

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah sebuah alat dimana untuk menentukan proses perencanaan suatu unit usaha atau perusahaan dalam meningkatkan, mempertahankan usahanya yang berfokus pada jangka waktu yang panjang untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi merupakan upaya pengembangan posisi kompetitif perusahaan di tengah persaingan usaha. Strategi juga membutuhkan informasi untuk membuat keputusan dan rancangan perencanaan yang tepat berkaitan dengan pemilihan produk, saluran pemasaran, dan hal-hal yang bersifat jangka waktu panjang.

Strategi berasal dari kata Yunani *strategis* yang berarti jenderal. Sedangkan secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dari organisasi tercapai.¹⁴

¹⁴ Muhammad, “Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah” (Yogyakarta : UII Press Yogyakarta, 2018), XV, 10

Strategi adalah pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan perencanaan, gagasan, dan eksekusi, yang merupakan sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. strategi yang baik akan selalu berkoordinasi dengan tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukung yang searah dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik tersendiri untuk mencapai tujuan.¹⁵ Sebuah organisasi yang dikelola secara baik dan terus-menerus pasti memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara terbuka dan eksplisit.

Strategi diartikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk sebuah perencanaan dan penerapan sebuah rencana dan alokasi sumber daya yang urgent untuk mencapai tujuan dasar dan sasaran dengan memperhatikan berbagai keunggulan kompetitif, komparatif, sebagai suatu ide yang berkelanjutan sebagai sebuah arah, cakupan dalam jangka waktu yang panjang secara keseluruhan dari individu atau organisasi.¹⁶

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah rencana atau cara yang berkaitan dengan ide gagasan, dan pelaksanaan dalam kegiatan usaha untuk mencapai tujuan yang telah di rencanakan.

¹⁵ Arif Yusuf Hamalai, "*Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*", (Jakarta : Prenadamedia Group, 2020), 16

¹⁶ Triton, *Manajemen Strategis Terapan Perusahaan dan Bisnis*, (Jakarta : Tugu Publisher, 2007), 13

Mengenai definisi strategi terdapat beberapa pengertian strategi yang akan disebutkan, menurut Porter strategi adalah sebuah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.¹⁷

Menurut Konichi Ohinea strategi bisnis adalah keunggulan bersaing satu-satunya maksud perencanaan memperoleh, seefisien mungkin, kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya. Jadi strategi perusahaan merupakan sebuah bentuk usaha untuk mengubah kekuatan perusahaan agar supaya sebanding dengan kekuatan para pesaingnya, dengan cara yang paling efisien. Menurut Griffin strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (*strategi is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals*).¹⁸

Menurut Marrus (2002:31), menyatakan bahwa strategi sebagai proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar suatu tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁹

Mengenai strategi pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lainnya akan menentukan berjalan dan suksesnya strategi yang disusun.

¹⁷ Rahmansyah, dkk, *Strategi Pengembangan Usaha Batik Pesona Adabinjau Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Tungkal III Kuala Lumpur*”, (Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.3, No.2, 2020)

¹⁸ Imam Nawawi, *Manajemen Strategi Sektor Publik*, (Jakarta : CV. Dwi Pustaka Jaya, 2018), 3

¹⁹ Juliansyah Eris, *Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi*, Jurnal Ekonomak, Vol. 3, No. 2, 2017

Konsep-konsep strategi adalah sebagai berikut :²⁰

- a. *Distinctive Competence* : tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melakukan kegiatan secara lebih baik dibandingkan para pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage* : suatu kegiatan spesifik yang dikembangkan perusahaan agar mempunyai nilai unggul dari pesaingnya.

Menurut Didin Hafifuddin dan Henri Tanjung Strategi adalah respon secara terus menerus dan adaptif terhadap peluang, ancaman, kekuatan, ancaman secara eksternal maupun internal yang dapat mempengaruhi organisasi.²¹ Strategi terdapat berbagai tingkatan dalam sebuah organisasi. Tingkatan strategi dibagi atas tiga bagian yaitu :²²

- a. Strategi Korporat

Strategi korporat adalah suatu pernyataan sebuah organisasi atau perusahaan mengenai arah pertumbuhan dan tujuan jangka panjang. Tujuan korporat perusahaan terpusat pada sebuah pernyataan kunci yaitu bisnis apa yang harus digeluti perusahaan.

