

**BISNIS KUCING RAS SEBAGAI MATA PENCAHARIAN DI KOTA
PALANGKA RAYA MENURUT PANDANGAN EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh

NOOR ANNISA AHLA
1704120632

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2021 M / 1443 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **Bisnis Kucing Ras Sebagai Mata Pencaharian di Kota Palangka Raya Menurut Pandangan Ekonomi Islam**


NAMA : Noor Annisa Ahla
NIM : 1704120632
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Oktober 2021

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Imam Qalyubi, S.S., M.Hum
NIP 197204042000031005


Isra Misra, M.Si
NIP 19920909201903100

Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ketua Jurusan

Ekonomi dan Bisnis Islam,

Ekonomi Islam,


Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si

NIP 196311091992031004


Enrike Tedja Sukmana, M.Si

NIP198403212011011012

NOTA DINAS

Palangka Raya, Oktober 2021

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Noor Annisa Ahla

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
Jl. G.obos Komplek
Islamic Center Palangka Raya

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan megoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara/i:

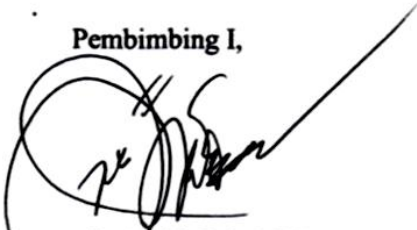
Nama : Noor Annisa Ahla
NIM : 1704120632
Judul Skripsi : **Bisnis Kucing Ras Sebagai Mata Pencaharian di Kota Palangka raya**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studdi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I,


Dr. Imam Qalyubi, S.S., M.Hum
NIP-197204042000031005

Pembimbing II,


Isra Misra, M.Si.
NIP-198501232016092722

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **BISNIS KUCING RAS SEBAGAI MATA PENCAHARIAN di KOTA PALANGKA RAYA** oleh Noor Annisa Ahla, NIM : 1704120632 telah *dimunakaqasyahkan* Tim *Munakaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:


Hari : Selasa

Tanggal : 26 Oktober 2021

Palangka Raya, Oktober 2021

Tim Penguji

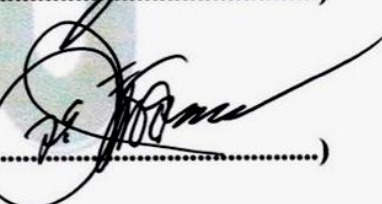
1. **Fadiyah Adlina, M.Pd.I**
Ketua Sidang


(.....)

2. **Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si**
Penguji Utama I


(.....)

3. **Dr. Imam Oalyubi, M.Hum**
Penguji II


(.....)

4. **Isra Misra, M.Si**
Sekretaris Sidang


(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sabian, S.H., M.Si
NIP 196311091992031004

Bisnis Kucing Ras Sebagai Mata Pencaharian Di Kota Palangka Raya Menurut Pandangan Ekonomi Islam

ABSTRAK

Oleh: Noor Annisa Ahla
1704120632

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji prospek bisnis kucing ras di Kota Palangkaraya, Ragam bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya, Strategi bisnis kucing ras di Kota Palangkaraya, dan pandangan ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Subjek penelitian bertempat di Petshop milik A jalan Angrek, petshop milik FN jalan Antang Kalang dan Rajawali, petshop milik FLG jalan sisingamangaraja dan Seth Adji, dan Petshop milik M jalan Mangga. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Analisis data menggunakan Pengumpulan, Reduksi, Penyajian, dan Penarikan Kesimpulan.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya memiliki prospek yang sangat bagus dilihat dari perkembangannya tahun ketahun. Banyak masyarakat Kota Palangka Raya yang menjadi pecinta hewan. Para pecinta hewan ini akan selalu memerlukan *petshop* dengan berbagai pelayanan jasa dan yang menjual berbagai kebutuhan hewan mereka lainnya. Petshop yang ada menawarkan berbagai macam barang untuk diperjualbelikan. Tidak hanya menawarkan barang, *petshop* inipun juga menawarkan banyak jasa. Strategi adalah hal paling penting yang harus disusun oleh para pemilik bisnis *petshop* agar usaha yang mereka jalankan terus berkembang. Semakin banyak *petshop* lain yang baru, petshop lama pun harus menyusun strategi agar tetap eksis dalam berbisnis. Setiap petshop memiliki strateginya masing-masing akan tetapi tujuannya sama yaitu untuk menarik konsumen. Praktik bisnis kucing di Kota Palangka Raya telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam hukum Islam. Dari sisi penjual dan pembeli sudah Baligh dan berakal sehat. Darisisi nilai tukarnya, barang dan jasa yang diperjualbelikan telah memiliki nilai tukar yang sepantasnya yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Kucing dapat dijadikan sebagai ladang bisnis yaitu dapat dijual kembali oleh pembeli ketika kucing sudah beranak. Sebab, kucing memiliki nilai jual yang tinggi. Bisnis kucing ras juga tidak mengandung unsur riba, gharar dan maysir.

Kata kunci: Bisnis Kucing, Mata Pencaharian, Ekonomi Islam

Race Cat Business as a Livelihood in Pangka Raya City According to the Islamic Economic View

ABSTRACT

By: Noor Annisa Ahla
1704120632

Therefore, this study aims to examine the business prospects of purebred cats in the Palangka Raya City, business variety of purebred cats in the Palangka Raya City, business strategies of purebred cats in the Palangka Raya City, and Islamic economics perspectives to the business practice of purebred cats in the Palangka Raya City.

This study was qualitative field research using a descriptive-qualitative approach. The subject of this research were in the pet shop owned by A in Angrek street, pet shop owned by FN in Antang Kalang street, pet shop owned by FLG in Sisingamangaraja street, and pet shop owned by M in Mangga street. The data collection techniques were observations, interviews, and documentation. The data validation used source triangulation. Data analyses used Collection, Reduction, Presentation, and Drawing a Conclusion.

The findings of the study show that the business of purebred cats in the Palangka Raya City has a very good prospect seen from its development from year to year. Many people in Palangka Raya City have become pet lovers. These pet lovers will always need pet shops with various services and selling various animal needs for their pets. Pet shops offer various kinds of items for sale. Pet shops Not only offering items but also many services to their customers. A strategy is the most important thing that must be arranged by business owners so that the business continues to develop. The more new petshops have just opened, the old petshops must arrange other strategies to continue to exist in business. Every pet shop has its own strategies, but the goal is the same, which is to attract consumers. The cat business practice in Palangka Raya City has met the pillars and requirements of selling and buying in Islamic law. From the sellers and buyers, they have been Baligh (someone who has full responsibility under Islamic law) and common sense. In terms of the object being traded, it has met the requirements of selling and buying animals allowed in Islam. In terms of the exchange rate, items and services traded have an appropriate exchange rate that has been agreed upon by both parties. If seen according to the object of the cat business, the cat can be used as a business field, which can be resold by the buyers when the cat has given birth because a cat has high selling value. The business of purebred cats also does not contain usury, gharar (uncertainty, deception, and risk), and maysir (speculation or gambling).

Keywords: Cat Business, Livelihood, Islamic Economics

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang hanya kepadanya kita menyembah dan kepada-nya kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan karunianya penulis masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Bisnis Kucing Ras Sebagai Mata Pencaharian Di Kota Palangka Raya Menurut Pandangan Ekonomi Islam**. Shalawat serta salam tak lupa juga penulis kepada suri tauladan, yaitu Nabi Muhammad Shollahu ‘Alaihi Wassalam, beserta para keluarga, sahabat, tabi’in dan seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palangka Raya,
2. Bapak Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya,
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I selaku ketua jurusan Ekonomi Islam selama peneliti menjalani perkuliahan,
4. Ibu Jelita S.H., M.S.I selaku ketua program studi Ekonomi Islam selama peneliti menjalani perkuliahan,
5. Bapak Dr. Imam Qalyubi, M.Hum sebagai dosen pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan

serta saran kepada peneliti selama menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan,

6. Bapak Isra Misra, M.Si. sebagai dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta saran kepada peneliti selama menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan,
7. Bapak M. Zainal Arifin, M. Hum. Selaku dosen penaset akademik selama menjalani perkuliahan,
8. Seluruh Dosen dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mengajarkan berbagai macam ilmu dan wawasan kepada peneliti,
9. Kepada kedua orang tua dan ketiga adik peneliti yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan peneliti serta keselamatan selama menempuh pendidikan,
10. Teman teman angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Ekonomi Syariah kelas D yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi,
11. Semua pihak yang membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Palangka Raya, September 2021

Penulis,

NOOR ANNISA AHLA

1704120632



PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noor Annisa Ahla

Nim : 1704120632

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Bisnis Kucing Ras Sebagai Mata Pencaharian Di Kota Palangka Raya Menurut Pandangan Ekonomi Islam”** adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Noor Annisa Ahla
NIM. 1704120632

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Atas Ridho Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada:

