ANALISIS MANAJEMEN STRATEGIK SYARIAH PADA USAHA PENGRAJIN SEPATU SASIRANGAN UNTUK MEMASUKI PASAR GLOBAL. (STUDI KASUS MAHASISWA FSI UNISKA BANJARMASIN)

Shinta[1],Iman Setya Budi[2], Abdul Wahab[3]
[1]Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM 16510005
[2]Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB NIK 061506777
[3] Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB NIK 0618111109
Email : shinta.enor12@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Latar belakang penelitian ini adalah strategi promosi yang digunakan Qeela sasirangan Footwear yang menggunakan media gambar untuk pemasaran global kurang efektif menembus pasar global. Berdasarkan latar belakang masalah yang sebagaimana yang telah diuraikan diatas, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi Qeela Sasirangan Footwear dalam menembus pasar global sudah cukup baik karena tidak mengandung unsur gharar yang dapat merugikan pelanggan namun perlu perbaikan untuk gambar yang digunakan sebagai iklan pemasaran yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dan 2) Kendala yang ditemui dalam pemasaran sepatu sasirangan diantaranya adalah masalah kepercayaan, Masalah jarak penjual dan pembeli yang jauh, Masalah kualitas barang, Kebijakan Tarif import, perbedaan mata uang, kesulitan melakukan Pembayaran, Nilai Tukar Mata Uang yang Berubah-ubah, Regulasi Ekonomi yang Berbelit-belit di Setiap Negara sedangkan solusinya adalah perlunya pengusaha sepatu sasirangan mempelajari secara lebih mendalam kiat atau strategi pemasaran yang tepat untuk menembus pasar global disamping memperbaiki kualitas produknya agar dapat menarik dan mempengaruhi pembeli mancanegara untuk membeli produk sepatu sasirangan.

Kata kunci *: Manajemen Strategik, Sepatu Sasirangan, Pasar Global*

ABSTRACT

Business is an economic activity. The things that occur in this activity are exchanging, buying and selling, producing and marketing, hiring jobs, and other human interactions, with the aim of making a profit. The background of this research is the promotion strategy used by Qeela Sasirangan Footwear which uses image media for global marketing is less effective in penetrating the global market. The results showed that 1) the strategy of Qeela Sasirangan Footwear in penetrating the global market is quite good because it does not contain gharar elements that can harm customers but needs improvement for images used as marketing advertisements that are more in accordance with the principles of Islamic law and 2) constraints that encountered in the marketing of Sasirangan shoes, including the problem of trust, the problem of distance between sellers and buyers, quality problems, import tariff policies, currency differences, difficulty making payments, changing currency exchange rates, convoluted economic regulations in Each country, while the solution is the need for shoe entrepreneurs to learn more deeply about the right marketing tips or strategies to penetrate the global market while improving the quality of their products in order to attract and influence foreign buyers to buy Sasirangan shoe products.

Keywords*: Strategic Management, Sasirangan Shoes, Global Market.*

PENDAHULUAN

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan.[1]

Bisnis menurut Islam adalah suatu yang dihalalkan bahkan sangat di anjurkan oleh Islam. Bisnis bahkan dilakukan oleh Nabi dan sahabat Rasulullah di zaman dahulu. Sangat banyak sekali yang merupakan para pebisnis dan dari hartanya tersebut dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi perkembangan Islam.

Islam memperbolehkan bisnis kecuali hal-hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Untuk itu dibalik bisnis menurut Islam yang dihalakan ini tentu saja ada etika dan memberikan manfaat dari bisnis itu. etika dalam bisnis Islam seperti menjauhi hal yang samar, menghindari judi, menghindari penindasan, menjauhi riba, menjauhi penipuan, menjauhi barang atau produk haram dan menghidari monopoli bisnis.