Strategi korporat akan menentukan apa bentuk kegiatan bisnis yang akan dilakukan perusahaan, apakah perlu mengintegrasikan

²⁰ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung : PT Refika Aditama, 2018), 5

²¹ Didin Hafifuddin dan Henri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta : Gema Insari Press, 2012), 29

²² Thomas Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen*, (Jakarta : Indeks Puri Media, 2013), 60-61

perusahaan dengan perusahaan lain atau harus berdiri sendiri dan bagaimana bisnis tersebut berkecimpung dengan masyarakat.

b. Strategi Bisnis

Definisi secara terperinci mengenai pernyataan, misi, tujuan unit bisnis dan rencana yang akan digunakan perusahaan dalam jangka panjang. Peranan paling utama pada level ini mengenai persaingan disutau pasar mengenai unit bisnis. Misalnya apa keuntungan pesaing, apa peluang yang dapat dimanfaatkan, bagaimana perusahaan harus mengalokasikan sumber daya untuk mencapai posisi yang diinginkan.

c. Strategi Operasional

Strategi operasional merupakan suatu pernyataan rinci yang bertujuan jangka pendek dan metode yang akan digunakan oleh suatu bidang operasinal dalam mewujudkan tujuan jangka pendek. Isu utama dalam strategi ini berkenaan dengan bagaimana masing-masing bagian dan organisasi untuk membentuk *strategic architecture* yang efektif untuk membantu menghasilkan arah strategik secara bersama-sama.

2. Tipe-Tipe Strategi

Menurut Freddy strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.²³

- a. Strategi Manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi makro. Misalnya : strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisis, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.
- b. Strategi investasi, merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya : apakah organisasi ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahap, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.
- c. Strategi bisnis, strategi ini sering juga disebut strategi bisnis fungsional karena berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya : strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.
- d. Strategi pemasaran mencakup beberapa hal istilah atas kesempatan kepemilikan, sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana implementasi serta pengawasan.

²³ Freddy Rangkuti, *Analisi SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001), 6-7

3. Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah segala sesuatu dilaksanakan untuk meningkatkan pelaksanaan usaha yang sedang berjalan sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usahanya.²⁴

Usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi dan distribusi dengan menggunakan fisik yakni tenaga dan pikiran untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi.²⁵

Pengembangan usaha merupakan satu aktivitas, cara atau proses untuk mengembangkan, memperbaiki usaha yang sedang atau yang akan dilaksanakan. Pengembangan usaha bertujuan mempertahankan usahanya agar tetap berjalan dan produktif guna meningkatkan profitabilitas usahanya untuk dapat menghasilkan laba atau keuntungan dalam jangka panjang.

Dalam setiap pengembangan usaha pasti akan berkaitan dengan peluang. Peluang dalam melakukan usaha dapat dilakukan dari berbagai arah dan kesempatan yang dapat dilihat oleh seseorang. Peluang dan kesempatan ini dapat memulai sebuah usaha tergantung dari persepsi dan pengalaman seseorang.

Dalam menjalankan serta mempertahankan bisnis atau usaha perlu dibarengi dengan berbagai rancangan strategi yang tepat untuk

²⁴ Sakia Pajriani, dkk, "Strategi Pengembang Usaha Bisnis Ritel Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Studi Kasus Masyarakat Penjual Eceran Sekitar Top Swalayan Kolaka), Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah, Vol.3, No.1, 2020.

²⁵ Ibid.

mencapai tujuan dari setiap organisasi. Perusahaan dalam menjalankan strategi usahanya mempunyai tujuan yang diharapkan. Ada tiga tahap yang perlu diperhatikan untuk menetapkan strategi pengembangan usaha, yaitu memilih konsumen, mengidentifikasi kebutuhan konsumen, dan menentukan bauran usaha.

Strategi usaha adalah langkah-langkah atau rencana yang akan dijalankan oleh organisasi atau perusahaan. Strategi usaha dilakukan untuk menunjukkan hal yang baru atau unik yang berbeda dari para pesaing atau kegiatan yang serupa namun dalam penerapan yang berbeda.

Strategi usaha memegang kunci keberhasilan dalam unit usaha, diyakini bahwa strategi dapat menelusuri dan menggali, mempertahankan dan mengembangkan usaha serta dapat meningkatkan laba atau keuntungan. Setiap usaha akan melakukan berbagai macam cara untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa di perusahaannya.