- Abah dan mama, terimakasih mungkin tak akan cukup membalaskan jasa abah dan mama selama ini, yang tak pernah berhenti mendukung dan mendoakan segala yang terbaik untuk anakmu ini. Terimakasih karena selalu menjadi tempat berkeluh kesah terbaik.
- Ketiga adik ku, Anita, Anida dan ipan terimakasih karena selalu menjadi penyemangat untukku agar bisa menyelesaikan karya ini.
- Alm kakek (H.Ismail) & Nenek (Hj. Normas) terimakasih karena selalu menjadi alasan untuk bertahan disetiap mengingat kalian. Ini hadiah kecil untuk kalian.
- Dosen pembimbing saya, Bapak Dr. Imam Qalyubi, M.Hum. dan Bapak Isra Misra, M.Si ribuan terimakasih saya ucapkan atas bimbingan serta arahan yang bapak berikan selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- Bapak M. Zainal Arifin, M.Hum. selaku dosen pembimbing akademik. Terimakasih atas dukungan dan motivasi yang bapak berikan kepada saya selama perkuliahan.
- Sepupuku Noor Syifa, S.E dan Muhammad Fadli, S.Pd terimakasih atas dukungan kalian, terimakasih karena saling menguatkan satu sama lain.
- Ka Almayanti Hidayah, S.E. terimakasih karena selalu memberikan arahan, bantuan serta dukungan yang selalu diberikan..
- Sahabatku Sholeh, Tatan, Jihan, Alfinna, Yana, Faudzan yang sejak awal kuliah hingga sekarang selalu bersedia menolong dan mendengarkan segala keluh kesahku. Semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.
- Teman-teman seperjuanganku, ESY 17' khususnya Ekonomi Syariah kelas D yang memberikan banyak kenangan indah, baik suka maupun duka selama

kurang lebih 4 tahun kita bersama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya. Semoga Allah meridhoi perjuangan kita dan semoga kita semua menjadi insan yang bertakwa serta sukses dunia & akhirat Aamiin.

- Terimakasih almamaterku, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, Semoga tetap jaya dan banyak menciptakan generasi muda berkualitas harapan bangsa.

Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah turut memberikan kontribusi baik berupa doa, bantuan, dan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.



MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا ۖ فَسِيرَیَ اللّٰهُ عَمَلِكُمْ وَرَسُولُهُ ۚ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسُرُّدُونَ ۖ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan Katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." (QS At-Taubah: 105).



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat KeputusanbersamaMenteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	'ain	‘	Komaterbalik
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

الفطر زكاة	Ditulis	<i>zakātulfiṭri</i>
------------	---------	---------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawumati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawumati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
شكرتم لئن	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

الفروض ذوي	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
السنة أهل	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

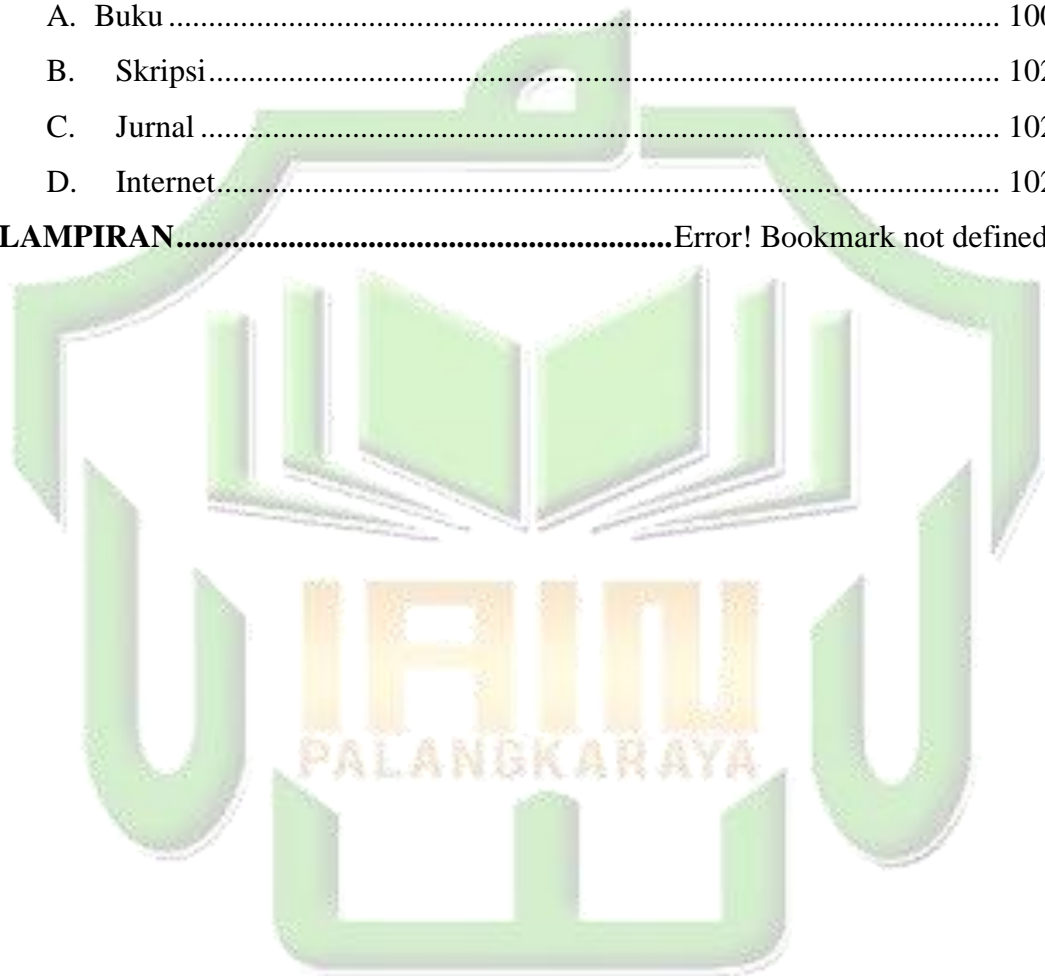
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
NOTA DINAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
MOTTO	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR BAGAN.....	xxii
DAFTAR ISTILAH	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Kajian Teoritis	12

1. Teori Jual Beli.....	12
2. Teori Bisnis	15
a. Pengertian Bisnis.....	15
b. Jenis-jenis Bisnis.....	18
c. Tujuan Bisnis	20
d. Prospek Bisnis.....	22
e. Strategi Bisnis	23
3. Teori Strategi Pemasaran	24
a. Segmentasi Pasar (<i>Segmenting</i>)	25
b. Penentuan Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>).....	26
c. Penentuan Posisi Pasar (<i>Positioning</i>).....	27
d. Strategi Harga (<i>Price</i>)	27
e. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>)	29
4. Teori Ekonomi Islam.....	32
a. Pengertian Ekonomi Islam.....	32
b. Hakikat dan Dasar Ekonomi Islam	33
c. Tujuan Ekonomi Islam.....	35
d. Karakteristik Ekonomi Islam	37
C. Kerangka Konseptual.....	42
a. Pengertian Kucing Ras	42
b. Ragam Bisnis Kucing Ras.....	42
D. Kerangka Pikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian	46

1. Waktu Penelitian	46
2. Tempat Penelitian.....	46
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
C. Objek dan Subjek Penelitian	48
1. Objek Penelitian	48
2. Subjek Penelitian.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data	50
1. Observasi	50
2. Wawancara.....	51
3. Dokumentasi	52
E. Pengabsahan Data	53
F. Analisis Data	54
G. Sistematika Penulisan.....	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
1. Gambaran Umum Kota Palangka Raya	57
2. Petshop.....	58
B. Penyajian Data	59
1. Prospek Bisnis Kucing Ras	60
2. Ragam Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya.....	67
3. Strategi Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya.....	73
4. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Praktik Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya.....	80
C. Analisis Hasil Penelitian	84
1. Prospek Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya	85
2. Ragam Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya.....	87
3. Strategi Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya.....	90

4. Pandangan Ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya.....	94
BAB V PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
A. Buku	100
B. Skripsi.....	102
C. Jurnal	102
D. Internet.....	102
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	12
----------------	----



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1.....	46
----------------	----



DAFTAR ISTILAH

Grooming Kucing

Grooming berasal dari kata *groom* yang artinya merawat atau mengurus diri.

Pacak Kucing

Istilah yang digunakan dalam dunia kucing yang berarti jasa mengawinkan kucing.

Steril Kucing

Merupakan tindakan pengangkatan testis pada kucing jantan serta pengangkatan ovarium dan rahim pada kucing betina.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebelum memulai sebuah bisnis, seorang pebisnis biasanya akan terlebih dulu mencari tahu apakah bisnis yang dibangun akan memberikan prospek yang bagus atau tidak. Bagi Anda selain memiliki prospek yang baik, Anda dapat melakukan sebuah strategi *positioning* dalam meningkatkan prospek untuk mencapai hasil yang diharapkan oleh perusahaan.

Apabila sebuah bisnis memiliki prospek kerja yang bagus, maka pastinya akan lebih menjanjikan dan keuntungan yang di dapat sangat besar. Sebab keuntungan yang besar merupakan salah satu tujuan bagi sebagian besar orang yang membangun sebuah bisnis.