Dalam tolong menolong yang diatur dalam hukum Islam sangatlah banyak, dan semua bentuk tolong menolong yang diatur dalam hukum Islam harus didasari dengan transaksi (akad). Dalam bidang mu'amalat, salah satu akad yang dipelajari adalah akad ijarah. Apabilah yang menjadi objek transaksi itu adalah manfaat atau jasa dari suatu benda disebut ijarah al-ayn, seperti sewa menyewa rumah yang ditempati. Bila yang terjadi objek transaksi manfaat atau jasa dari tenaga seseorang disebut dengan ijarah dimmah atau upah mengupah. Sekalipun objeknya berbeda keduanya dalam konteks fikih disebut ijarah.[2]

Abuznaid[3] mengemukakan, dalam islam setiap kegiatan bisnis harus taat pada dua prinsip, yaitu: pertama, taat pada aturan atau tatanan moral yang telah ditetapkan Allah SWT. dan kedua, empati, mensyukuri rahmat dan ciptaan Allah swt. dengan jalan menahan diri dari tindakan yang merugikan orang lain dan mencegah penyebaran praktik yang tidak etis.

Salah satu usaha pengrajin yang saat ini pertumbuhan bisnisnya sedang berkembang adalah usaha Sepatu Sasirangan . Pada umumnya usaha sasirangan di masyarakat Kalimantan adalah adalah usaha kain dan pakaian Sasirangan, usaha Sepatu Sasirangan masih terbilang baru dibandingkan dengan kain maupun batik sasirangan serta produk Sasirangan lainnya. Binis ini ada, tidak lepas dari sifat konsumtif turis lokal maupun mancanegara yang tertarik pada sepatu-sepatu jenis baru yang bernuansa baru, trendy dan etnik (menonjolkan ciri khas budaya suku tertentu) sehingga Para pelaku bisnis sepatu berlomba-lomba untuk menarik perhatian calon konsumennya dengan inovasi-inovasi baru yang terus dikembangkan.

Saat ini menurut data dinas prindustrian dan Perdagangan jumlah UMKM kain sasirangan yang ada di Kota Banjarmasin sekitar 50 an jumlahnya namun untuk sepatu sasirangan baru ada satu, yaitu Qeela sasirangan *Footwear*. kelebihan dari produk sepatu sasirangan adalah karena dibuat secara *hand made* sehingga lebih kuat dan terjaga kualitasnya karena bahan-bahan diseleksi secara seksama sebelum dirakit menjadi sepatu contohnya kain yang digunakan adalah kain sasirangan asli bukan

---

[1] K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta:Kanisius, 2000) hal 17.

[2] Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2003, hal.216.

[3] Abuznaid, Samir, *Islamic Marketing: Addressing The Muslim Market*, An- Najah Univ. J. Res. Humanities. Vol. 26(6), 2012.

cetakan dari cina dan bahan sol sepatu merupakan kayu berukir yang dibawahnya diberi lapisan karet agar enak dipakai, ukiran kayu inilah yang merupakan kelebihan atau ciri khas produk ini dibanding sepatu buatan pabrik yang banyak pemakainya.

Pangsa pasar sepatu sasirangan saat ini selain membidik pasar lokal seperti generasi muda Kota Banjarmasin yang hobi Eksis, namun jangka panjangnya adalah pasar mancanegara (global) yang jauh lebih menjanjikan baik dari segi harga maupun jumlah permintaan yang datang, asalkan sudah dikenal tentunya .