Strategi usaha mempunyai manfaat yang begitu signifikan terhadap keberlangsungan suatu usaha, karena strategi ini mengatur dan mengarahkan perusahaan dalam meningkatkan semua elemen dalam terdapat dalam unit usaha, terutama meningkat kinerja agar dapat unggul dalam bersaing sehingga berujung pada tercapainya tujuan dari usaha tersebut.

Strategi pengembangan usaha yang sukses umumnya menggunakan beberapa aplikasi didalam penerapannya. Berikut adalah beberapa aplikasi yang tertuang dalam lima posisi ialah sebagai berikut:²⁶

a. Strategi Produk (*Product*)

Menurut Kotler produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide.²⁷

Jadi produk tidak hanya yang terlihat secara fisik seperti barang, makanan dan lainnya, akan tetapi juga pelayanan jasa termasuk didalamnya. Hal ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sedangkan strategi produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk menarik perhatian dan minat konsumen sehingga dapat dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kegiatan untuk mengenalkan dan memengaruhi konsumen agar mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dan kemudian tertarik untuk melakukan pembelian. Promosi juga sebagai alat komunikasi pengenalan untuk meyakinkan mengenai barang dan

²⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 72

²⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : CV Alfabeta, 2016), 139

jasa kepada konsumen. Kegiatan promosi ini dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produknya secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa adanya promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan salah satu cara yang ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen yang baru.

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan komunikasi impersonal. Periklanan merupakan kegiatan promosi yang bertujuan untuk menginformasikan, menarik dan memengaruhi calon konsumen dengan menggunakan beberapa media seperti brosur, spanduk, iklan dimedia cetak, tv maupun radio.²⁸

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan ditujukan agar konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu perlu dilakukan promosi yang menarik seperti pemberian discount, diadakannya event, pemberian kupon dan lain-lain.

3) Publisitas (*publicity*)

Merupakan kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran dan bakti sosial. Kegiatan

²⁸ Hermawan, *Marketing*, (Jakarta : Gramedia, 2002), 12

publisitas bertujuan untuk membuat pamor perusahaan baik dimata konsumen.²⁹

4) Penjualan personal (*personal selling*)

Personal selling merupakan bagian dari promosi untuk menarik dan mengenalkan suatu produk secara langsung atau secara tatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan dan memberikan kesan serta pemahaman kepada calon pelanggan sehingga mereka akan melakukan pembelian.

Adapun bentuk-bentuk dari *personal selling* adalah sebagai berikut :³⁰

a) *Field selling*

Field selling adalah kegiatan penjualan yang dilakukan diluar perusahaan dengan mendatangi konsumen dari rumah ke rumah atau dari satu perusahaan ke perusahaan lain.

b) *Retail selling*

Retail selling adalah penjualan yang dilakukan di dalam perusahaan, yakni penjualan yang melayani konsumen yang datang langsung ke perusahaan.

c) *Executive selling*

²⁹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, 2003), 192

³⁰ Gemaswadaya.blogspot.com, diakses 14 maret 2023 pada jam 14.59

Executive selling adalah hubungan yang dilakukan oleh pemimpin perusahaan kepada pemimpin perusahaan lain atau dengan pemerintahan.

5) Pemasaran Langsung (*direct marketing*)

Hubungan secara langsung dengan konsumen yang ditargetkan untuk memperoleh respon cepat dan membangun hubungan dengan pelanggan. Strategi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada konsumen tersebut.

c. Strategi Harga (*Price*)

Secara umum harga adalah satuan yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Harga sendiri merupakan nilai jual yang telah ditetapkan penjual terhadap produknya. Harga juga merupakan strategi bagi marketing dalam rangka meningkatkan penjualan. Kebijakan dalam penetapan harga menjadi hal yang sangat penting, karena kebijakan harga nantinya akan menentukan kenaikan dan penurunan dalam penjualan.³¹

d. Strategi Lokasi (*Place*)

Keputusan pemilihan tempat atau lokasi menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan. Dengan pemilihan tempat yang strategis akan menjadi daya tarik bagi calon pelanggan. Lokasi

³¹ Wandy Zulkarnaen, Neneng Nurbaeti Amin, *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, (Studi Terhadap Rema Laundry dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung)*, Vol.2, No.1, 2018.

fasilitas jasa kadang kala menjadi faktor kesuksesan terhadap suatu unit usaha jasa karena lokasi erat kaitannya dengan pasar penyedia jasa.

