar tetap terus berjalan atau tidak berhenti dalam proses produksi.

Kendala yang menjadi penghambat dalam melaksanakan usaha telur asin saat ini yakni dari bahan baku dan harga bahan baku yang tidak stabil. Maka sesuai dengan yang dikemukakan oleh bagian divisi

³Thomas W. Zimmerer, dkk, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*, Edisi 5, Jakarta, Salemba Empat, 2008, h. 57

pemberdayaan dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Kendalanya yaitu bahan baku untuk membuat telur asin dan kenaikan harga bahan baku yang tidak stabil sehingga menghambat produksi dari telur asin komunitas muda peduli dhuafa ini.”⁴

Dengan mengetahui kendala diatas dalam proses produksi telur asin sehingga menjadikan komunitas muda peduli dhuafa berupaya untuk berpikir kreatif apa yang harus dilakukan agar kendala yang terjadi tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu mereka berupaya untuk memiliki produksi telur mentah sendiri agar produksi telur dapat terus berproduksi. Sesuai dengan yang dikemukakan bagian divisi pemberdayaan dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Karena kendala yang dihadapi dalam produksi telur asin ini dari harga bahan baku yang tidak stabil dipasaran jadi upayanya bagaimana caranya supaya bisa mempunyai produksi telur mentah sendiri saat ini yang dipikirkan komunitas. Jika hanya sebatas mengandalkan harga telur bebek yang fluktuatif (naik-turun) maka produksi telur asin nantinya akan terhenti. karena memang belum ada peternak bebek modern di kota Palopo ini hanya peternak yang mengandalkan musim. Jadi saat musim tanam padi harga menjadi murah karena bahan pakan dari bebek berasal dari gabah padi nah ketika musim panen tiba maka harga dari telur pun juga menjadi murah. Namun ketika bukan musim panen maka harga akan melambung tinggi nah itu yang mempersulit dalam produksi telur asin.”⁵

Dalam dunia yang berubah lebih cepat daripada yang dapat kita bayangkan, kreativitas dan inovasi sangat penting bagi kesuksesan dan

⁴Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdayaan dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

⁵Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdayaan dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

keberlangsungan perusahaan. Hal tersebut berlaku untuk bisnis dalam semua industri. Berpikir kreatif telah menjadi inti keterampilan bisnis dan wirausahawan menjadi pemimpin dalam usaha mengembangkan dan menerapkan keterampilan tersebut. Pada kenyataannya, kreativitas dan inovasi sering menjadi jantung bagi kemampuan perusahaan kecil untuk dapat bersaing dengan pesaing mereka yang lebih besar. Walaupun mereka tidak dapat melebihi belanja pesaing mereka yang lebih besar, perusahaan kecil dapat menciptakan keunggulan bersaing yang kuat dan efektif terhadap perusahaan besar secara lebih kreatif dan inovatif. Jika mereka merasa gagal dalam melakukannya, wirausahawan tidak dapat bertahan lama dalam bisnis. Ahli kepemimpinan, Warren Bennis, mengatakan, "Hidup dan mati perusahaan yang sukses saat ini mengikuti kualitas ide mereka".

Menurut Zimmerer kesuksesan usaha adalah sebuah hasil yang dicapai dari kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dari kemampuan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang dan kemampuannya untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang.

Kesuksesan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk ,mencapai suatu keberhasilan.

b. Periklanan dan promosi

Iklan atau periklanan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Menurut Philip Kotler pada prinsipnya iklan adalah sarana komunikasi dalam rangka menyajikan dan mempromosikan ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh komunikator dalam hal ini perusahaan atau produsen kepada komunikan yang dalam hal ini publik, khususnya pelanggannya melalui media non personal yaitu media massa. Selain itu, semua iklan dibuat dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberi informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti pesan yang ada dalam iklan tersebut, dapat berupa aktivitas mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan.⁶

Periklanan membutuhkan efektivitas promosi melalui tingkat *responsiveness* tinggi tentang bagaimana agar iklan-iklan terkini bisa laku dan mampu merebut pangsa pasar yang telah direncanakan sebelumnya lewat matangnya perencanaan bisnis dan strategi pemasaran (promosi). Marketing periklanan adalah bagian dari promosi penjualan secara umum. Jadi, tentu masih banyak lagi kegiatan lain yang perlu dimanfaatkan suatu perusahaan dalam mempromosikan produknya. Tidak terlalu keliru jika kita menyebut kondisi ini dengan istilah *promotion cash* atau ledakan promosi.

⁶Dian Marhaeni K, *Representasi Anak-Anak Dalam Tayangan Iklan Komersial Di Media*, Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, Vol. 1, No. 1, (FIKOM UNISSULA, 2019). Diakses pada tanggal 25 Juli 2019, h. 3.

Tetapi iklan akan mengalami proses pemasaran lebih kondusif apabila pihak perusahaan periklanan maupun media massa memiliki preferensi yang tetap dalam memahami urgensi kegiatan promosi terhadap keberhasilan “menjual ikan” ke konsumen. Dalam menggugah minat konsumen, maka perlu dipahami secara jelas bahwa promosi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan, dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui produk tersebut. Dengan membeli serta memakainya, maka akan mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk.

Kemampuan persuasif sangat penting ditonjolkan pada proses memasarkan produk melalui iklan. Dalam konteks personal selling, jaminan “menjual” citra diri, penampilan, kecakapan dan kepribadian menjadi ciri-ciri prinsip yang menentukan apakah seorang pemasar iklan dapat bekerja secara persuasif untuk meyakinkan masyarakat tentang keunggulan produk yang diiklankan.

Dengan demikian, periklanan tidak bisa dipisahkan dari kegiatan promosi perusahaan sebagai bagian urgen dari manajemen pemasaran produk yang harus dijalankan melalui beberapa strategi promosi secara efektif.⁷

Untuk meningkatkan usaha telur asin agar dapat diketahui oleh kalangan masyarakat yaitu perlu adanya periklanan dan promosi usaha.