Abdul Wahab (46 Tahun) Merupakan putera dari salah satu pengrajin sasirangan yang berada di Kecamatan Cempaka adapun kerajinan Sasirangan ini bernama "NDF Sasirangan Bordir HJ. Imay" yang terletak di Jl. Mistar Cokrokusomo, RT. 018/ RW. 006 No. 07 Kelurahan Sungai Tiung Kecamatan Cempaka Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan. Usaha ini berdiri pada tahun 2014 yang mana keahlian dalam membuat kain sasirangan ini dilakukan secara turun temurun mulai dari nenek moyang dengan niat serta keuletan pengrajin yang awalnya hanya mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh lembaga-lembaga yang bersangkutan dengan Ekonomi kreatif sekarang kerajinan tersebut dapat membuat satu unit usaha secara mandiri dengan modal awal Rp. 10.000.000,- para pengrajin pun awalnya mempunyai kesulitan dalam mendapatkan modal sehingga melakukan kerja sama kepada lembaga-lembaga tersebut dan memperoleh suatu bantuan dari segi: mesin bordirnya, tempat pembuangan limbah (spiteng), serta mendapatan bantuan untuk menambah tempat produksi kain sasirangan tersebut. Adapun produk yang dihasilkan beragam bentuk kerajinan dari kain sasirangan seperti: kain sasirangan, masker sasirangan, pakaian sasirangan, hijab sasirangan, mukena sasirangan, kupiah sasirangan. Namun wahab ingin mengembangkan usahanya lagi dan pada tahun 2018 Abdul Wahab dan rekan-rekannya membuka usaha Qeela Sasirangan *Footwear* ,yaitu sebuah bisnis sepatu dengan motif sasirangan. pada awalnya mengalami kesulitan bahan baku, dijelaskan oleh Abdul Wahab , saat ini untuk memproduksi sepatu sasirangan bahan sol sepatu hingga cairan pembersih sol sepatu masih perlu didatangkan dari Pulau Jawa padahal menurut Abdul Wahab, jika semua bahan baku pembuatan bisa didapatkan di Banjarmasin, harga jual sepatu sasirangannya bisa dijual lebih murah, walaupun terkendala bahan baku, Ia bersama rekan-rekannya yang termasuk pendiri Qeela Sasirangan *Footwear* yaitu Fauziannor Anshari, M Alfiannor, M Azzahid dan M Sufiyadi Akbar tetap konsisten membuat produk yang tonjolkan kebudayaan Kalimantan Selatan (Kalsel) ini belum banyak dilakukan di Banjarmasin, selain dari peluang bisnis, Qeela Sasirangan *Footwear* membuat sepatu sasirangan untuk bisa memperkenalkan produk sasirangan khususnya ke kalangan anak muda yang lebih luas lagi.

Di *Workshop* Qeela Sasirangan *Footwear* yang berlokasi di Jalan Manunggal II, Kebun Bunga, Banjarmasin, Kalsel ini Abdul Wahab dan rekannya bisa memproduksi hingga sepuluh pasang sepatu setiap minggu yang semua proses mulai dari membuat pola, memotong bahan menjahit hingga proses *finishing* dilakukan di workshop ini.sebagai usaha yang baru berkembang tentunya memerlukan manajeman yang baik untuk dapat bertahan dan bersaing dengan usaha yang lebih mapan atau lebih dahulu eksis di dunia industri sepatu.

Menurut Abdul Wahab hambatan untuk dapat menembus pasar global adalah jauhnya jarak antara tempat produksi dengan tempat pemasaran, untungnya saat ini pihaknya telah berusaha dan sedang mendalami penjualan online yang dapat mencapai penjualan keluar negeri atau pasar global dengan mudah, menurutnya Promosi adalah langkah untuk mengenalkan produk sepatu sasirangan kepada konsumen yang masih tergolong baru dan belum dikenal masyarakat sehingga promosi sangat penting dilakukan, agar promosi yang dilakukan bisa tepat sasaran, maka dengan melakukan riset terhadap produk yang dijual dan siapa saja calon konsumen yang potensial untuk membeli produk tersebut, selama ini sepatu sasirangannya ditawarkan pada turis mancanegara maupun domestik yang sedang berwisata di kota Banjarmasin untuk pemsaran global saat ini strategi yang dilakukan adalah dengan memprioritaskan menjual kepada turis-turis mancanegara yang rata-rata berani membeli dengan

harga tinggi kemudian dikasih diskon[4] dengan syarat Qeela Sasirangan boleh mengambil photo turis tersebut saat mengenakan sepatu sasirangan yang dibelinya kemudian photo tersebut dipajang pada situs maupun media sosial bahwa produknya sudah sampai dibeli turis asing yang saat ini hal tersebut seperti standar tinggi yang tidak tertulis karena suatu kebanggaan apabila bisa menjual kepada turis mancanegara, namun masalahnya ketika diambil photonya turis tersebut berpakaian seadanya sehingga kadang sedikit nampak auratnya inilah yang menjadi permasalahan penelitian ini, yaitu apakah aurat yang nampak tersebut sudah sesuai dengan manajemen strategik pemasaran islam atau tidak, untuk itulah penulis bermaksud untuk menganalisis apakah strategi yang digunakan pemilik usaha pengrajin Qeela Sasirangan Footwear sudah menerapkan strategi berkembang untuk menjangkau pasar global dan praktek bisnisnya sudah melakukan kegiatan sesuai ajaran yang di ridho'i Allah SWT.