Arti prospek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu harapan atau kemungkinan. Secara sederhana, arti prospek didefinisikan sebagai suatu hal yang mungkin terjadi sehingga berpotensi menimbulkan dampak tertentu. Dalam sebuah usaha, arti prospek adalah hal-hal yang berpotensi akan memberikan sebuah keuntungan yang besar bagi para pengusaha tersebut.¹

Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang-barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan

¹ Harmony, <https://www.harmony.co.id/blog/apa-sih-arti-prospek-berikut-pengertian-dan-cara-melakukannya-agar-maksimal>, diakses pada tanggal 10 Mei 2021.

memperbaiki standar kualitas hidup mereka, definisi Raymond E. Glos dalam bukunya "*Business its Nature and Environment: an Introduction*."²

Strategi bisnis mengacu pada tindakan dan keputusan yang diambil perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya dan menjadi kompetitif di industrinya. Ada beberapa alasan mengapa strategi bisnis penting bagi organisasi, termasuk: Perencanaan, Menilai kekuatan dan kelemahan, Efisiensi, kontrol dan keunggulan kompetitif.³

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, dimana pihak yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerima sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan secara syara' dan disepakati. Sesuai dengan ketetapan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lain yang ada kaitanya dengan jual beli, sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*.⁴

Suatu akad jual beli dikatakan sebagai jual beli yang sah apabila jual beli itu disyariatkan, memenuhi rukun dan syarat sah yang ditentukan, bukan milik orang lain, tidak tergantung pada hak khiyar. Sebaliknya jual beli dikatakan batal apabila salah satu rukun atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli itu pada dasarnya tidak disyariatkan, seperti jual beli yang dilakukan anak kecil, orang gila, atau barang yang di jual itu barang-

²Husein Umar, *An Introduction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), Hlm. 3.

³<https://aksaragama.com/bisnis/pengertian-lengkap-strategi-bisnis/>, diakses tanggal 13 mei 2021.

⁴Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 68-69.

barang yang diharamkan oleh *syara'*, seperti bangkai, darah, babi, dan khamar.⁵ Akan tetapi, dewasa ini, masyarakat melakukan transaksi jual beli dengan menghalalkan segala cara hanya untuk meraup keuntungan yang besar tanpa memperhatikan apakah transaksi jual beli yang dilakukannya sudah sesuai apa yang telah disyariatkan atau tidak.

Syarat syarat orang yang berakad yaitu *akil- Baligh* (Dewasa) bisa memilih baik dan buruk, berakal sehat. Maka tidak sah transaksi jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum nalar, atau orang yang tidak cakap untuk bertindak seperti orang gila, orang yang berada di bawah pengampuan (*mahjur*) dan karena boros. Syarat yang berkaitan dengan *Sighat akad*, yaitu ijab dan kabul dilakukan dalam satu majlis, artinya penjual dan pembeli hadir dalam satu ruangan yang sama.⁶

Komunitas kucing ras terdapat banyak sekali di Indonesia ini. Di kota Palangka Raya sendiri terdapat banyak grup komunitas kucing ras ataupun komunitas pecinta kucing. Grup tersebut tidak hanya ada di media sosial Facebook saja akan tetapi grup tersebut juga ada yang membuatnya di WhatsApp.

Grup tersebut dibuat tidak hanya untuk bertukar ilmu tentang cara merawat kucing atau sekedar berbagi foto kegiatan kucing. Grup tersebut digunakan juga untuk melakukan kegiatan bisnis. Berbagai jenis jasa bisnis yang ditawarkan didalam grup tersebut.

⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 121-122.

⁶ Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2001), hlm. 53-54.

Ragam bisnis yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari menjual makanan, berbagai produk perawatan tubuh, hingga pakaian untuk hewan peliharaan. Terdapat juga berbagai jasa yang ditawarkan antaralain grooming kucing, pacak kucing dan penitipan kucing.

Banyaknya jasa serta keuntungan yang bisa didapatkan dari bisnis jual beli serta memberikan jasa tersebut, membuat banyak orang yang mencintai kucing dan memiliki kucing tertarik membuka usaha tersebut baik secara offline di toko maupun mereka yang hanya menawarkan hanya melalui sosial media tanpa memiliki toko.

Dilihat dari segi prospek bisnis nya, bisnis ini memiliki prospek yang sangat menguntungkan dimasa mendatang. Bisnis ini dianggap sangat menguntungkan dikarenakan semakin banyaknya pecinta kucing yang ada dilihat dari banyaknya orang yang bergabung pada grup pecinta kucing di Kota Palangka Raya. Ditemukan juga ada beberapa pemilik bisnis ini yang rela berhenti dari pekerjaan sebelumnya hanya untuk fokus pada bisnis ini. Mereka merasakan penghasilan yang mereka dapatkan justru lebih banyak dari penghasilan sebelumnya.

Banyaknya pecinta kucing yang memulai bisnis ini menjadikan bisnis ini sebagai sumber penghasilan utama dalam perekonomian keluarga mereka. Meskipun banyak *petshop* baru yang memulai bisnis di kota Palangka Raya ini, akan tetapi *petshop* yang sudah menjalankan bisnis sejak lama masih tetap ramai diminati.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti membahas atau mengkaji bagaimana prospek bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya ini, apakah ragam bisnis yang ada diantara satu *petshop* dan *petshop* lainnya berbeda, strategi apa yang dilakukan pemilik bisnis yang sudah menjalankan bisnis ini untuk mempertahankan bisnis mereka, dan bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap bisnis kucing ras di Kota Palangka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan. Maka disusunlah rumusan makalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prospek bisnis kucing ras di kota Palangka Raya?
2. Apa saja ragam bisnis kucing ras di kota Palangka Raya?
3. Bagaimana strategi bisnis kucing ras di kota Palangka Raya?
4. Bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kucing ras di kota Palangka Raya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas. Maka tujuan dari penulisan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui prospek bisnis kucing ras di kota Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui ragam bisnis kucing ras di kota Palangka Raya.
3. Untuk mengetahui strategi bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya.

4. Untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam terhadap praktik bisnis tersebut.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian karya ilmiah ini diantaranya sebagai berikut.

1. Kegunaan teoritis

- a. Untuk menambah dan memperluas wawasan peneliti dan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh Mahasiswa/i Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- b. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual dibidang ekonomi serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang sama pada periode yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.
- b. Sumbangan untuk memperkaya khazanah bagi perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperbolehkan dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Sementara itu setelah menelaah beberapa penelitian, berdasarkan penelusuran penyusun menemukan beberapa teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diangkat oleh penulis.

1. Umi Fauziah (2014) Jurusan Ekonomi Islam prodi muamalah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Meneliti tentang "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Anak Kucing Ras Dalam Masa Menyusui Di Pasar Mingguan Gading Fajar Ii Sidoarjo". Hasil penelitian menyimpulkan Dari sisi objek yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat jual beli binatang yang diperbolehkan dalam Islam. Dari sisi sighatnya juga telah terpenuhi oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Begitu pula dari sisi nilai tukarnya, barang yang diperjualbelikan telah memiliki nilai tukar yang sepantasnya yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Sehingga dapat dikatakan transaksi ini berjalan seperti transaksi jual beli pada umumnya yang berlaku di tengah masyarakat.

Jika pembeli anak kucing ras merasa mampu dan bisa merawat anak kucing ras yang dibelinya dengan baik, maka akibat hukum jual beli ini mubah.⁷ Penelitian ini sebagai sumber acuan pada teori jual beli kucing.

2. Penelitian Hamdan Rizki (2018) Jurusan Jurusan Muamalah fakultas syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Meneliti tentang “Tinjauan hukum Islam terhadap sewa jasa kawin kucing ras di Lolly Pet Shop di kota Ponorogo”. Hasil penelitian, akad sewa jasa yang dilakukan dilolly petshop sudah memenuhi hukum syariat akad ijarah mulai dari rukun dan syaratnya. Dalam penentuan harga yang dilakuakn pada sewa jasa kawin di lolly petshop dengan keterangan hadist tidak sesuai dengan kaidah sunah yang ada dengan pembayaran diawal, walaupun nantinya akan dikembalikan apabila gagal. Sedangkan untuk pembiayaan sewa yang menyertakan anak kucing sebagai bayarannya hukumnya haram karena termasuk akada murakkabah yakni dua akad menjadi satu, hal ini menimbulkan gharar. Penelitian terdahulu sangat berguna untuk perbandingan dalam perbedaan dan persamaan yang signifikan terhadap penelitian penulis.⁸ Penelitian ini sebagai sumber acuan pada praktek jasa dan penentuan harga dalam bisnis kucing Ras di Kota Palangka Raya.
3. Penelitian Siti Khoeriyah (2016), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Muamalah Fakutlas SyariahInstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. Meneliti tentang “Upah mengupah hewan pejantan dalam

⁷Skripsi umi fauziah, ”Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Anak Kucing Ras Dalam Masa Menyusui Di Pasar Mingguan Gading Fajar Ii Sidoarjo”, (Surabaya: UIN Sunan Ampel), <http://digilib.uinsby.ac.id/1157/>, diakses tanggal 20 Februari 2021.