Menurut Kotler lokasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu usaha untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada pelanggan yang ditargetkan.³²

e. Strategi Penjualan (*Sale*)

Strategi penjualan adalah cara atau sebuah perencanaan yang terdokumentasi agar supaya penjualan barang dan jasa meningkat. Strategi penjualan digunakan untuk menarik minat calon pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

4. Jenis-Jenis Pengembangan Usaha

a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi ini memperbolehkan perusahaan untuk melakukan pengawasan atau pantauan kepada pemasok, distributor dan para pesaing, misalnya melalui akuisisi atau melewati merger.

b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini membutuhkan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui barang atau produk yang ada.

c. Strategi Diversifikasi (*Diversification strategy*)

³² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prenhallindo, 2002), 82

Strategi ini dimaksudkan agar menambah produk- produk terbaru. Strategi ini kurang populer, ditinjau dari tingkat kesulitannya dalam mengendalikan kegiatan perusahaan yang berbeda-beda dalam manajemennya.

d. Strategy Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi bertahan bertujuan untuk menyelamatkan perusahaan dari tingkat kerugian yang membesar sehingga mengakibatkan kebangkrutan. Untuk menghindari hal tersebut pemilik usaha melakukan tindakan strategu untuk mempertahankan usahanya.³³

B. Usaha Penitipan Kendaraan

1. Pengertian Usaha

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu tujuan, atau mencari laba, berusaha dengan bekerja lebuuh giat, untuk mencapai sesuatu.³⁴

Usaha adalah sebuah bentuk kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kesejahteraan dengan mengharapkan laba atau keuntungan. Adapun salah satu diantara banyaknya usaha seperti jual beli, sewa-menyewa, upah-mengupah, memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan.

³³ David, Fred R. *Manajemen Strategis : Konsep*, (Jakarta : Prenhallindo, 2002), 17

³⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 1254

Menurut Irma usaha merupakan suatu aktivitas yang sepanjang waktu mempengaruhi kehidupan setiap orang. Usaha menghasilkan sebagian besar barang dan jasa yang dikonsumsi oleh setiap orang.³⁵

Sedangkan menurut Harmaizar Z usaha bisa disebut perusahaan yaitu melakukan kegiatan secara terus menerus untuk mencapai tujuan dan memperoleh laba atau keuntungan baik perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbadan hukum.³⁶

Usaha sendiri merupakan kegiatan individu yang dilakukan secara terus menerus yang dapat dijalankan oleh perorangan maupun berkelompok agar dapat mensejahterakan dan memenuhi kebutuhan hidup dengan harapan mendapatkan keuntungan atau laba sebanyak banyaknya. Usaha tersebut dilakukan karena keinginan dan cita-cita manusia untuk menuju kehidupan yang lebih baik, tidak dapat dipungkiri bahwa di zaman modern ini kebutuhan akan terus semakin meningkat. Dalam berusaha manusia dapat mendirikan bermacam-macam usaha khususnya dalam kebutuhan atau melihat apa yang dibutuhkan dan diinginkan manusia lainnya, sehingga timbullah peluang usaha yang mampu menciptakan barang dan jasa.

Usaha sendiri merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki peranan sangat vital dalam memenuhi kebutuhan manusia. Adapun salah satu usahanya jual beli, memproduksi, memassarkan, sewa-menyewa, upah-

³⁵ Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Graha Ilmu, 2006), 2

³⁶ Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha*, (Bekasi : CV Dian Anugerah Prakasa Ed. II, 2006), 13

mengupah, dan interaksi dengan manusia lainnya.³⁷ Dengan membuka usaha sendiri maka, manusia seperti halnya menciptakan uang sendiri, bahkan dengan membuka usaha dapat menciptakan peluang usaha bagi seseorang.

2. Penitipan Kendaraan

Di berbagai tempat dan daerah tidak jarang kita temui tempat penitipan kendaraan bermotor. Usaha penitipan kendaraan bermotor adalah suatu bentuk usaha yang menyediakan tempat sewa bagi pengendara yang ingin menitipkan kendaraannya dengan tarif yang sudah ditentukan oleh pemilik usaha tersebut.

Usaha penitipan kendaraan bermotor mempunyai peluang yang tinggi jika pelaku usaha mengamati secara intensif mengenai lingkungan sekitar. Ada banyak tempat penitipan kendaraan yang biasa kita jumpai misalnya, pelabuhan, stasiun, terminal dll. Masyarakat mempunyai alasan tersendiri untuk menitipkan kendaraannya seperti, jarak tempuh dari rumah ke stasiun cukup jauh serta sukarnya angkutan umum sehingga mengharuskan menitipkan kendaraan di stasiun untuk mempermudah sampai ke tempat yang dituju.