METODE PENELITIAN

Cara analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan sekumpulan data secara visual, teknik analisis data deskriptif kulitatif dapat dilakukan dalam dua bagian. Dalam penelitian ini penentuan sample atau teknik pengambilan sumber data untuk wawancara, peneliti menggunakan teknik *purposive* sampling (bertujuan). Penentuan sample dan sumber data di tetapkan berdasarkan pengetahuan atau pengalaman dari *responden*.

Dalam analisis data, penulis menganalisis (mengolah) data dan untuk menganalisanya menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa analisis data deskriptif dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tiga cara yaitu: reduksi data, display data dan mengambil kesimpulan.

PEMBAHASAN

1. Manajemen Strategik Pemasaran Sepatu Sasirangan yang dijalankan untuk dapat menembus Pasar Global ditinjau dari Prinsip Ekonomi Syariah

Untuk menjawab apakah strategi promosi yang dilakukan oleh pemilik usaha Qeela Sasirangan Footwear sudah sesuai dalam syariat Islam, maka ada baiknya kita perhatikan pendapat Abdullah[5] bahwa melalui pendekatan empiris menemukan bahwa konsumen muslim memperhatikan beberapa faktor yang di anggap sebagai aspek penting dalam pelaksanaan bisnis yang dikenal dengan kerangka 5 Cs marketing mix, antara *lain conformity* (kesesuaian), *character* (karakter), *commitment* (komitmen), conscience (berhati nurani), dan *customer centrism* (fokus pada pelanggan).[6]

Begitu juga dengan beberapa pandangan ahli yang telah melakukan kajian secara teoritis, metodologis dan empiris maka dapat dikemukakan bahwa bauran pemasaran dalam pemasaran syariah masih mengalami perdebatan dan saling melengkapi, namun secara umum para ahli telah merumuskan dan dapat digunakan sebagai panduan tentang bauran pemasaran syariah yaitu : produk, harga, tempat, manusia dan bukti fisik namun pada aspek promosi dengan menggunakan gambar yang memperlihatkan aurat perlu adanya tinjauan lebih mendalam mengenai kemaslahatannya.

---

[4] Z. Hefflin Frinces, *Persaingan Dan Daya Saing Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi,* Jogjakarta: Mida Pustaka, 2011 Hal. 21

[6] Nur Asnawi, *Pemasaran Syariah,* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 20

Menurut peneliti selain aspek promosi, prosedur atau semua instrumen atau alat pemasaran sebagai cara untuk mendukung keberhasilan pemasaran tersebut tidak bertentangan dengan syariah islam karena dalam menjalankan suatu usaha tentulah keuntungan yang menjadi tujuan utama. Islam sendiri telah mengatur bahwa inti dari bermu'amalah adalah unsur kerelaan atas dasar suka sama suka, ataupun tidak ada unsur keterpaksaan antara pihak penjual dan pembeli. Seperti yang di jelaskan QS An-Nisa/4:29 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."* (QS. An-Nisa: 29)[7]

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menghalalkan kepada kita semua yang berrmaslahat bagi kita seperti bentuk perdagangan dan berbagai jenis usaha dan keterampilan. Disyaratkan atas dasar suak sama suka dalam perdagangan untuk menunjukkan bahwa akad perdagangan tersebut bukan perdagangan yang melibatkan riba, karena riba bukan termasuk hal yang di bolehkan dalam syariat Islam dan bahwa kedua belah pihak atas dasar suka sama suka/saling ridho dan melakukannya atas dasar pilihan bukan paksaan.