⁸Skripsi Hamdan Rizki, “Tinjauan hukum Islam terhadap sewa jasa kawin kucing ras di Lolly Pet Shop di kota Ponorogo”, (Ponorogo: IAIN Ponorogo).

perspektif hukum Islam”. Korelasi penelitian terdahulu yang ditulis Siti Khoeriyah terhadap penelitian penulis adalah sebagai acuan dan data pendukung yaitu terkait tentang Upah pengawinan sewa menyewa kucing, selain itu penelitian terdahulu sangat berguna untuk perbandingan dalam perbedaan dan persamaan yang signifikan terhadap penelitian penulis.

4. Penelitian Maulana Azis Sulton, Neneng Nurhasanah, Maman Surahman. Program Studi keuangan dan perbankan syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung. “Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Kucing Ras (Studi Kasus di Pasar Sukahaji Bandung)”.

Hasil Penelitian, Praktik jual beli kucing ras di Pasar Sukahaji Bandung telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam hukum Islam. Dari sisi penjual dan pembeli sudah baligh dan berakal sehat, dari segi objek yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat jual beli binatang dalam Islam. Sighatnya juga sudah terpenuhi oleh kedua belah pihak. Dari sisi nilai tukarnya, barang yang diperjualbelikan memiliki nilai tukar yang sepantasnya yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Tinjauan fikih muamalah terhadap jual beli kucing ras di Pasar Sukahaji Bandung, Menurut ulama 4 Mazhab yaitu, Hanafiyyah, Hambali, Malikiyyah, dan Syafi’iyyah mengeluarkan pernyataan jika hukum jual beli kucing diperbolehkan. Karena kucing yang diperjual belikan bukan

golongan kucing liar, kucing bukan termasuk hewan yang najis, kucing termasuk hewan yang bermanfaat.⁹

5. Penelitian Dwi Fitriani (2017), dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Sperma Kucing di Chopper pet shop kota Metro”. Hasil Penelitian Transaksi jual beli sperma kucing yang terjadi di Toko Chopper Pet Shop Kota Metro belum memenuhi rukun dan syarat jual beli. Terutama dalam hal objek jual beli, hal ini jelas karena pejantan yang dibeli spermanya atau disewa untuk mengawini betina tersebut tidak jelas jumlah spermanya dan tidak pasti apakah akan mengawininya atau tidak yaitu objeknya yang tidak dapat diserahkan dan diketahui seberapa banyak kadarnya, jual beli semacam ini termasuk jual beli yang tidak sah.¹⁰

Korelasi penelitian terdahulu yang ditulis Dwi Fitriani terhadap penelitian penulis adalah sebagai acuan dan data pendukung yaitu terkait tentang sewa menyewa pacak kucing, selain itu penelitian terdahulu sangat berguna untuk perbandingan dalam perbedaan dan persamaan yang signifikan terhadap penelitian penulis.

Kelima penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa memiliki persamaan dengan peneliti yaitu pada Objek yaitu hewan kucing. Sedangkan perbedaan dengan milik peneliti yaitu pada subyek dan permasalahan yang diteliti. Untuk mempermudah melihat persamaan dan

⁹ Maulana Azis Sulton, Neneng Nurhasanah, Maman Surahman, “Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Kucing Ras (Studi Kasus di Pasar Sukahaji Bandung)”. *Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*, Volume 4, No. 1, Tahun 2018, hlm. 160.

¹⁰ Skripsi Dwi Fitriani, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Sperma Kucing di Chopper pet shop kota Metro”, (Lampung: IAIN Metro Lampung).

perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu, maka peneliti membuat tabel perbandingan sebagai berikut:

Tabel 2.1

Indikator Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama, Judul Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Manfaat Penelitian Terdahulu
1.	Umi Fauziah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Anak Kucing Ras Dalam Masa Menyusui di Pasar Mingguan Gading Fajar II sidoarjo, 2014.	Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai acuan perbandingan dimana dilihat mempunyai kesamaan pada teori untuk melakukan penelitian pada jual beli kucing.	Studi kasus Umi Fauziah lebih berfokus pada Hukum jual beli anak kucing ras saja. Sedangkan studi kasus yang dilakukan peneliti ialah mengenai ragam bisnis apa saja yang ada di kota Palangka Raya dan pandangan ekonomi Islam terhadap bisnis tersebut.	Penelitian ini sebagai sumber acuan pada teori jual beli kucing
2.	Hamdan Rizki, Tinjauan Hukum Islam terhadap sewa jasa kawin kucing ras di Lolly Pet Shop di Kota Ponorogo, 2018.	Penelitian yang dilakukan oleh hamdan rizki tersebut tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana fokus penelitian yaitu praktek jasa yang digunakan dan penentuan harga.	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak hanya berfokus pada praktek jasa dan penentuan harga. Yaitu bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap praktek jasa tersebut.	Penelitian ini sebagai sumber acuan pada praktek jasa dan penentuan harga dalam bisnis kucing Ras di Kota Palangka Raya.
3.	Siti Khoeriyah, Upah mengupah	Penelitian yang dilakukan oleh siti	Studi kasus di desa ketanda dan	Penelitian ini sebagai sumber acuan pada

	hewan pejantan dalam perspektif ekonomi Islam, 2016.	khoeriyah tersebut tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana fokus penelitian yaitu upah pengawinan hewan pejantan.	hanya befokus meneliti upah pengawinan hewan pejantan saja. Sedangkan studi kasus yang dilakukan peneliti ialah bagaimana prospek bisnis kucing tersebut.	praktik jasa yang menjadi salah satu ragam bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya.
4	Maulana Azis Sulton, Neneng Nurhasanah, Maman Surahman. Tinjauan hukum fiqh muamalah terhadap jual beli kucing ras (Studi kasus di pasar Sukahaji Bandung), 2018.	Penelitian ini berfokus pada tinjauan fikih muamalah terhadap jual beli kucing ras di Pasar Sukajadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hukum halal dan haramnya.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prospek bisnis para pebisnis kucing ras yang ada di Kota Palangka Raya.	Penelitian ini sebagai sumber acuan bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya.
5	Dwi Fitriani, Tinjauan hukum islam terhadapjualbeli sperma kucing di Chopper pet shop kota Metro, 2017.	Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Fitriani tersebut tidak jauh berbeda dengan penelitian yaitujual beli sperma kucing yang sama artinya dengan jasa pacak kucing	Penelitian yang di lakukan oleh Dwi Fitriani hanya berfokus pada hukum jual beli sperma saja.	Penelitian ini sebagai sumber acuan pada pandangan ekonomi Islam terhadap bisnis jasa yang dilakukan pebisnis kucing di Kota Palangka Raya

Sumber: Dibuat oleh peneliti tahun 2021

B. Kajian Teoritis

1. Teori Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bay'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata "*al-*

bay' dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *asy-syira'* (beli). Kata *al-bay'* yang berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli, sehingga dalam adat sehari-hari, istilah *al-bay'* diartikan jual beli.¹¹

Menurut Hanafiah pengertian jual beli (*al-bay*) secara definitif yaitu tukar-menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, bahwa jual beli (*al-ba'i*), yaitu tukar-menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan. Dan menurut Pasal 20 ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ba'i* adalah jual beli antara benda dan benda, atau pertukaran antara benda dengan uang.¹²

Berdasarkan definisi di atas, maka pada intinya jual beli itu adalah tukar-menukar barang. Hal ini telah dipraktikkan oleh masyarakat primitif ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar-menukar barang, yaitu dengan sistem barter yang dalam terminologi fiqh disebut dengan *ba'i almuqayyadah*. Meskipun jual beli dengan sistem barter telah ditinggalkan, diganti dengan sistem mata uang, tetapi terkadang esensi jual beli seperti itu masih berlaku, sekalipun untuk menentukan jumlah barang yang ditukar tetapi diperhitungkan dengan nilai mata uang tertentu.¹³

Suatu akad jual beli dikatakan sebagai jual beli yang sah apabila jual beli itu disyariatkan, memenuhi rukun dan syarat sah yang ditentukan, bukan milik orang lain, tidak tergantung pada hak *khiyar*. Sebaliknya jual beli

¹¹ Harun, *Fiqh muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), hlm. 66.

¹² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (fiqh muamalah)*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 101.

¹³ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (fiqh muamalah)*,hlm. 101.

dikatan batal apabila salah satu rukun atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli itu pada dasarnya tidak disyariatkan, seperti jual beli yang dilakukan anak kecil, orang gila, atau barang yang di jual itu barang-barang yang diharamkan oleh *syara'*, seperti bangkai, darah, babi, dan khamar.¹⁴

Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang telah disyariatkan dalam arti telah ada hukumnya yang jelas dalam Islam. Yang berkenaan dengan hukum *taklifi*. Hukumnya adalah boleh.