⁷Ramsiah Tasruddin, *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif*, Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, (Desember, 2015), diakses pada tanggal 25 Juli 2019, h. 108-109.

Promosi yang dilakukan tersebut bisa melalui berbagai media utamanya melalui media sosial yang dimiliki. Seperti yang dikemukakan dari divisi pemberdayaan dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Promosi dilakukan menggunakan online karena mudah dalam memasarkan dan juga menghemat biaya. Tapi, tetap masih ada promosi pemasaran secara offline.”⁸

Dimana dengan media sosial tersebut usaha telur asin ini bisa diketahui oleh banyak orang dan akan mampu dalam meningkatkan penjualan telur asin. Seperti yang dikemukakan dari divisi pemberdayaan dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Dalam hal hukum jual beli ada penjual ada pembeli nah dalam usaha telur asin ini jarak antara penjual dan pembeli itu dekat karena bisa langsung atau *face to face* kepada pembeli dengan menawarkan langsung telur asinnya. Apalagi sekarang era milenial jual beli sudah jarang yang bertemu muka karena sudah mengandalkan aplikasi untuk berjualan ataupun membeli atau menggunakan sosial media dalam mempromosikan usahanya agar dapat diketahui para pembeli. Nah dalam usaha telur asin itu sendiri melakukan transaksi antara penjual dan pembeli itu ada tidak dibatasi dengan media sosial atau dikenal sekarang menjual dengan sistem online.”⁹

Upaya lainnya yang dilakukan untuk meningkatkan usaha telur asin ini yaitu memberikan penawaran langsung kepada pembeli dengan cara setiap anggota dari komunitas muda peduli dhuafa memasukkan telur asin kedalam keranjang dan membawahnya untuk dijual keliling didalam pasar dan mereka menjajakan dagangan telur asin tersebut secara

⁸Wawancara dengan Sudiarti, *Bagian Divisi Pemberdaya dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

⁹Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdaya dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

bergantian. Seperti yang sudah dikemukakan oleh bagian divisi pemberdayaan dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Dengan cara setiap anggota muda dari komunitas memasukkan telur asin kedalam keranjang dan membawanya untuk dijual keliling didalam pasar mereka menjajakan dagangan telur asin ini bergantian, kemudian melakukan promosi dan sebagainya untuk membuat telur asin ini tetap terjual dan tetap membantu untuk para kaum dhuafa.”¹⁰

Hal tersebut dilakukan bermaksud agar dapat diketahui secara langsung oleh masyarakat bahwa dari komunitas muda peduli dhuafa memiliki usaha telur asin dimana hasil dari usaha tersebut nantinya akan diberikan kepada kaum dhuafa. Kemudian selain dari promosi juga dengan mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa dengan membeli telur asin sama halnya dengan memberikan sedekah kepada para kaum dhuafa. Sehingga dengan upaya yang dilakukan tersebut masyarakat pun akan berminat untuk membeli telur asin. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh divisi pemberdayaan dan bisnis dari komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Yaitu dengan melakukan promosi, memberikan pendekatan kepada masyarakat bahwa dengan membeli telur asin ini berarti telah ikut bersedekah kepada kaum dhuafa kemudian bersosialisasi dengan cara mereka para anggota komunitas ketika melakukan kegiatan sosial selalu membawah telur asin dan berkeliling untuk bisa menjual telur asin.”¹¹

¹⁰Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdayaan dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

¹¹Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdayaan dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

c. Modal

Permodalan sangat mendukung sebuah industri atau perusahaan. Dengan adanya modal, industri dapat dijalankan dan bisa meningkatkan industri atau usaha yang dikerjakan menjadi lebih baik. Permodalan juga dapat diakses oleh semua wirausahawan yaitu;

- 1) Simpanan yang berupa tabungan, deposit atau giro
- 2) Hutang yang disediakan oleh pihak-pihak tertentu misalnya berhutang kepada keluarga, kolega dan lain-lain.
- 3) *Suppliers* yaitu kredit yang disediakan oleh pihak suplier untuk mengurangi pendanaan
- 4) *Customers* adalah menggunakan dana konsumen untuk pembiayaan usaha.¹²

Dalam dunia usaha modal merupakan salah satu hal yang penting untuk menjalankan suatu usaha. Dimana dengan adanya modal yang digunakan dapat menghitung keuntungan yang diperoleh dari usaha yang dikerjakan. Adapun keuntungan dari usaha terluar asin yang dijalankan nantinya akan digunakan untuk meringankan beban kaum dhuafa. Namun, dilihat dari anggota komunitas muda peduli dhuafa yang tidak begitu banyak dalam pengelolaan usaha maka ada beberapa relawan yang ikut membantu sehingga keuntungan yang dihasilkan pun dibagi, dimana 50% keuntungan untuk pengelola dan reseller yang membantu usaha

¹²Oktaviani Rahmawati, *Upaya Peningkatan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Melalui Usaha Kripik Belut Di Kelurahan Sidoagung Kecamatan Godean*, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (Yogyakarta, 2014), h. 18.

telur asin dan 50% keuntungan lainnya sebagai tambahan kas komunitas muda peduli dhuafa yang nantinya digunakan untuk berbagai kegiatan dalam membantu kaum dhuafa.