Penitipan merupakan perjanjian nyata yang berarti telah dilakukannya suatu tindakan yaitu menyerahkan atau diserahkan barang yang bersifat dititipkan untuk dijaga sebagai mana mestinya.³⁸

³⁷ Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.1 , No.1, 2015, 33

³⁸ Darwiyanto D, Syafarianii Fenny, *Sistem Informasi Kendaraan Berbasis Web pada Penitipan Motor Sejahtera*, Universitas Komputer Indonesia

Isitilah penitipan yang dimaksud adalah tempat penitipan yang dikenakan tarif sewa bagi si penitip.

Penitipan kendaraan bermotor merupakan sebuah tempat penitipan alat transportasi darat seperti motor, mobil, sepeda. Hal ini bertujuan untuk memudahkan para pengendara menitipkan kendaraan apabila terdapat halangan dalam membawa alat transportasi tersebut. Kebanyakan penitipan kendaraan bermotor terdapat di pelabuhan, stasiun, terminal dan lain-lain, hal ini dikarenakan berbagai alasan sehingga susah bagi pengendara untuk membawanya. Kemudian masyarakat sekitar menggunakan peluang untuk mendapatkan kesempatan membuka usaha untuk mencukupi kebutuhan hidup.

Sedangkan kendaraan bermotor adalah suatu jenis kendaraan beroda yang digunakan di darat sebagai alat transportasi masyarakat untuk sampai kepada tempat tujuan. Transportasi merupakan pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin.³⁹

Berbagai macam usaha yang dapat dijalankan oleh seseorang khususnya penitipan kendaraan bermotor. Penitipan kendaraan ini sudah banyak ditekuni oleh masyarakat untuk dijadikan peluang usaha, sehingga hal ini tidak akan terlepas dari persaingan antar sesama usaha penitipan

³⁹ Sjaifurrachman, *Keberadaan Kendaraan Bermotor (Mobil) Pribadi Sebagai Angkutan Umum Dalam Perspektif Undang-Undang Nomo 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Di Kabupaten Sumenep*, Jurnal Jendela Hukum Fakultas Hukum UNIJA, Vol.1, No.1, 2014

kendaraan. Persaingan usaha adalah hal lumrah terjadi dikalangan para pengusaha, maka dengan adanya persaingan antar pengusaha maka perlu beberapa unsur sehingga dapat menarik konsumen untuk dapat mempercayai dan menitipkan kendaraan di tempat usahanya. Konsep tentang kenyamanan (*comfort*) perlu diterapkan untuk menarik pelanggan. Hal ini nantinya akan berdampak terhadap kepuasan konsumen terhadap suatu usaha, karena kenyamanan dan keamanan sering dijadikan pertimbangan dalam menentukan pilihannya, lokasi yang nyaman dan aman akan membuat konsumen mengambil keputusan.

Menurut Dhagat Wihasta Utama, dalam penelitiannya disebutkan ada beberapa hal yang mampu memberikan rasa nyaman terhadap konsumen ialah sebagai berikut .⁴⁰

1. Sirkulasi

Sirkulasi dibedakan menjadi dua macam yakni sirkulasi diluar ruang dan sirkulasi di dalam ruang atau peralihan antara luar dan dalam. Rasa kenyamanan dapat berkurang karena sirkulasi yang kurang baik.

2. Kebersihan

Lokasi dan kebersihan mempunyai daya tarik tersendiri bagi konsumen, selain dapat menambah rasa nyaman bagi pelanggan dikarenakan persepsi manusia trehindar dari kotoran, sampah ataupun

⁴⁰ Dhagat Wihasta Utama, *Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Kenyamanan, Lokasi dan Persepsi Harga Terhadap Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Pada Minat Loyalitas*, (Semarang, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Ponegoro, 2015), 17-18

bau-bauan yang tidak enak, pada daerah yang menuntut kebersihan yang tinggi.

3. Bentuk Usaha

Bentuk dari sebuah usaha yang meliputi bentuk gedung, dekorasi, penataan dan kebersihan. Rencana ini memang harus dipersiapkan sehingga dapat menambah kenyamanan konsumen.