Adapun dasar hukum disyari'atkannya jual beli dalam Islam yaitu:

- a) al-Qur'an Manusia hidup di dunia secara individu mempunyai kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi, baik itu berupa sandang, pangan papan dan lain sebagainya. kebutuhan seperti itu tidak pernah terputus dan tidak pernah berhenti selama manusia itu hidup. oleh karena itu, tidak ada satu hal pun yang lebih sempurna dalam memenuhi kebutuhan itu selain dengan cara pertukaran, yaitu dimana seorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan. Jual beli ini adalah suatu perkara yang telah dikenal masyarakat sejak zaman dahulu yaitu sejak zaman para nabi hingga saat ini. Dan Allah mensyariatkan jual beli ini sebagai pemberian keluangan dan keleluasaan dari-Nya untuk hamba-hamba-Nya itu dalam surat tentang diperbolehkan jual beli ini didasarkan pada Firman Allah : Q.S. al-Baqarah (2): 275

¹⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, hlm. 121-122.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ حَرَمَ الرِّبَا وَ

*Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*¹⁵

Hadits Seperti hadits yang diriwayatkan oleh Al-Bazazi dan Al-Hakim dari Rifa'ah ibn Rafi': "*Sesungguhnya Rasulullah SAW ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah ketika itu menjawab. usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang mabrur*".¹⁶

Maksud mabrur dari hadits diatas adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu menipu dan merugikan orang lain.

Ijma'. Para ulama fiqih dari dahulu sampai dengan sekarang telah sepakat bahwa : "Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya".¹⁷

2. Teori Bisnis

a. Pengertian Bisnis

Kata bisnis berasal dari kata *Business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai industri yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bisnis adalah pertukaran barang dan jasa, atau uang.¹⁸

¹⁵ Al-Qur'an dan Terjemahan, Al-Baqarah (2): 275.

¹⁶ Abdul Qadir Syaibah al-Hamd, *Syarah Bulughul Mahram*, (Jakarta: Darul Haq, 2007), hlm.1.

¹⁷ A Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, (Jakarta: Aenada Media Group, 2007), hlm.10.

¹⁸ Sudaryono, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2015), hlm. 5.

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan/laba. Bisnis juga dapat dikatakan menyediakan barang dan jasa untuk kelancaran sistem perekonomian¹⁹.

Selanjutnya terdapat berbagai pendapat tentang bisnis yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya:

1) Huat T Chwee

Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.

2) Steinfeld

Menurutnya bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

3) Griffin dan Ebert

Menurut mereka bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan ataupun diinginkan oleh konsumen. dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang

¹⁹ Sampurno Wibowo, *Pengantar Manajemen Bisnis*, (Bandung: POLITEKTIN TELKOM, 2009), hlm.4.

tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima.

4) Hughes dan Kapoor

Aktivitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode lebih besar dari total biaya pada periode yang sama. Laba merupakan daya tarik utama untuk melakukan kegiatan bisnis.

5) Allan Afuah

Menurutnya bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan nada dalam industry. Orang yang mengusahakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut Entrepreneur.

6) Glos, Steade dan Lowry

Bisnis merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

7) Mahmud Machfoed

Bisnis adalah usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan

memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²⁰

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perorangan maupun berkelompok dan telah terorganisasi dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.

b. Jenis-jenis Bisnis

Bisnis berdasarkan kegiatannya dibagi menjadi 4 macam, yaitu:

1) **Bisnis Agraris**

Bisnis agraris merupakan aktivitas bisnis yang dilakukan dibidang pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan dan lainnya.

2) **Bisnis Ekstraktif**

Bisnis ekstraktif merupakan aktivitas bisnis yang dilakukan dibidang pertambangan yakni dengan cara menggali/ mengeruk bahan-bahan tambang yang ada diperut bumi.

3) **Bisnis Jasa**

Bisnis jasa merupakan aktivitas bisnis yang dilakukan dibidang jasa yang menghasilkan produk yang intangible.

4) **Bisnis Industri**

Bisnis dibidang industri merupakan aktivitas bisnis yang dilakukan dibidang industri manufaktur.

²⁰ Ali Sadikin,Isra Misra,Muhammad Sholeh, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, (Yogyakarta: K- Media), hlm. 3-5.

Bisnis berdasarkan jenis kegunaannya, yaitu:

1) Kegunaan Bentuk (Form Utility)

Kegunaan bentuk adalah kegiatan perusahaan bisnis yang melakukan perubahan dan mengolah suatu benda menjadi bentuk yang berbeda dari bentuk asalnya sehingga dapat mempunyai manfaat lebih.

2) Kegunaan Tempat (Place Utility)

Kegunaan tempat adalah kegiatan perusahaan bisnis yang melakukan pemindahan suatu benda dari suatu lokasi/tempat lainnya sehingga benda tersebut mempunyai nilai lebih.

3) Kegunaan Waktu

Kegunaan waktu merupakan kegiatan perusahaan bisnis yang menyimpan produk dengan tujuan jika produk yang dikeluarkan kurang mempunyai manfaat bagi konsumen maka produk tersebut akan disimpan dan akan dikeluarkan kembali jika produk tersebut sudah mempunyai manfaat bagi para konsumennya.

4) Kegunaan Pemilikan

Kegunaan pemilikan merupakan kegiatan perusahaan bisnis yang menciptakan atau menghasilkan dan memenuhi kegunaan terhadap produk atau layanan jasa yang dimilikinya.²¹

²¹Febriyanti, Nurmiati Dkk, *Pengantar Bisnis Etika, Hukum dan Bisnis Internasional*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), Hlm. 8-10.

c. Tujuan Bisnis

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis dari bisnis yang mereka lakukan, dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian dari perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, dll) yang akan menentukan kinerja dalam jangka panjang. Sumber daya ekonomi yang dikelola secara efektif dan efisien dengan berbagai aktivitas bisnis bertujuan, yaitu:

- 1) Menciptakan dan pengadaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh manusia, baik individu, komunitas maupun masyarakat.
- 2) Mendapatkan pendapatan yang di inginkan lebih besar daripada biaya atau ongkos yang telah dikeluarkan oleh pengelola bisnis.
- 3) Menciptakan nilai tambah bagi pengelola bisnis dan masyarakat.
- 4) Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.
- 5) Meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh pihak-pihak yang terlibat (pemilik, pekerja dll).²²

Dalam jangka panjang, tujuan yang ingin dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun terdapat banyak hal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam bisnisnya, diantaranya :

- a) *Market Standing* yaitu penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.

²²Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung: Fakultas Syariah IAINRaden Intan 2012, hlm. 21.

- b) *Innovation* yaitu inovasi dalam produk (barang atau jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tambah pada suatu produk, misalnya shampoo 2 in 1.
- c) *Physical and Financial Resources* yaitu perusahaan memiliki tujuan penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.
- d) *Manager Performance and Development* yaitu manager merupakan orang yang secara operasional bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan organisasi. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, manager perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Maka diperlukan peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program training and development yang berkelanjutan.
- e) *Worker Performance and Attitude* Untuk kepentingan jangka panjang, maka sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaan perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.
- f) *Public Responsibility* Bisnis harus memiliki tanggung jawab sosial seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya polusi dan menciptakan lapangan kerja, dll.²³

²³ Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam.....*, hlm. 22.

d. Prospek Bisnis

Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, fasilitas kredit, penggunaan teknologi baru meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan diharapkan dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha²⁴

Suatu proyek/usaha diadakan dengan maksud akan mendapatkan keuntungan sehingga dalam setiap perencanaan proyek harus selalu dipertimbangkan apakah proyek yang dilaksanakan itu akan menguntungkan atau tidak. Secara umum untuk mengatakan suatu usaha akan berhasil atau tidak perlu terlebih dahulu diperhatikan usaha tersebut secara teknis (prosedur, teknologi, dan manajemen), ekonomis menguntungkan dan dari segi sosial, politis, dan keamanan dapat dipertanggung jawabkan²⁵

Menurut Teori Prospek, konsumen akan mengedit opsi sebelum melakukan evaluasi. Pada tahap editing, konsumen mengkode alternatif ke dalam keuntungan atau kerugian berdasarkan acuan dari titik referensi.

²⁴ Hernanto F, *Ilmu Usaha Tani*, (Bogor, : Swadaya, 2006), hlm. 309

²⁵ Soesarsono Wijandi, *Pengantar Wiraswastan*, (Bandung : Sinar Baru, 2003), hlm. 12.

Kemudian ketika dihadapkan dengan keputusan pembelian, terdapat bukti bahwa kerugian memiliki dampak yang lebih besar dari pada pilihan dari keuntungan. Untuk memprediksi pilihan konsumen, posisi titik referensi perlu diketahui.²⁶

Teori prospek dikembangkan oleh Kahneman dan Tversky pada 1974 dimana pada dasarnya mencakup dua disiplin ilmu, yaitu psikologi dan ekonomi yang merupakan suatu analisis perilaku seseorang dalam mengambil keputusan ekonomi diantara dua pilihan. Teori ini memprediksi bahwa suatu keputusan tergantung pada bagaimana suatu masalah disusun.²⁷

e. Strategi Bisnis

Strategi bisnis mengacu pada tindakan dan keputusan yang diambil perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya dan menjadi kompetitif di industrinya. Ada beberapa alasan mengapa strategi bisnis penting bagi organisasi, termasuk: Perencanaan, Menilai kekuatan dan kelemahan, Efisiensi, kontrol dan keunggulan kompetitif²⁸

²⁶Siti Suhrotul Aslihah, Skripsi “Pengaruh Motivasi, Biaya Pendidikan, Masa Studi Dan Jenis Kelamin Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (Ppak)”, (Riau: Uin Suska, 2018), Hlm. 12.