Adapun untuk modal atau dana yang digunakan dalam usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa ini berasal dari dana gabungan anggota komunitas. Hal ini sesuai dengan dikemukakan bagian divisi pemberdaya dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Dana yang digunakan dalam menjalankan usaha telur asin adalah dana gabungan yaitu anggota komunitas mengumpulkan dana yang mereka miliki untuk disatukan kemudian menjadi modal usaha membentuk usaha telur asin”¹³

Modal atau dana yang terkumpul tersebut sepenuhnya benar digunakan untuk mengelola usaha telur asin. Mengingat banyak dari komunitas sosial lainnya hanya mengandalkan donasi dari masyarakat. Maka dengan adanya usaha telur asin ini menjadikan komunitas muda peduli dhuafa mandiri. Seperti yang dikemukakan bagian divisi pemberdaya dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Saat melakukan usaha telur asin itu, niat awalnya memang untuk betul-betul melakukan bisnis untuk mengembangkan komunitas muda peduli dhuafa ini karena melihat kecenderungan semua komunitas atau hampir semua komunitas yang berbasis sosial itu selalu mengandalkan dana dari masyarakat, dikarenakan itu kami dari komunitas muda peduli dhuafa berinisiatif bahwa komunitas ini ingin mandiri tetap memberdayakan tapi tidak ingin mengandalkan dana masyarakat saja tetapi memiliki usaha sendiri sehingga minimal ada dana sendiri yang betul-betul dari segi bisnis yang dijalankan oleh

¹³Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdaya dan Bisnis Komunitas Muda Peduli dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

komunitas muda peduli dhuafa yang tanpa harus menunggu dana dari masyarakat untuk memberdayakan kaum dhuafa.”¹⁴

Untuk pengalokasian dana atau keuntungan yang diperoleh itu dibagi sesuai dengan bentuk usaha ini yang melakukan kerjasama antar sesama komunitas. Dimana 50% keuntungan untuk komunitas dan 50% keuntungan lainnya untuk anggota komunitas dan reseller yang membantu dalam pemasaran dari usaha telur asin. Seperti yang dikemukakan oleh bagian divisi pemberdaya dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Jadi alokasi dana yang dilakukan itu dibagi 50% untuk tambahan kas komunitas dan 50% nya lagi untuk anggota komunitas dan reseller yang membantu. Selanjutnya dana yang didapatkan tersebut digunakan untuk berbagai kegiatan dalam memberdayakan kaum dhuafa.”¹⁵

d. Pelayanan penjualan

Pelayanan dalam penjualan juga perlu ditingkatkan dalam suatu usaha karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat pembeli. Tanpa pelayanan penjualan yang baik justru akan mengakibatkan usaha yang dijalankan tidak dapat meningkat. Oleh karena itu, pelayanan penjualan sangat diperlukan dalam usaha telur asin ini dalam meningkatkan usahanya. Misalnya dengan memberikan senyum kepada pembeli agar pembeli tersebut merasa dihargai, berkata

¹⁴ Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdaya dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

¹⁵ Wawancara dengan Sudiarti, *Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 21 Juli 2019.

sopan, tidak menyakiti perasaan pembeli dan selalu menyapa para konsumen.

b. Prospek Komunitas Muda Peduli Dhuafa dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin

Prospek dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai harapan atau peluang.¹⁶ Prospek usaha atau peluang masa depan yang akan terjadi pada usaha telur asin dilihat dari sisi baiknya termasuk dalam kategori usaha yang menjanjikan, hal ini terkait dari beberapa aspek yang mendorong kemajuan serta perkembangan dari usaha ini dimana dikota Palopo usaha telur asin belum ada dan peluang untuk memasarkan produk sangat besar.

Prospek pengembangan usaha telur asin pada komunitas muda peduli dhuafa dilihat dari peluang pasar cukup menjanjikan dan memiliki prospek yang cerah apalagi penjualan telur asin di kota Palopo belum ada dan lumayan memiliki peminat yang banyak. Tetapi kalau dilihat dari sisi yang lain prospek pengembangan usaha telur asin dalam komunitas muda peduli dhuafa, bahwa prospek pengembangan usaha telur asin cenderung mengalami penurunan dalam hal produksi dikarenakan harga bahan baku dipasaran yang fluktuatif.

Adapun prospek dari usaha telur asin adalah keuntungan dari usaha digunakan untuk tambahan kas dalam komunitas dan sebagai tambahan dana untuk kegiatan dalam memberdayakan kaum dhuafa. Seperti yang dikemukakan oleh bagian divisi pemberdaya dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

¹⁶ Wahyu M. Hum, Suzana dan Ermawati Waridah, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bandung: Ruang Kata, 2013), h. 492.

“Untuk keperluan kas komunitas muda peduli dhuafa dan sebagai bentuk pengumpulan dana untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam memberdayakan kaum dhuafa”¹⁷

Ada tiga tahapan kondisi sekaligus sebagai faktor yang perlu mendapat perhatian dalam suatu kegiatan ekonomi agar prospek pengembangan usaha dapat berjalan dengan baik. Ketiga faktor ini sangat memegang peranan penting dan harus seimbang barulah usaha telur asin ini dapat berhasil, yaitu:

a) Faktor produksi

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Kegiatan produktif adalah ekspresi ketaatan pada perintah Allah. Tujuan dari syariat Islam (*maqashid al-syariah*) adalah *mashlahah al ibad*, sedangkan produksi adalah kegiatan menciptakan barang dan jasa bagi kemaslahatan umat.

Dalam *Text Book* Ekonomi Islam, disebutkan bahwa untuk mencapai tujuan *falah*, maka seorang produsen harus mewujudkan *maslahah* terlebih dahulu. Sementara untuk merealisasikan *maslahah* ia harus melakukan aktivitas yang positif yang mengandung berkah. Berkah adalah sesuatu yang diridhai Allah dan melakukannya mendapat pahala.

Dalam praktiknya usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa ini dilakukan semata-mata untuk memberdayakan kaum dhuafa. Melihat senyum mereka dalam menikmati hidup adalah menjadi suatu kebahagiaan tersendiri yang dapat dirasakan oleh anggota komunitas. Hal ini sangat sesuai dengan tuntunan ajaran Islam yang mengajarkan untuk

¹⁷Wawancara dengan Sudiarti, *Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 21 Juli 2019.

saling tolong-menolong kepada orang yang membutuhkan pertolongan sehingga keberkahan dari usaha ini dapat diraih serta pahala dalam membantu pun juga didapatkan.

b) Faktor distribusi

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai. Proses penyaluran melalui jual beli ini akan bisa berjalan lancar tidak terlepas dari ketersediaan barang. Proses jual beli yang selalu berjalan normal dapat mengontrol stabilitas harga pemasaran barang. Stabilitas harga ini dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran sehingga perlu terjaga dengan baik karena menyangkut kepuasan dan kemampuan daya beli dari pelaku pasar yang membutuhkan barang tersebut.