4. Penerangan

Penerangan yang berasal dari pencahayaan alam bisa membantu pencahayaan dalam beberapa waktu tertentu. Agar penerangan tetap baik maka perlu digunakannya lampu untuk menerangi di malam hari.

5. Keamanan

Keamanan merupakan salah satu bentuk kenyamanan yang paling urgent bagi konsumen, hal ini menjadi pertimbangan yang mendalam bagi konsumen khususnya dalam usaha penitipan kendaraan. Keamanan dapat mengganggu dan menghambat aktivitas yang akan dilakukan. Keamanan bukan hanya dalam bentuk kejahatan, tapi juga bisa berbentuk kekuatan konstruksi, bentuk ruang, dan kejelasan fungsi.

6. Keindahan

Keindahan tempat juga merupakan hal yang penting dan perlu diperhatikan untuk menghasilkan kenyamanan sebab hal ini berkaitan dengan kepuasan batin serta panca indra manusia.

7. Aroma atau Bau-Bauan.

Aroma atau bau-bauan menyengat yang tercium disekitar perusahaan akan menimbulkan rasa kurang nyaman bagi konsumen, hal ini perlu untuk diantisipasi bagi pemilik usaha.

8. Pelayanan

Kualitas pelayan menjadi salah satu unsur yang sangat penting dalam persaingan usaha. Pelayanan dapat dijadikan tolak ukur untuk melihat kemampuan perusahaan baik kelemahan maupun kekuatannya, hal ini akan dirasakan oleh konsumen bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga akan memicu pengambilan keputusan untuk meinitipkan kendaraannya.

Pelayanan merupakan salah satu hal yang penting dalam memasarkan produk, dimana pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Pelayanan yang dimaksud adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi mengenai kepuasan konsumen sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri.⁴¹

Pelayanan yang unggul dapat dijadikan tolak ukur untuk mencerminkan kemampuan dan keunggulan bersaing suatu perusahaan. Dengan kualitas pelayanan yang ramah dan konsisten dianggap mampu menumbuhkan kepuasan bagi pelanggan, sehingga hasil dari kepuasan tersebut konsumen akan mempunyai kesan tersendiri dan perusahaan akan mendapatkan nilai positif dari para konsumen.

⁴¹ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 1999), 30

C. Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penitipan Kendaraan Perspektif

Islam

Muamalah merupakan suatu bentuk aturan atau hukum-hukum yang telah Allah SWT ciptakan untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan dunaiawi dan pergaulan sosial.⁴² Bidang muamalah memiliki cakupan yang sangat luas, dimana mencakup segala hubungan interaktif semua makhluk di muka bumi yang menempatkan manusia sebagai pemeran utama (*khalifah*). Bidang ekonomi merupakan salah satu yang membahas secara khusus interaksional antara manusia yang berkaitan dengan barang dan jasa, dalam rangka kesejahteraan yang tetap berada dalam tuntutan syariah.⁴³

Sejak zaman Rasulullah SAW Islam telah menggeluti dunia bisnis dan mengalami kejayaan. Rasulullah SAW telah mengajarkan mengenai tata cara berusaha yang berlandaskan dengan tuntutan syariah. Strategi pengembangan bisnis atau usaha sangat diperlukan dalam mempertahankan usahanya tersebut. Sebagai umat beragama Islam dalam menjalankan usahanya harus berada ddalam pedoman-pedoman syariah. Sebagaimana Rasulullah telah memberikan teladan dalam berbisnis sehingga mempunyai aturan dan batasan-batasan tertentu.

1. Niat Baik

⁴² Prof. Dr.H. Abdul Rahman Ghazali, M.A., dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2012), h 3

⁴³ Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) Di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), 106

Dalam berbisnis mempunyai niat baik menjadi tolak ukur dan pondasi amal perbuatan manusia. Apabila niat yang terkandung dalam berbisnis atau berusaha itu diniatkan sebagai bentuk beribadah kepada Allah SWT, maka bisnis atau usaha yang dijalankan akan mendapatkan kemudahan dan keberkahan. Maka berangkat dari sinilah umat muslim yang berwirausaha bukan hanya mencari keuntungan atau laba saja namun juga untuk mencari ridha Allah SWT.⁴⁴

2. Berintraksi Dengan Akhlak

Akhlak menjadi sebuah acuan bagi umat manusia dalam berintraksi dengan sesama. Sebagaimana Rasulullah SAW mendapatkan wahyu untuk menyempurnakan akhlak manusia sebagai tujuan utamanya. Berikut ini merupakan beberapa akhlak yang harus dimiliki oleh pebisnis muslim.

a. Jujur

Dalam mengembangkan suatu usaha, seseorang harus menjunjung tinggi nilai kejujuran. Karena untuk meningkatkan kinerja suatu usaha maka perlu tingkat kejujuran yang tinggi sehingga tujuan yang diinginkan tercapai. Karena dengan kejujuran akan mencegah kecurangan sehingga dapat mengantarkan manusia kearah yang lebih baik.⁴⁵

⁴⁴ Muhammad Ismail, Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), 11

⁴⁵ Ma'aruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, (Banjarmasin : Antasari Press, 2011),18.