²⁷Siti Suhrotul Aslihah, Skripsi “Pengaruh Motivasi, Biaya Pendidikan, Masa Studi Dan Jenis Kelamin Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (Ppak)”, (Riau: Uin Suska, 2018), Hlm. 12.

²⁸<https://aksaragama.com/bisnis/pengertian-lengkap-strategi-bisnis/>, diakses tanggal 13 mei 2021.

- 1) **Perencanaan:** Strategi yang baik membantu Anda mengidentifikasi langkah-langkah kunci yang akan Anda ambil untuk mencapai tujuan usaha Anda
- 2) **Menilai kekuatan dan kelemahan:** Proses menciptakan strategi yang benar memungkinkan Anda untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan Anda, menciptakan strategi yang akan memanfaatkan kekuatan Anda dan mengatasi atau menghilangkan kelemahan Anda
- 3) **Efisiensi:** Strategi yang terencana dengan baik memungkinkan Anda mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk kegiatan perusahaan Anda, yang secara otomatis membuat Anda lebih efisien
- 4) **Kontrol:** Ini memberi Anda lebih banyak kontrol atas aktivitas yang Anda lakukan untuk mencapai tujuan organisasi, karena Anda memahami jalan yang Anda ambil dan dapat dengan mudah menilai apakah aktivitas Anda membuat Anda dekat dengan tujuan Anda.
- 5) **Keunggulan kompetitif:** Dengan mengidentifikasi rencana yang jelas tentang bagaimana Anda akan mencapai tujuan Anda, Anda dapat fokus pada memanfaatkan kekuatan Anda, menggunakannya sebagai keunggulan kompetitif yang membuat perusahaan Anda unik.

3. Teori Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dirumuskan dengan melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran dan penentuan posisi pasar.

a. Segmentasi Pasar (*Segmenting*)

Segmentasi pasar adalah proses pembagian pasar kedalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, ataupun perilaku yang membutuhkan bauran pemasaran dan bauran produk tersendiri, atau dengan kata lain segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda. Untuk meningkatkan efektifitas pemasaran, salah satu upaya yang dilakukan perusahaan adalah menentukan segmentasi pasar. Hal ini dimaksudkan agar peningkatan pemasaran lebih terarah dan sumber daya perusahaan dapat digunakan secara efektif dan efisien.²⁹

Syarat-syarat yang dilakukan guna mendapatkan segmentasi yang efektif diantaranya yaitu :³⁰

- 1) *Measurability*, merupakan pengukuran informasi tentang sikap-sikap pembeli, serta sejauh mana sikap-sikap tersebut bisa diukur.
- 2) *Accessibility*, merupakan pengukuran perusahaan yang secara efektif menerapkan usaha yang dipasarkan dalam segmen yang sudah dipilih.
- 3) *Substantiality*, merupakan tingkat segmen yang luas dan dapat berguna dalam melakukan kegiatan pemasaran itu sendiri.

²⁹Nurlailah, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), Hlm. 97.

³⁰Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2000), Hlm. 91.

b. Penentuan Pasar Sasaran (*Targeting*)

Secara general penentuan pasar sasaran merupakan proses dalam mengevaluasi pada tiap daya tarik segmen pasar serta memilih beberapa segmen yang akan dituju. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen, setelah itu memilih segmen yang ingin dituju. Segmen-segmen yang harus dievaluasi yakni dalam hal daya tarik segmen, pertumbuhan maupun ukuran segmen, sumber daya serta sasaran ataupun sumber daya yang perusahaan miliki.³¹

1) Ukuran dan pertumbuhan segmen

Sebuah usaha perlu mendapatkan data tentang tingkat permintaan dan pertumbuhan pasar, maupun tingkat keuntungan yang diharapkan pada setiap segmen.

2) Daya tarik segmen

Setelah didapati pertumbuhan serta ukuran pada setiap segmen, sebuah usaha perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya tarik jangka panjang setiap segmen.

3) Sasaran dan sumber daya perusahaan

Apabila sebuah segmen mempunyai pertumbuhan serta ukuran yang sesuai dan memiliki daya tarik struktural yang bagus, sebuah usaha tetap perlu memperhatikan sumber daya serta sasaran perusahaan. Suatu segmen yang luas dan menarik bisa saja tidak akan berarti apa-apa apabila sumber daya yang dimiliki perusahaan tidak layak untuk bersaing pada

³¹Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Prenada Media, 2005), Hlm. 68.

segmen ini. Setelah mengevaluasi segala segmen yang ada pada pasar, sebuah usaha perlu menentukan segmen mana saja yang akan dilayani. Hal tersebut merupakan seleksi pasar sasaran. Pasar sasaran terdiri dari kumpulan pembeli dengan kebutuhan atau karakteristik serupa yang akan dilayani perusahaan.

c. Penentuan Posisi Pasar (*Positioning*)

Penentuan posisi pasar merupakan proses untuk mengatur suatu produk dan jasa guna menempati posisi yang tepat, berbeda dan dibutuhkan oleh konsumen sasaran dibandingkan dengan posisi produk pesaing. Dalam menempatkan posisi produknya, sebuah usaha harus menawarkan nilai yang lebih besar kepada segmen sasaran yang dipilihnya dengan cara menentukan harga yang lebih rendah daripada harga yang ada pada pesaing.

Strategi penentuan posisi pasar meliputi : dasar pada atribut (harga mahal dan murah), menurut menurut kelas produk (perlengkapan kecantikan) serta kelas pengguna (produk untuk anak-anak maupun orang dewasa).³²

d. Strategi Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu bagian penting pada kegiatan *marketing mix*, penentuan harga menjadi amat penting

³²Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Prenada Media, 2003), Hlm.78.

untuk diperhatikan karena harga adalah salah satu yang menyebabkan laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan kepada pembeli / konsumen.

Harga adalah satu-satunya bagian dalam *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan untuk perusahaan, harga menjadi sebuah ukuran terkait kualitas produk. Adapun harga merupakan unsur *marketing mix* yang fleksibel, yakni mampu berubah dengan cepat. Penetapan harga bukanlah wewenang dari pimpinan perusahaan, tetapi penetapan harga dapat ditentukan berdasarkan keputusan dari pemerintah.

Oleh sebab itulah penentuan harga pada suatu perusahaan dimaksudkan dengan segala tujuan yang ingin dicapai, tujuan penentuan harga secara umum diantaranya :³³

1) Untuk Bertahan Hidup

Pada hal ini tujuan penentuan harga serendah mungkin dengan maksud supaya produk atau jasa yang dipasarkan laku di pasaran, dengan catatan harga murah tetapi masih pada situasi yang menguntungkan.

2) Untuk Memaksimalkan laba

Tujuan dari penentuan harga dengan berharap penjualan dapat meningkat sehingga keuntungan dapat ditingkatkan, penentuan harga umumnya bisa dilakukan dengan harga murah atau mahal.

³³ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis.....*, Hlm. 108.

3) Untuk Memperbesar *Market Share*

Penetapan harga dengan harga yang lebih murah dengan harapan jumlah konsumen meningkat dan diharapkan pula konsumen beralih pada produk yang ditawarkan.

4) Mutu Produk

Mutu produk bertujuan untuk memberikan sebuah kesan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang bagus ataupun lebih tinggi dari kualitas pesaing. Hal ini biasanya dilakukan dengan cara menaikkan harga, karena masih ada persepsi bahwa harga yang tinggi tentu memiliki kualitas yang tinggi pula

5) Karena Pesaing

Penentuan harga dalam hal ini mempunyai tujuan supaya harga yang telah ditetapkan tidak lebih besar dari harga pesaingnya. Dengan ditetapkannya harga diharapkan mampu memberikan pendapatan bagi perusahaan terkait produk maupun jasa yang ditawarkan kepada pembeli / konsumen.

e. Strategi Promosi (*Promotion*)

Pemasaran membutuhkan lebih dari sekedar penetapan harga, pengembangan produk serta pembuatan produk ataupun jasa yang ditawarkan mudah dijangkau konsumen, namun perusahaan juga harus mengadakan komunikasi terhadap konsumen serta memberikan informasi

tentang produk ataupun jasa yang ingin perusahaan tawarkan melalui kegiatan promosi.

Tanpa promosi mustahil konsumen dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan, oleh sebab itulah promosi adalah sarana yang paling efektif dalam mencari serta mempertahankan konsumen yang sudah ada. Salah satu tujuan dari promosi yaitu memperkenalkan atau mempromosikan segala macam produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon pembeli / konsumen.

Terdapat empat macam sarana promosi yang mampu digunakan pada setiap perusahaan dalam mempromosikan produk ataupun jasanya, diantaranya :³⁴

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan kegiatan promosi yang digunakan oleh perusahaan guna memberi informasi, mempengaruhi dan menarik dan calon pembelinya, penggunaan promosi pada iklan, bisa dilakukan dengan beberapa cara, seperti :

- a) Mencetak brosur,
- b) Memasang spanduk,
- c) Memasang iklan melalui koran.
- d) Memasang iklan melalui majalah.
- e) Memasang iklan melalui televisi.
- f) Memasang iklan melalui radio.