Dalam proses distribusi telur asin tidak mengalami kesulitan yang berarti dan tidak memakan biaya terlalu banyak karena telur asin di tawarkan langsung di pasaran oleh anggota komunitas muda peduli dhuafa selanjutnya melalui sosial media sehingga pembelian telur asin bisa melalui via online yang nantinya telur yang dibeli akan diantarkan ke lokasi tujuan yang memesan dan juga dilakukan melalui pendistribusian secara langsung ketoko-toko untuk dititipkan.

c) Faktor pemasaran

Pemasaran menyangkut sesuai atau tidaknya barang yang tersedia dengan kebutuhan masyarakat. Pemasaran ini dilakukan agar semakin terkenalnya usaha telur asin, apalagi telur asin sudah menyebar

diberbagai daerah di Indonesia utamanya daerah Jawa yang mengakibatkan minat daya tarik masyarakat menjadi bertambah dengan cita rasa yang khas dan enak dari telur asin.

Pemasaran telur asin dilakukan hanya disekitaran kota Palopo saja berhubung usaha ini merupakan usaha telur asin pertama yang ada di kota Palopo namun, untuk pemasaran di luar kota Palopo bisa dilakukan melalui sosial media dan dapat dikirimkan kepada pemesan.

Proses pemasaran telur asin akan berjalan lancar apabila telur asin yang disediakan dibutuhkan masyarakat pengguna barang tersebut. Apabila barang yang tersedia tidak dibutuhkan masyarakat atau konsumen, meskipun harga jauh dibawah standar harga pasar maka tidak akan lancar terjual, namun sebaliknya kalau barang yang tersedia sesuai kebutuhan masyarakat maka pemasaran telur asin tersebut akan lancar.

Apabila ketiga faktor diatas berjalan, maka kegiatan usaha telur asin akan menjadi sukses. Kesuksesan itu terlihat pada saling terpenuhinya kebutuhan mulai dari produsen sebagai penyedia barang atau bahan baku mampu memenuhi kebutuhan para penyalur atau pengusaha, berikutnya para pengusaha juga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai konsumen. Di samping saling memenuhi kebutuhan, pada saat yang sama unsur bantu membantu dan tolong-menolong juga terjadi dimana pengusaha menolong penyedia barang melalui pemasarannya. Demikian juga konsumen secara langsung atau tidak, menolong pengusaha untuk memanfaatkan barang tersebut melalui mengkonsumsi atau membeli barang dagangannya, sehingga prospek

pengembangan usaha telur asin ini dapat berjalan sebagaimana mestinya untuk membantu kaum dhuafa.

Dalam menjalankan sebuah usaha, pasti memiliki risiko baik risiko yang ditimbulkan oleh bisnis itu sendiri, maupun yang ditimbulkan oleh lingkungan. Ada risiko yang bisa diperhitungkan dan bisa diminimalisasi, tetapi ada juga yang memang tidak bisa diminimalisasi. Adapun jenis-jenis risiko yang mungkin timbul dan tindakan antisipasi yang bisa dilakukan.

(1) Perubahan kondisi ekonomi

Perubahan kebijakan ekonomi maupun pertumbuhan ekonomi yang berjalan di sebuah negara maupun di sebuah daerah juga mempengaruhi usaha kita. Seperti untuk wilayah tertentu yang sangat tergantung pada panen agri bisnis. Pada saat panen bagus, maka ekonomi daerah tersebut bergulir baik, dan penjualan akan meningkat, akan tetapi jika belum ada panen, maka usaha tidak bisa jalan. Dengan demikian diversifikasi sangat diperlukan untuk mengantisipasi hal tersebut.¹⁸

(2) Perubahan harga bahan baku

Disamping semakin terbatasnya sumber daya, semakin tingginya harga bahan baku maupun bahan penunjang, kita harus mengantisipasi akan perubahan harga bahan baku maupun bahan penunjang. Seperti kita ketahui ketika harga minyak naik signifikan dari USD 50/barrel hingga mencapai di atas USD 140/barrel. Banyak usaha yang harus gulung tikar karena tidak mengantisipasi akan adanya perubahan harga.

¹⁸Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011, h. 146

Kalau usaha kita termasuk dalam kelompok yang mengkonsumsi minyak mentah dalam jumlah besar dan biaya minyak mentah menjadi salah satu biaya utama, maka kita bisa mengantisipasi dengan memesan terlebih dahulu kontrak pembelian minyak tersebut untuk jangka waktu 3 bulan kedepan misalnya. Dalam hal ini memang adanya risiko jika harga ternyata turun setelah 3 bulan. Kita bisa memilih dengan memesan 50% kontrak untuk 3 bulan kedepan dan 50% lagi sesuai dengan kondisi pasar saat pembelian.

(3) Perubahan harga jual

Setiap industri pasti ada kompetisi. Pada umumnya kompetisi harga merupakan hal yang termudah dilakukan dalam pasar menimbang harga merupakan faktor yang paling mudah diperbandingkan dan dilihat oleh konsumen.