Jika dalam berusaha atau berbisnis seseorang jujur maka akan mendapatkan kepercayaan dan akan digemari oleh para pelanggan, hal tersebut akan menunjang kelancaran bisnis yang dijalankan.

b. Amanah

Amanah adalah orang yang dipercaya. Amanah adalah sifat seseorang yang mampu menjaga dengan baik kepercayaan seseorang. Islam mengajakarkan bahwa dalam berwirausaha harus menegakkan sikap amanah. Dengan amanah juga akan menjaga hak-hak Allah dan hak sesama manusia sehingga tidak akan lali dengan tanggung jawabnya.

c. Toleran

Toleran adalah sikap saling menghormati, menghargai antar sesama manusia, karena manusia sebagai makhluk sosial tidak akan terlepas akan membutuhkan antar sesama. Allah SWT menciptakan manusia berbeda dengan yang lainnya, maka bersikaplah saling menghargai untuk membangun komunikasi antar sesama.

d. Menepati Janji

Maksudnya adalah menepati janji atau tidak ingkar dari semua komitmen yang ditetapkan kedua belah pihak. Islam sangat menganjurkan umatnya untuk selalu menepati janji.⁴⁶

Strategi pengembangan usaha adalah sebuah bentuk atau inisiatif pengusaha untuk mempertahankan usahanya dari pesaing-pesaing untuk

⁴⁶ Ma'aruf Abdullah, Op.cit, 23

dapat bersaing secara unggul sehingga dapat menuju puncak kejayaan yang diinginkan dalam usahanya. Strategi merupakan cara atau perencanaan dimana untuk dapat memikat atau menarik konsumen sehingga mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian atau penitipan di tempat usaha yang dijalankan.

Dalam menitipkan kendaraannya konsumen mempunyai pemikiran, pemilihan, pertimbangan tersendiri untuk menitipkannya. Konsumen akan mengamati sejauh mana keamanan yang ada dalam tempat penitipan tersebut. Maka berangkat dari sinilah perlu diterapkan strategi pengembangan usaha yang baik dan terencana untuk memikat dan memberikan rasa aman bagi calon penitip kendaraan.

Usaha penitipan kendaraan tidak sukar kita temui dikalangan masyarakat. Usaha penitipan kendaraan bermotor merupakan sebuah tempat penitipan kendaraan untuk membantu pengendara menitipkan kendaraannya. Biasanya usaha penitipan kendaraan akan memungut biaya yang sudah ditetapkan oleh pihak penyewa.

Sewa menyewa atau upah-mengupah merupakan sesuatu yang diperbolehkan atau telah disyariatkan dalam Islam. Sebagaimana halnya barang, jasa juga dapat diperjual belikan meskipun terdapat perbedaan diantara keduanya. Dalam Islam istilah sewa-menyewa, upah-mengupah disebut dengan *ijarah* sedangkan penitipan atau titipan disebut dengan

wadi'ah. Penjualan jasa dalam islam disebut dengan *ijarah* atau sewa-menyewa, yaitu kegiatan pemindahan hak pemanfaatan.⁴⁷

Secara etimologi *al-ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al-’iwadh* penggantian, dalam konteks pahala dinamakan juga *al-Ajru/upah*.⁴⁸

Sedangkan upah (*ujrah*) adalah akad yang mengambil manfaat dengan cara mengganti, tanpa adanya pemindahan hak guna barang atau jasa melalui pembayaran upah.⁴⁹ Objek *ijarah* haruslah jelas baik dalam bentuk dan manfaatnya, dapat diserahkan secara langsung, saat dimanfaatkan tidak ada pertentangan di dalam hukum *syara*.⁵⁰

Al-Ijarah dalam bentuk sewa menyewa ataupun dalam bentuk upah mengupah merupakan muamalah yang telah disyariatkan dalam Islam. Hukum asalnya menurut Jumhur Ulama adalah mubah atau boleh bila dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh *syara*.⁵¹

Adapun dasar hukum tentang kebolehan *al-ijarah* salah satunya ada dalam surah At-Thalaq ayat 6.