³⁴M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), Hlm. 172.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan bertujuan guna meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah konsumen. Promosi penjualan dilakukan guna menarik konsumen supaya segera membeli setiap produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Hal tersebut bertujuan supaya konsumen tertarik untuk membeli produk maupun jasa yang ditawarkan maka perlu dilakukan promosi yang semenarik mungkin, yang dapat dilakukan perusahaan untuk promosi antara lain :³⁵

- a) Pemberian harga spesial atau *discount* pada produk tertentu.
- b) Pemberian undian pada konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu.
- c) Pemberian kenang-kenangan ataupun cinderamata lainnya kepada pembeli.
- c. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan sebuah kegiatan promosi untuk menarik pembeli melalui kegiatan seperti bakti sosial serta pameran. Kegiatan publisitas bertujuan guna mengangkat pamor perusahaan menjadi lebih baik dimata pembelinya.

- d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

³⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Indeks, 2003), Hlm. 34.

Pada dunia bisnis penjualan pribadi secara umum yaitu dengan menggunakan *salesman* dan *sales girl* untuk menawarkan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan secara langsung kepada konsumen.³⁶

4. Teori Ekonomi Islam

a. Pengertian Ekonomi Islam

Kata Ekonomi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Oikos* dan *Nomos*. Kata *Oikos* berarti rumah tangga, sedangkan kata *nomos* berarti mengatur. Maka secara garis besar Ekonomi sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya, ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, dan bahkan suatu negara.³⁷

Ilmu yang mempelajari bagaimana setiap rumah tangga atau masyarakat mengelola sumber daya yang mereka miliki, untuk memenuhi kebutuhan mereka disebut ilmu ekonomi. Definisi yang lebih populer yang sering digunakan untuk menerangkan ilmu ekonomi tersebut adalah: Salah satu cabang ilmu sosial yang khusus mempelajari tingkah laku manusia atau segolongan masyarakat dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang relatif tidak terbatas, dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas adanya.³⁸

³⁶ *Ibid.*,...hlm.34.

³⁷ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syariah*, (Jakarta: KENCANA, 2014), hlm.2.

³⁸ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syariah*,.....hlm.2-3.

Istilah ekonomi dalam bahasa Arab terbentuk dari kata *Al- iqtisad*, yang secara bahasa berarti kesederhaan dan kehematan. Berdasarkan makna ini *Al- iqtisad*, berkembang dan meluas sehingga mengandung makna ilmu *Al- iqtisad*, yakni ilmu yang berkaitan dengan ekonomi.³⁹

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktivitasnya. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*) benar atau salah tetap harus diterima.⁴⁰

b. Hakikat dan Dasar Ekonomi Islam

Dalam ajaran Islam, aktivitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam Al- Qur'an, Hadist Nabi, dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya. Ekonomi Islam, sebagaimana dinyatakan oleh Muhammad Nejatullah Siddiqi, merupakan jawaban dari

³⁹ M. Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), hlm. 47.

⁴⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 14.

pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada zamannya yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Nabi, akal pikiran, serta pengalaman. Islam sarat dengan nilai-nilai yang mendorong manusia untuk membangun ekonomi mereka yang tercermin dalam anjuran disiplin waktu, memelihara harta, nilai kerja, meningkatkan produksi, menetapkan konsumsi, dan juga perhatian Islam terhadap ilmu pengetahuan.⁴¹

Ada tiga aspek yang sangat mendasar dalam ajaran Islam, yaitu aspek akidah (tauhid), hukum (syari'ah), dan Akhlak. Ketika seseorang memahami tentang ekonomi Islam secara keseluruhan, maka ia harus mengerti ekonomi Islam dalam ketiga aspek tersebut. Ekonomi Islam dalam dimensi akidahnya mencakup atas dua hal yaitu: pemahaman tentang ekonomi Islam yang bersifat ekonomi *ilahiyyah* dan kedua pemahaman tentang ekonomi Islam yang bersifat *Rabbaniyyah*.⁴²

Segala pembahasan yang berkaitan dengan ekonomi Islam sebagai ekonomi *ilahiyyah*, berpijak pada ajaran *tauhid uluhiyyah*. Ketika seseorang mengesankan dan menyembah Allah, dikarenakan kapasitas Allah sebagai dzat yang wajib disembah dan juga tidak menyekutukannya *Qs. Al- An'am [16]: 102 dan Adz-Zariyat [51]: 56*, hal ini berimplikasi pada adanya niat tulus, bahwa segala pekerjaan yang dikerjakan oleh manusia adalah dalam rangka beribadah kepada Allah, sebagai suatu penyembahan kepada-Nya.

⁴¹Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Edisi Pertama, (Jakarta: KENCANA, 2017), Hlm.4.

⁴²Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syariah*,....., Hlm. 8.

Termasuk ketika seseorang melakukan kegiatan ekonomi dalam kesehariannya.⁴³

Adapun pembahasan tentang ekonomi Islam sebagai ekonomi *rabbaniyah*, berpijak pada ajaran *tauhid rububiyah*. *Tauhid rububiyah* adalah mengesakan Allah melalui segala hal yang telah diciptakan-Nya, dengan selalu meyakini bahwa Allah merupakan pencipta alam semesta (*az-Zumar [39]: 62*), Allah juga sang pemberi rezeki (*Hud [11]: 6*) dan Allah adalah tuhan pengatur alam semesta (*Ali Imran [13]: 26-27*).⁴⁴

c. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan akhir Ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syariat Islam itu sendiri, yaitu mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat. Inilah kebahagiaan hakiki yang diinginkan setiap manusia, bukan kebahagiaan semu yang sering kali pada akhirnya justru melahirkan penderitaan dan kesengsaraan.

Mewujudkan kesejahteraan hakiki bagi manusia merupakan dasar sekaligus tujuan utama dari syariat Islam, karena juga merupakan tujuan ekonomi Islam. Ekonomi Islam tidak sekedar berorientasi untuk pembangunan fisik, material dari individu, masyarakat dan negara saja,

⁴³*Ibid*

⁴⁴*Ibid*

tetapi juga memerhatikan pembangunan aspek-aspek lain yang juga merupakan elemen penting bagi kehidupan yang sejahtera dan bahagia.⁴⁵

Peradaban Islam adalah peradaban yang mengedepankan aspek budi pekerti atau akhlak, baik manusia dalam hubungannya dengan sesama manusia, makhluk lain di alam semesta dan hubungannya dengan Tuhan. Ekonomi Islam bertujuan untuk menciptakan kehidupan yang seimbang ini, di mana antara lain mencakup keseimbangan fisik dengan mental, material dan spiritual, individu dengan sosial, masa kini dengan masa depan, serta dunia dengan akhirat. Pembangunan ekonomi yang terlalu mementingkan aspek material dan mengabaikan aspek spiritual hanya akan melahirkan kebahagiaan semu, bahkan justru menimbulkan petaka.

Sebagai suatu cabang ilmu, ekonomi Islam bertujuan untuk mewujudkan dan meningkatkan kesejahteraan bagi setiap individu yang membawa mereka kepada kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*). Dengan demikian, perhatian utama umat Islam adalah pada upaya bagaimana manusia meningkatkan kesejahteraan materialnya yang sekaligus akan meningkatkan kesejahteraan spiritualnya. Karena aspek spiritual harus hadir bersamaan dengan target material, maka diperlukan sarana penopang utama, yaitu moralitas pelaku ekonomi.⁴⁶

⁴⁵Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm.54

⁴⁶Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*.....hlm. 55.

d. Karakteristik Ekonomi Islam

Sumber karakteristik ekonomi Islam adalah Islam itu sendiri yang meliputi tiga asas pokok. Ketiganya secara asasi dan bersama mengatur teori ekonomi dalam Islam yaitu asas tauhid (ketuhanan), akhlak dan kemanusiaan.⁴⁷ Selain tiga asas pokok tersebut banyak terdapat karakteristik ekonomi Islam lainnya:

1) Asas Akidah (Sistem ekonomi bercirikan ketuhanan)

Ekonomi Islam adalah ekonomi ketuhanan/ilahiah, karena ilmu ekonomi Islam titik berangkatnya dari Allah, tujuannya mencari ridha Allah dan cara-caranya tidak bertentangan dengan syariat Allah. Tujuan ekonomi ini membantu manusia untuk menyembah Tuhannya yang telah memberi kehidupan, yang telah memberi makan kepada mereka untuk menghilangkan lapar, mengamankan mereka dari ketakutan, untuk menyelamatkan manusia dari kemiskinan yang bisa mengkafirkan dan kelaparan yang bisa mendatangkan dosa serta untuk merendahkan suara orang-orang zalim di atas suara orang-orang beriman.