Kita untuk melakukan analisa kelayakan juga atas pada harga berapa usaha kita bisa berkompetisi dipasar dan keuntungan berapa yang minimal harus kita dapatkan, supaya tidak menimbulkan kekecewaan investor dan pemegang saham.¹⁹

Oleh karena itu, untuk meminimalisir risiko yang dihadapi dari komunitas muda peduli dhuafainiyaitu untuk risiko perubahan harga bahan baku perlu stok persediaan bahan baku yang lebih agar ketika harga bahan baku naik maka, usaha telur asin dapat tetap berproduksi. Karena masih ada stok bahan baku yang lebih untuk digunakan utamanya telur sebagai bahan

¹⁹Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011, h. 148

utama dalam pembuatan telur asin ini. Adapun untuk risiko perubahan harga jual yang dialami dimana harga beli dari telur bebek yang tidak stabil maka untuk meminimalisir harga jual tersebut perlu adanya analisa kelayakan pada harga berapa usaha kita bisa berkompetisi dipasar dan berapa keuntungan dari penjualan yang didapatkan sehingga kita dapat mengetahui berapa harga jual yang ditetapkan. Untuk risiko perubahan kondisi ekonomi dimana pertumbuhan ekonomi disetiap sektor wilayah berbeda utamanya pada panen agri bisnis. Dimana peternak bebek masih mengandalkan musim dalam proses peternakan bebek mereka. Pada saat panen bagus, maka proses peternakan bebek menjadi bagus pula dan harga dari telur pun menjadi murah. Begitupun sebaliknya jika panen gagal maka produksi telur pun tidak baik dan akhirnya menjadikan telur mahal di pasaran. Dengan demikian keinginan dari komunitas muda peduli dhuafa yakni bagaimana caranya agar bisa memproduksi telur mentah sendiri agar usaha telur asin tidak terhenti.

Adapun dalam menjalankan setiap kegiatan usaha tidak dipungkiri pasti akan selalu ada kesalahan yang terjadi sehingga mengakibatkan usaha tersebut menjadi terhambat dan tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan pembelajaran pada usaha yang dikerjakan agar kedepannya masalah yang sering timbul dapat teratasi sesuai dengan pengetahuan usaha yang didapat sebelumnya.

Sama halnya dalam usaha telur asin ini yang masih perlu pembelajaran untuk lebih mengetahui kesalahan apa yang bisa diatasi sehingga kesalahan tersebut tidak terulang lagi. Karena keterbatasan sumber daya, kurangnya

pengalaman manajemen, dan kurang stabilnya keuangan, tingkat kematian bisnis kecil jauh lebih tinggi dibandingkan bisnis yang lebih besar dan mapan.²⁰

2. Usaha Telur Asin Komunitas Muda Peduli Dhuafa Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi, Islam memiliki sistem perekonomian yang berbasiskan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syari'ah yang bersumber dari Al-qur'an dan al-Hadist serta dilengkapi dengan al-Ijma' dan al-Qiyas. Sistem ekonomi Islam saat ini dikenal dengan sistem ekonomi syari'ah.

Islam memberikan keluasan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang bisnis itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariat Islam sebagai pekerjaan yang ditekuni oleh seorang wirausaha muslim, seperti usaha telur asin merupakan usaha yang bernilai ibadah. Ibadah bila disatu sisi dikerjakan dengan baik dan lurus akan mendatangkan kebaikan (pahala) dan apabila dilaksanakan tidak sesuai dengan syariah, maka akan dipertanggungjawabkan dipengadilan Allah di hari kiamat nanti.

Masing-masing sistem ekonomi memiliki paradigma, maka inti paradigma ekonomi Islam sudah tentu bersumber dari Al-qur'an dan al-Sunnah. Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi rabbani dan insani. Disebut

²⁰Thomas W. Zimmerer, dkk, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*, Edisi 5, Jakarta: Salemba Empat, 2008, h. 39

ekonomi rabbani karena syarat dengan arahan dan nilai-nilai *ilahiah* (nilai moral dan ibadah). Lalu ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi insani karena sistem ekonomi Islam ini dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmuran manusia.

Islam membenarkan seorang muslim untuk berdagang atau berusaha secara perseorangan dan membenarkan juga penggabungan modal atau tenaga dalam bentuk kerjasama (*syirkah*) dagang, yang mempunyai berbagai bentuk dimana dalam hal ini Islam memberikan dorongan dan pengarahan yang bertujuan agar kerjasama tersebut berjalan pada jalan yang lurus, garis iman dan taqwa yang diberkahi dan diridhai oleh Allah Swt.

Pada prinsipnya, setiap usaha dan pekerjaan halal yang padanya mengandung kebaikan serta dapat menguntungkan seseorang dan masyarakat dalam pencapaian hal tersebut perlu ditekankan adanya bentuk kerjasama dan gotong royong yang merupakan manifestasi sosial.

Dalam perspektif ekonomi Islam, usaha telur asin yang dikerjakan oleh komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya kaum dhuafa menerapkan kebijakan-kebijakan ekonomi Islam yang menyentuh nilai-nilai keadilan dengan tujuan tercapainya kesejahteraan masyarakat adalah dengan adanya mekanisme filter dalam pengelolaan sumberdaya dengan sasaran kebijakan yaitu keadilan sosial, pertumbuhan ekonomi dan tenaga kerja, sehingga mengembalikan semua aktivitas perekonomian dibawah ketentuan Islam.

Usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa yang dilakukan dengan kerjasama sesama anggota komunitas (*syirkah*) yaitu kerjasama antara dua orang atau lebih dalam berusaha, dimana keuntungan dan kerugiannya ditanggung bersama. Keuntungan dibagi menurut proporsi yang telah disepakati sebelumnya, kedua pihak memikul resiko kerugian *financial*.

Untuk kategori usaha yang dilakukan dalam komunitas muda peduli dhuafa ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam merupakan usaha bersama atau kerjasama antara sesama komunitas muda peduli dhuafa dalam mengumpulkan modalnya. Seperti yang dikemukakan oleh bagian divisi pemberdaya dan bisnis komunitas muda peduli dhuafa yang menyatakan:

“Usaha telur asin ini mengusung sebuah usaha yang sesuai dengan syari’at Islam yaitu *syirkah* dimana bermuamalat bekerjasama menggabungkan dana dari para anggota komunitas muda peduli dhuafamengumpulkan modal.”²¹

Bentuk kerja sama yang dilakukan komunitas muda peduli dhuafatersebut mengingat anggota komunitas dalam melakukan usaha telur asin mendapatkan modal dari pencampuran harta atau uang yang masing-masing dimiliki sesama anggota komunitas untuk dikumpulkan. Hasil dari kerjasama ini kemudian dibagi yaitu keuntungan 50% untuk kas komunitas dan 50% kuntungan lainnya untuk pengelola dan reseller yang membantu dalam mengelola dan menjual telur asin. Hal ini dilakukan mengingat usaha ini adalah usaha bersama yang penanganannya juga dilakukan secara bersama.