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تَضَارُّوهُنَّ لِنُضَيْبِوهُنَّ عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ أَوْلَاتٍ حَمَلٍ فَانْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ ۚ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتَوْهُنَّ أُجُورَهُنَّ صَلَّىٰ وَأَتَمَّرُوا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ صَلَّىٰ وَإِنْ تَعَا سَرْتُمْ فَسَنُرِّضِعْ لَهُ أُخْرَىٰ

⁴⁷ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), 75

⁴⁸ Ghazaly Abdul Rahman, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012), 277

⁴⁹ Ayu Siti Nurma, dkk, *Akad Ijarah dan Wadi'ah*, Jurnal Keadaban, Vol. 3, No.2, 2021

⁵⁰ Ghufon A. Mas'adi, *fiqh Muamalah Kontekstual*, (Semarang: PT Raja Grafindo Persada,2002), 184

⁵¹ Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 277

Artinya :

“ Tempatkanlh mereka (para isteri) dimana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Dan jika mereka (isteri-isteri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu, maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah diantara kamu (segala sesuatu) dengan baik, dan jika kamu menemui kesulitan, maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.⁵² (QS. At-Thalaq : 6)

Sedangkan penitipan atau titipan dalam Islam dikenal dengan *wadi'ah* (titipan). Kata *wadi'ah* berasal dari kata *wada'a asy syai'*, berarti meninggalkannya, yaitu sesuatu yang ditinggalkan seseorang pada orang lain untuk dijaga dengan sebutan *qadi'ah* lantaran ia meninggalkannya pada orang yang menerima titipan.⁵³

Wadi'ah merupakan perjanjian seseorang untuk menitipkan barangnya supaya dijaga sebagaimana mestinya sesuai dengan tuntun Islam. Apabila dikemudian hari terdapat kecacatan bukan karena kelalaiannya , maka yang dititipi tidak wajib mengganti, akan tetapi apabila kerusakan atau kecacatannya disebabkan karena kelalaiannya maka wajib menggantinya.⁵⁴

⁵² Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahannya*, (Surabaya: Al-Hidayah, 1971), 280

⁵³ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Bandung : PT Alma'ruf, Cet Ke 1, 1987), 74

⁵⁴ Abu Azam Al Hadi, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Sidoarjo: Cahaya Intan XII, 2014

Wadi'ah merupakan suatu bentuk tolong menolong yang telah Allah SWT perintahkan dalam Al-Qur'an, sunnah menerima titipan bagi mereka yang percaya kepada dirinya bahwa mereka dianggap sanggup untuk menjaga barang yang dititipkan kepadanya.

Al-wadi'ah merupakan amanat bagi orang yang dipercayai menerima titipan dan kemudian dia wajib mengembalikan apabila penitip meminta untuk dikembalikan. Adapun salah satu dasar hukum diperbolehkannya *wadi'ah* yaitu Surah Al-Baqarah Ayat 283.

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya :

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa

hatinya; dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁵⁵ (QS. Al-Baqarah : 283)

Pada dasarnya usaha penitipan kendaraan bermotor ialah seseorang menitipkan kendaraannya untuk dijaga sebagaimana mestinya dengan membayar sewa tempat atau upah kepada pemilik usaha. Hal ini dilakukan sebagai imbalan atau bentuk rasa terimakasih kepada pemilik usaha.

Setiap usaha tidak terlepas dari berbagai rintangan dan masalah dalam memajukan dan mengembangkan usahanya, oleh karena itu perlu untuk mempunyai atau menerapkan strategi pengembangan usaha. Strategi pengembangan usaha sebagai suatu alat untuk mempertahankan, mengembakan dan menarik konsumen agar melakukan pembelian atau penitipan pada usaha yang dijalankan.

Strategi yang digunakan atau diterapkan dalam usaha harus sesuai dengan pedoman agama Islam. Islam telah mengatur berbagai perilaku kehidupan manusia tak terkecuali dalam bermuamalah. Islam telah menghalalkan perniagaan, jual-beli, sewa-menyewa, upah-mengupah dan lain-lain.

⁵⁵ Departemen Agama RI, Op.cit, 49