2. Hambatan yang ditemui pengrajin sepatu Sasirangan dalam menembus pasar Global dan solusi mengatasinya

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hambatan yang ditemui dalam menembus opasar global oleh pengusaha sepatu sasirangan adalah masalah Kepercayaan, Jarak dan kualitas,karena jauhnya jarak antara tempat produksi dengan tempat pemasaran (diluar negeri) serta masalah nilai tukar rupiah dan sebagainya tentunya memerlukan usaha agar produk sepatu sasirangan yang diproduksi *Qeela* sasirangan *Footwear* dapat dikenal masyarakat mancanegara.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Anwar[8] solusinya adalah perlunya pengusaha sepatu sasirangan mempelajari secara lebih mendalam kiat atau strategi yang tepat dalam pemasaran online disamping memperbaiki kualitas produknya, karena pasar mancanegara mempunyai standar kualitas yang tinggi agar dapat memperoleh kepercayaan konsumen diluar negeri, promosi adalah langkah untuk mengenalkan produk sepatu sasirangan kepada konsumen yang masih tergolong baru, karena produk sepatu sasirangan belum banyak di kenal di luar negeri sehingga promosi sangat penting dilakukan, agar promosi yang dilakukan bisa tepat sasaran, maka dengan melakukan riset terhadap produk yang dijual dan siapa saja calon konsumen yang potensial untuk membeli produk tersebut, selama ini sepatu sasirangannya ditawarkan pada turis mancanegara maupun domestik yang sedang berwisata di kota Banjarmasin.

---

[7] Tafsir Al-Qur'an, Website https://tafsirweb.com/1561-quran-surat-an-nisa-ayat-29.html , di kutip pada tanggal 26 Januari 2020

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian pada Qeela Sasirangan Footwear, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Qeela Sasirangan Footwear dalam menembus pasar global sudah cukup baik karena tidak mengandung unsur gharar yang dapat merugikan pelanggan namun perlu perbaikan untuk gambar yang digunakan sebagai iklan pemasaran yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.
2. Kendala yang ditemui dalam pemasaran sepatu sasirangan diantaranya adalah masalah kepercayaan, Masalah jarak penjual dan pembeli yang jauh, Masalah kualitas barang, Kebijakan Tarif import, perbedaan mata uang, kesulitan melakukan Pembayaran, Nilai Tukar Mata Uang yang Berubah-ubah, Regulasi Ekonomi yang Berbelit-belit di Setiap Negara sedangkan solusinya adalah perlunya pengusaha sepatu sasirangan mempelajari secara lebih mendalam kiat atau strategi pemasaran yang tepat untuk menembus pasar global disamping memperbaiki kualitas produknya agar dapat menarik dan mempengaruhi pembeli mancanegara untuk membeli produk sepatu sasirangan

DAFTAR PUSTAKA

Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*,Jakarta: Kencana, 2003

Diah Tuhfat Yoshida, *Arsitektur Strategik: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan dalam Dunia yang Senantiasa Berubah*, Jakarta: PT Elex Komputindo Kelompok Gramedia, 2004

Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan saefullah, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

Erly Suandy, *Perencanaan Pajak Edisi 4*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.

Husein Umar, *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.

https://kerajinanindonesia.id/kerajinan-sepatu-di-sasirangan/

Imammuddin Yuliadi, Ekonomi Islam, Yogyakarta: LPPI, 2006

John M. Echols, Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.

Kamus Q, 2013, *Pengertian dan Definisi*. www.kamusq.com, di akses 09 Februari 2020.

K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta:Kanisius, 2000.

Kementrian Agama, Al-Qur'an dan terjemahannya, 2010

Mardani, Hukum Bisnis Syariah, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014

M. Suyanto, Marketing Strategy Top Brand Indonesia, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007, h. 16.

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kualitatif* , Jakarta : Rajawali Pers. 2008.

Nasroen Harun, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pertama,2007

Nur Asnawi, Pemasaran Syariah, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017

Rachmat, Manajemen Strategik, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.

Siti Hasna Hasan, *Consumption of Functional Food Model for Malay Muslims in Malaysia*,Journal of Islamic Marketing, vol. 2 No. 2. 2011

Sugiyono, Metode Penelitian, (Rineka Cipta : Jakarta, 2010), hal. 32.

Tafsir Al-Qur'an, Website, https://tafsirweb.com/650-quran-surat-al-baqarah-ayat-168.html, di kutip pada tanggal 26 Januari 2021

Tafsir Al-Qur'an, Website, https://tafsirweb.com/10816-quran-surat-al-hasyr-ayat-18.html, di kutip pada tanggal 26 Januari 2021

Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed. 3 cet. 3,* Jakarta: Balai Pustaka 2005.

Tim Puslitbang Lektur Keagamaan, *Pedoman Transliterasi Arab Latin; Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987,* Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, Jakarta, 2003.

Z. Hefflin Frinces, *Persaingan Dan Daya Saing Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi,* Jogjakarta: Mida Pustaka, 2011.