²¹Wawancara dengan Hendi Yudi Setiatin, *Bagian Divisi Pemberdaya dan Bisnis Komunitas Muda Peduli Dhuafa*, pada tanggal 25 Januari 2019.

Semua kegiatan perekonomian harus berada dalam lingkup jenis usaha yang halal dan barang-barang yang halal. Kegiatan ekonomi merupakan bagian dari ibadah kepada Allah. Oleh karena itu, semua bentuk kegiatan ekonomi yang dimaksudkan untuk mendorong peningkatan kemakmuran harus berada dalam cakupan kegiatan usaha dan terkait dengan barang-barang yang halal pemanfaatannya.²²

Dalam melakukan usahanya, ada beberapa pengusaha yang membatasi batasan-batasan syariah dalam melakukan kegiatan perekonomian, seperti:

- a. *Maysir*, yaitu segala bentuk spekulasi yang mematikan sektor riil dan tidak produktif, usaha telur asin komunitas muda peduli dhuafa tidak ada yang melakukan spekulasi terhadap produk telur asin yang diproduksi.
- b. *Gharar*, yaitu transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak. Komunitas muda peduli dhuafa dalam menjalankan usaha telur asin ini semua bentuk transaksi yang tidak jelas tidak diterapkan. Hal itu sangat jelas dilakukan mengingat usaha ini adalah usaha yang bersama dan tujuan terbentuknya usaha telur asin juga untuk membantu kaum dhuafa sehingga sangat tidak mungkin untuk melakukan kecurangan karena akibatnya apa yang dilakukan nantinya akan dipertanggungjawabkan kelak dipengadilan Allah Swt.

²²Miftahul Huda, *Aspek Ekonomi Dalam Syariat Islam* (Mataram: LKBH IAIN MATARAM, 2007, h. 36.

- c. *Haram*, yaitu objek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan oleh syariat. Usaha telur asin yang dikelola oleh komunitas muda peduli dhuafa selalu memperhatikan halal dan haramnya penggunaan bahan-bahan yang mereka gunakan dalam memproduksi telur asin dan tidak menggunakan barang-barang yang dilarang oleh syari'at.
- d. *Ikhtikar*, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga, didalam menjalankan praktik produksi usaha telur asin tidak ada yang melakukan penimbunan dan monopoli terhadap bahan baku dalam proses produksi telur asin.

Agar sistem ekonomi dapat diterapkan dengan baik dan membawa dampak yang maksimal dalam peningkatan kesejahteraan umat, maka diperlukan insan-insan pelaksana yang jujur, berdedikasi dan memiliki keahlian yang tinggi.²³

Dalam tinjauan ekonomi Islam usaha yang dijalankan berdasarkan batasan-batasan syariah dan taat kepada aturan pemerintah yang melarang menggunakan bahan baku yang dapat memberikan pengaruh yang buruk bagi konsumen maka usaha tersebut sudah dikategorikan sesuai dengan ekonomi Islam. Dimana menerapkan prinsip jual beli yang adil, jujur, amanah dan sebagainya yang termasuk dalam prinsip ekonomi Islam dan bersumber pada syariah Islam yaitu Al-qur'an dan Hadist.

²³Miftahul Huda, *Aspek Ekonomi* ., h, 61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian penulis menarik kesimpulan bahwa upaya dan prospek yang dilakukan oleh komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin, sebagai berikut:

- a) Inovatif dan kreatif, dilakukan melalui proses pengemasannya yaitu dalam bentuk parcel untuk bingkisan. Adapun untuk proses pembelian telur asin menggunakan sistem pesan-antar.
- b) Periklanan dan promosi, dilakukan secara *onlinedanoffline*. Secara *online* melalui media sosial, sedangkan secara *offline* dilakukan dengan cara penawaran langsung kepada masyarakat (*face to face*), menjual keliling di pasar serta dapat juga menitipkannya diwarung-warung.
- c) Modal yang digunakan dalam kegiatan usaha telur asin merupakan gabungan atau pencampuran dana dari sesama anggota komunitas untuk menjalankan usaha telur asin.
- d) Pelayanan penjualan, pelayanannya seperti penjual pada umumnya yang melayani setiap ada transaksi pembelian.

Adapun prospek dari usaha telur asin termasuk kategori usaha yang menjanjikan, dilihat dari aspek pemasarannya yang masih tidak ada pesaing menjadikan usaha ini cukup efektif dijalankan dan peluangnya cukup besar terutama di kota Palopo. Oleh karena itu, melihat peluang yang besar tersebut komunitas muda peduli dhuafa berinisiatif menjalankan usaha telur asin selain

untuk menjadikan komunitas yang mandiri juga sebagai tambahan kas komunitas dalam menjalankan berbagai kegiatan untuk membantu kaum dhuafa.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan saran, sebagai berikut:

1. Kepada pengelola usaha telur asin di komunitas muda peduli dhuafa, agar pengelolaan usahanya maupun proses produksi diharapkan untuk terus berkembang dan meningkat yang dilakukan dengan menggunakan efektifitas dan efisiensi pengelolaan modal kerja untuk mengaharapkan peningkatan produksi pada tingkat yang optimal.
2. Kepada komunitas muda peduli dhuafa harus tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip ekonomi Islam, agar apa yang telah dikerjakan dan diperoleh selalu berkah dan mendapatkan ridha Allah Swt. melalui usaha telur asin.
3. Kepada masyarakat diharapkan untuk terus memberikan dukungan kepada komunitas muda peduli dhuafa, karena dengan kehadiran mereka mampu membantu dalam menanggulangi kemiskinan yang terjadi dimasyarakat khususnya yang di terjadi pada kaum dhuafa.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010)

Buku

Bogdan, Robert dan J. Taylor, Steven, *Kualitatif Dasar-dasar Penelitian*, Surabaya: Usaha Nasional, 1993.

Chapra, Umer, *Ekonomi Dan Tantangan Ekonomi, Islam Kontemporer* (Surabaya: Risalah Gusti, 1999).

Daryanto, 2013, *Pengantar Kewirausahaan. Cetakan Pertama*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-3, Jakarta: BALAI PUSTAKA, 2005.

Huda, Miftahul, *Aspek Ekonomi Dalam Syariat Islam* (Mataram: LKBH IAIN MATARAM, 2007).

Johan, Suwinto, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011.

Kartasasmita, Ginandjar, *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan Dan Pemerataan*, (Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo, 1996).

Lexy, Moleong, J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007).

Noor, Ruslan Abdul Ghofur, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).

Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Rivai, Veithzal dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Bukan opsi, Tetapi Solusi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

Satori, Djam'an dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. ke-6, Bandung: ALFABETA, 2014.

- Solihin, Ismail, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus*, Jakarta: KENCANA, 2006.
- Sudaryono, *Pengantar Bisnis-Teori dan Contoh Kasus*, Ed. I, Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*, Ed. I, Yogyakarta:ANDI, 2016.
- Wahjono, Sentot Imam, *Bisnis Modern*, Ed. Pertama, Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2010.
- Wahyu M. Hum, Suzana dan Ermawati Waridah, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bandung: Ruang Kata, 2013)
- Zimmerer, Thomas W. dkk, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*, Edisi 5, Jakarta, Salemba Empat, 2008.

Jurnal

- Ariani, Hana et.al., *Analisis Pemberdayaan Petani Dhuafa (Studi Kasus Di Pertanian Sehat Indonesia)*, Jurnal, STEI SEBI, Depok. vol. XV, nomor 2, 2016.
- Hafiz, Abdul, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Prospek Pengembangan Usaha Kerupuk Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat*, Universitas Islam Negeri Mataram, (Mataram: 2017), Diakses pada tanggal 21 Februari 2019, pukul 13.02.
- H Wini, *Pengertian Kemiskinan*, diakses dari <http://e-journal.uajy.ac.id/1756/3/2EP15294.pdf>, 2010.
- Kusumastuti, Ambar, *Peran Komunitas Dalam Interaksi Sosial Remaja Di Komunitas Angklung Yogyakarta*, Fakultas Ilmu pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, (Januari, 2014).
- Marhaeni K, Dian, *Representasi Anak-Anak Dalam Tayangan Iklan Komersial Di Media*, Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, Vol. 1, No. 1, FIKOM UNISSULA, 2019. Diakses pada tanggal 25 Juli 2019.
- Nahrudin, Zulfan, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Hasil Perikanan Di Kelurahan Sumpang Binangae Kabupaten Barru*, dalam *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, UNHAS, Makassar. Vol. IV, No. 1, 2014.

Rahmatullah, Nur Said, *Strategi Dakwah Komunitas Sahabat Muda Surabaya Dalam Membentuk Pemuda Social Entrepreneur Yang Islami Berdasarkan Teori Sayyid Muhammad Nuh*, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017.

Rahmanto, Basuki Toto et.al., *Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja UKM (Ditinjau dari Faktor Eksternal)*, Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, UNIAT, Jakarta. vol. 3, nomor.1, 2018.

Rahmawati, Oktaviani, *Upaya Peningkatan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Melalui Usaha Kripik Belut Di Kelurahan Sidoagung Kecamatan Godean*, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (Yogyakarta, 2014).

Rahmawati, et. el. 2016. *Bisnis Usaha Kecil Menengah: Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cet. Ke-1, Yogyakarta: Ekuilibria.

Saputri DF, Endang, *Jurnal Skripsi Peran Komunitas Wirausaha Muda Surakarta (WMS) Sebagai Wahana Komunikasi Bisnis*, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sebelas Maret, (Surakarta: 2016).

Tasruddin, Ramsiah, *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif*, Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, (Desember, 2015), diakses pada tanggal 25 Juli 2019.

Wanita, Nur, *Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Pasar Manonda Palu*, Jurnal Penelitian Ilmiah, Vol. 3, No. 2 (Desember 2015), Diakses pada tanggal 06 Juli 2019 pukul 10:21.

Wahyuningsih, Sri, *Memilih Usaha Kecil Dan Pengembangannya*, Diakses dari [168514-ID-memilih-usaha-kecil-dan-pengembangannya.pdf](#), Pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 13:02.

Blog

Ariyani, Lilis, “*Karyaa*”, Blog Lilis Ariyani. dari <http://lilisariyani1.blogspot.com/2016/09/karyaa.html> (Diakses pada tanggal 10 Agustus 2018).

Binus, (January 22, 2017), *Pengertian Dan Jenis-Jenis Komunitas Menurut Ahli*, dari <https://comdev.binus.ac.id/pengertian-dan-jenis-jenis-komunitas-menurut-ahli/>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online, diakses dari <https://kbbi.web.id/usaha> , pada tanggal 14 Juli 2019, pukul 20:55.

Mediapais, (Mei, 2017), *Kaum Dhuafa*, dari <https://mediapais.wordpress.com/kaum-dhuafa/>, diakses pada tanggal 10 Juli 2018.

https://karyatulisilmiah.com/pengertian-usaha-kecil/?upm_export=pdf

**L
A
M
P
I
R
A
N**

TELUR ASIN 3.000/
butir

Muda Peduli Dhuafa

(Telur asin muda peduli dhuafa yang siap untuk dipasarkan)

.....
TELOR ASIN
MUDA PEDULI
DHUAF
.....

(Telur asin muda peduli dhuafa yang telah siap dipasarkan)



(Telur asin muda peduli dhuafa dalam proses pengemasan untuk dipasarkan)

**TELUR ASIN
MUDA PEDULI DHUAFa**



KAMU HARUS TAU!
50% KEUNTUNGAN TELUR ASIN DIGUNAKAN UNTUK
MEMBERDAYAKAN KAUM DHUAFa PALOPO

(Promosi penjualan telur asin muda peduli dhuafa disosial media)



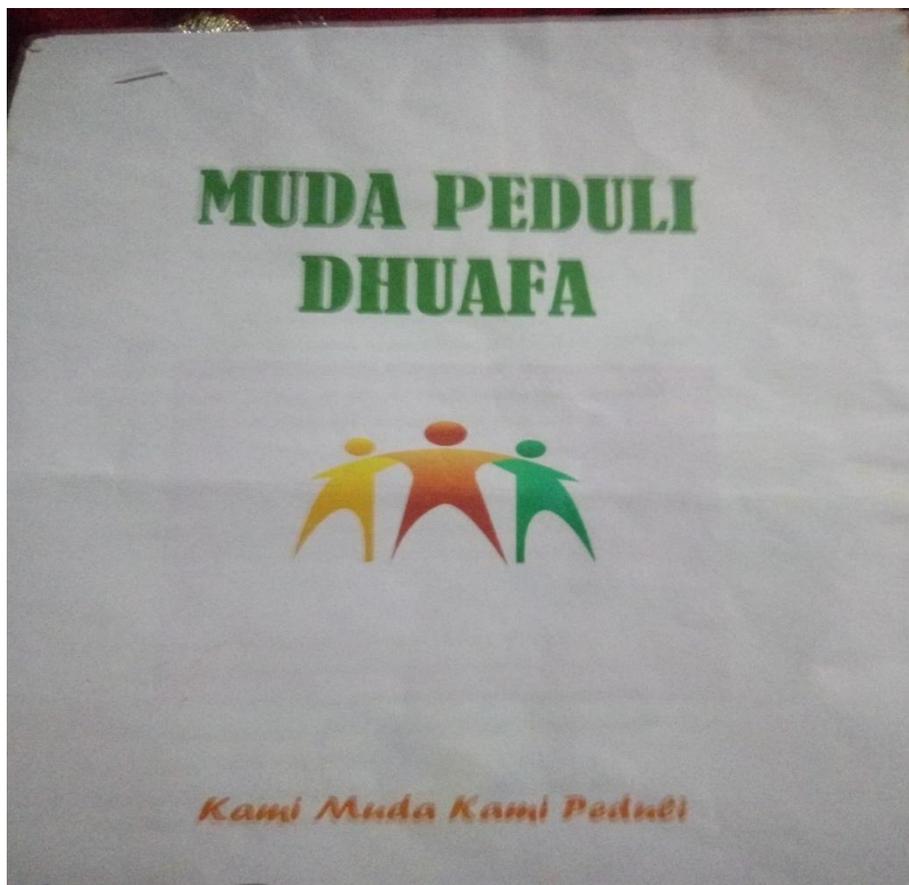
(Wawancara dengan bapak Hendi Yudi Setiatin selaku bagian divisi pemberdaya dan bisnis dikomunitas muda peduli dhuafa atau yang mengelola usaha telur asin muda peduli dhuafa)



(Wawancara dengan Sudiarti selaku sekretaris dari komunitas muda peduli dhuafa)



(Wawancara dengan Wellasari selaku penasehat dari komunitas muda peduli dhuafa)



(Logo dari komunitas muda peduli dhuafa dengan *tagline* “kami muda, kami peduli”)

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA UPAYA KOMUNITAS MUDA PEDULI DHUAFa PALOPO DALAM MENINGKATKAN USAHA TELUR ASIN DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Daftar Pertanyaan:

1. Bagaimana awal mula dibentuknya komunitas muda peduli dhuafa Palopo?
2. Bagaimana pengaruh komunitas muda peduli dhuafa Palopo dalam melaksanakan kegiatan usaha untuk memberdayakan kaum dhuafa?
3. Bagaimana pandangan masyarakat melihat kegiatan yang dilakukan oleh komunitas muda peduli dhuafa Palopo dalam memberdayakan kaum dhuafa?
4. Bagaimana posisi struktural dalam komunitas muda peduli dhuafa Palopo dalam menjalankan aktivitas usaha telur asin ?
5. Berasal dari mana dana untuk melaksanakan usaha telur asin?
6. Berapa persen yang dialokasikan kepada kaum dhuafa?
7. Apakah setiap tahunnya sama atukah tidak?
8. Program apa saja yang dilakukan oleh komunitas muda peduli dhuafa Palopo dalam meningkatkan usaha telur asin?
9. Menurut bapak kendala apa saja yang menjadi penghambat dalam melaksanakan usaha telur asin?
10. Bagaimana usaha telur asin ini ditinjau dari perspektif ekonomi Islam?
11. Bagaimana upaya yang dilakukan komunitas muda peduli dhuafa Palopo dalam meningkatkan usaha telur asin ini sehingga tetap laku dipasaran dan tetap berkontribusi untuk memberdayakan kaum dhuafa?
12. Apa prospek usaha telur asin muda peduli dhuafa kedepannya?
13. Bagaimana cara memasarkan telur asin ini?
14. Berapakah kisaran harga jual produk telur asin dan bagaimana cara menetapkan harga jualnya?
15. Apakah ada strategi khusus dalam menjalankan usaha telur asin ini?
16. Saat menjual produk telur asin ini apakah dijelaskan terlebih dahulu kepada calon pembeli?

RIWAYAT HIDUP



Audriani Sapitri Muh. Anda lahir di Palopo, pada tanggal 15 Agustus 1997. Anak pertama dari 5 (lima) bersaudara dari pasangan ayahanda Muh. Anda dan ibunda Irma. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN No. 87 Paredean kota Palopo dan tamat pada tahun 2009.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMP tepatnya di SMP Pesantren Modern Datok Sulaiman Palopo dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA tepatnya di SMA Pesantren Modern Datok Sulaiman Palopo dan dinyatakan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis kembali melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dengan Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di Perguruan Tinggi tidak menyurutkan langkah penulis untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan akhirnya berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019.

Seiring dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan dan organisasi, namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul ***Upaya Kommunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Perspektif Ekonomi Islam*** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.