Tauhid dalam wacana ekonomi Islam berarti bahwa semua sumber daya yang ada di alam semesta merupakan ciptaan dan milik Allah secara absolut. Konsep tauhid mengajarkan bahwa Allah Esa, Pencipta segala makhluk yang diciptakannya adalah manusia yang berasal dari substansi yang sama serta memiliki hak dan kewajiban

⁴⁷Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taimiyah)*, (Surabaya: Laks Bang PRESSindo, 2017), hlm. 62.

yang sama sebagai khalifah Allah di muka bumi. Sumber daya alam, flora dan fauna ditundukkan oleh Allah sebagai sumber manfaat ekonomi bagi umat manusia.⁴⁸

2) Asas Akhlak (Sistem ekonomi berlandaskan etika)

Yang membedakan Islam dengan sistem maupun agama lain adalah bahwa antara ekonomi dan akhlak tidak pernah terpisah sama sekali seperti halnya tidak pernah antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak dan antara perang dan akhlak. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spiritual sebagaimana yang dilakukan Eropa dengan konsep sekularismenya. Islam juga berbeda dengan konsep kapitalisme yang memisahkan akhlak dengan ekonomi. Manusia muslim baik individu maupun kelompok, dalam lapangan ekonomi atau bisnis, di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun disisi lain, ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya.⁴⁹

3) Asas kemanusiaan

Selain bercirikan ketuhanan dan akhlak, system ekonomi Islam juga berkarakter kemanusiaan. Menghargai kemanusiaan adalah bagian dari prinsip ilahiah yang telah memuliakan manusia dan menjadikannya sebagai khalifah-Nya di muka bumi ini. Jika prinsip-

⁴⁸*Ibid*, hlm. 62.

⁴⁹*Ibid*, hlm. 63.

prinsip ekonomi Islam berlandaskan kepada Al-Qur'an dan Sunnah, yang merupakan nash-nash Ilahiah, maka manusia adalah pihak yang mendapatkan arahan dari nash-nash tersebut. Allah tidak akan pernah menurunkan malaikat untuk bercocok tanam atau melakukan kegiatan ekonomi industri karena memang mereka tidak bisa melakukannya.

Manusia yang memahami nash, menafsirkan, menyimpulkan dan memindahkannya dari teori untuk diaplikasikannya dalam praktik. Dalam ekonomi Islam adalah tujuan dan sarana. Dengan demikian, dalam ekonomi Islam, manusia dan faktor kemanusiaan merupakan unsur utama. Faktor kemanusiaan dalam ekonomi Islam terdapat dalam kumpulan etika yang terdapat dalam kumpulan etika yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah serta tertulis dalam buku-buku klasik (*turats*) yang mencakup etika, kebebasan, kemuliaan, keadilan, sikap moderat dan persaudaraan sesama manusia. Etika Islam mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan sikap iri, dengki, dan dendam. Islam juga menganjurkan kasih sayang sesama manusia terutama kaum lemah, anak yatim, miskin papa dan yang terputus dalam perjalanan.⁵⁰

4) Ekonomi, Akidah, Syariah dan Moral

Ekonomi dalam Islam memiliki seperangkat prinsip, yang dilandasi oleh prinsip moral. Prinsip moral dalam Islam menjadi titik

⁵⁰*Ibid*, hlm. 63.

pandang dalam pembangunan secara luas dan menjadi sumber inspirasi bagi perumusan model pembangunan yang lebih relevan dengan identitas Islam. Karena itu, masyarakat muslim harus menghindari diri mereka dari pengaruh kapitalisme sebab kapitalisme diyakini tidak saja menghilangkan kohesi sosial (*socialcohesion*), kehilangan kemerdekaan, tetapi juga pengaburan identitas (*dilution of identity*) sebagaimana dialami sebagian besar masyarakat Islam. Charles Thrupp menyatakan bahwa masyarakat Muslim sedang dilandasi oleh wabah individualisme, moral egois, dan perilaku berorientasi keuntungan (*profit-oriented behavior*) dan komodifikasi.

5) Keseimbangan antara Kerohanian dan Kebendaan

Islam tidak memisahkan antara kehidupan dunia dan akhirat. Setiap aktivitas manusia di dunia akan berdampak kehidupannya kelak di akhirat. Artinya, kualitas kehidupan di akhirat sangat ditentukan oleh konsistensi, inovasi, intensi dan karya-karya produktif di dunia. Aktivitas keduniaan dalam Islam memiliki hubungan sinergitas yang sangat kuat satu sama lain. Karena itu, tidak dipandang sebagai personalitas baik jika seseorang mementingkan dunia dengan mengabaikan akhirat, *vice verse*.

6) Intervensi Negara dalam Perekonomian

Islam mengakui peran Negara dalam mengontrol aktivitas ekonomi masyarakat, terutama ketika ekonomi mengalami

ketidakstabilan. Negara berhak mengatur masalah perekonomian agar kebutuhan masyarakat baik secara individu maupun sosial dapat terpenuhi secara proporsional. Negara berkewajiban melindungi kepentingan masyarakat dari ketidakadilan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, ataupun dari negara lain. Selain itu, negara juga berkewajiban memberikan jaminan sosial agar seluruh masyarakat dapat hidup secara layak.

7) Larangan Riba

Islam menekankan pentingnya memfungsikan uang pada bidangnya yang normal yaitu sebagai fasilitas transaksi dan alat penilaian barang. Di antara faktor yang menyelewengkan uang dari bidangnya yang normal adalah bunga (riba). Secara teknis dalam syariah, riba mengacu pada premi yang harus dibayar oleh peminjam kepada pemberi pinjaman pokok sebagai syarat untuk memperoleh pinjaman lain atau untuk penanguhan.

Keistimewaan dan karakteristik ekonomi Islam⁵¹

- a) Ekonomi Islam merupakan bagian yang tak terpisahkan dari konsep Islam yang utuh dan menyeluruh.
- b) Aktivitas ekonomi Islam merupakan suatu bentuk ibadah.
- c) Tatanan ekonomi Islam memiliki tujuan yang sangat mulia.

⁵¹Ahmad Izzan, dan Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah: Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 33.

d) Ekonomi Islam merupakan sistem yang memiliki pengawasan melekat yang berakar dari keimanan dan tanggung jawab kepada Allah (*Muraqabatullah*). Ekonomi Islam merupakan sistem yang menyalurkan antara maslahat individu dan maslahat umum.⁵²

C. Kerangka Konseptual

a. Pengertian Kucing Ras

Kucing ras adalah kucing yang berasal dari keturunan ras lainnya, dan kucing ras merupakan jenis kucing yang mendapatkan pengakuan berupa sertifikat resmi dari asosiasi kucing Internasional. Ada banyak jenis kucing ras asli yang populer, seperti kucing persia, angora, hingga kucing maine coon. Kucing ras asli memiliki ciri-ciri diantaranya sebagai berikut: Memiliki tubuh yang besar dan pundak leher yang lebar, wajah berbentuk bulat, meskipun terdapat beberapa kucing ras yang memiliki wajah lonjong.⁵³

b. Ragam Bisnis Kucing Ras

1) Jual Beli/penangkaran Kucing

Menjalankan bisnis penangkaran kucing tidak sulit. Usaha ini tidak membutuhkan dana yang besar dan terbilang cocok bagi seorang pemula karena kemudahannya.⁵⁴

⁵²*Ibid*

⁵³ <https://www.kompasiana.com/romihanafi5447/5f3cf0a4bfc18e186511ad02/perbedaan-jenis-ciri-ciri-kucing-domestik-ras-asli-dan-mixdome?page=2> di akses pada 20 Maret 2021

⁵⁴Sulaiman, *Berbisnis Pembibitan Kucing*, (Yogyakarta: LILY PUBLISHER, 2010), Hlm.

2) *Grooming* Kucing

Definisi *grooming* hewan dengan manusia tidak berbeda yaitu *grooming* artinya menata dan menjaga kebersihan diri. Hal ini berhubungan dengan kerapian rambut, kebersihan mulut, wajah, hingga kuku. Jika ingin memiliki bulu kucing semakin menarik tentu harus dimandikan secara teratur, penyisiran rambut membuatnya akan semakin rapih.⁵⁵

3) Pacak/ Mengawinkan Kucing

Pacak atau pemacakan adalah istilah yang digunakan dalam dunia kucing yang berarti jasa mengawinkan kucing.⁵⁶

4) Penitipan Kucing

Penitipan disini dapat didefinisikan secara umum sebagai sebuah tempat penitipan yang menyediakan apa yang diperlukan untuk kesehatan, kesejahteraan, perawatan, dan perlindungan terhadap hewan.⁵⁷

D. Kerangka Pikir

Penelitian ini dilakukan berdasarkan latar belakang bahwa di Kota Palangka Raya sangat banyak sekali pecinta hewan yaitu Kucing, kucing dengan berbagai macam ras dan juga harga. Banyak sekali bisnis dan jasa yang ditawarkan dari para pemilik usaha offline maupun online. Oleh karena

⁵⁵ Suwinarno Nadjamuddin, *Sistem Informasi Penjualan, Pembelian Dan Jasa Grooming Pada Tera Petshop*, Jurnal Teknologi dan Informasi UNIKOM, Vol.1 No.8, 2017, Hlm.4.

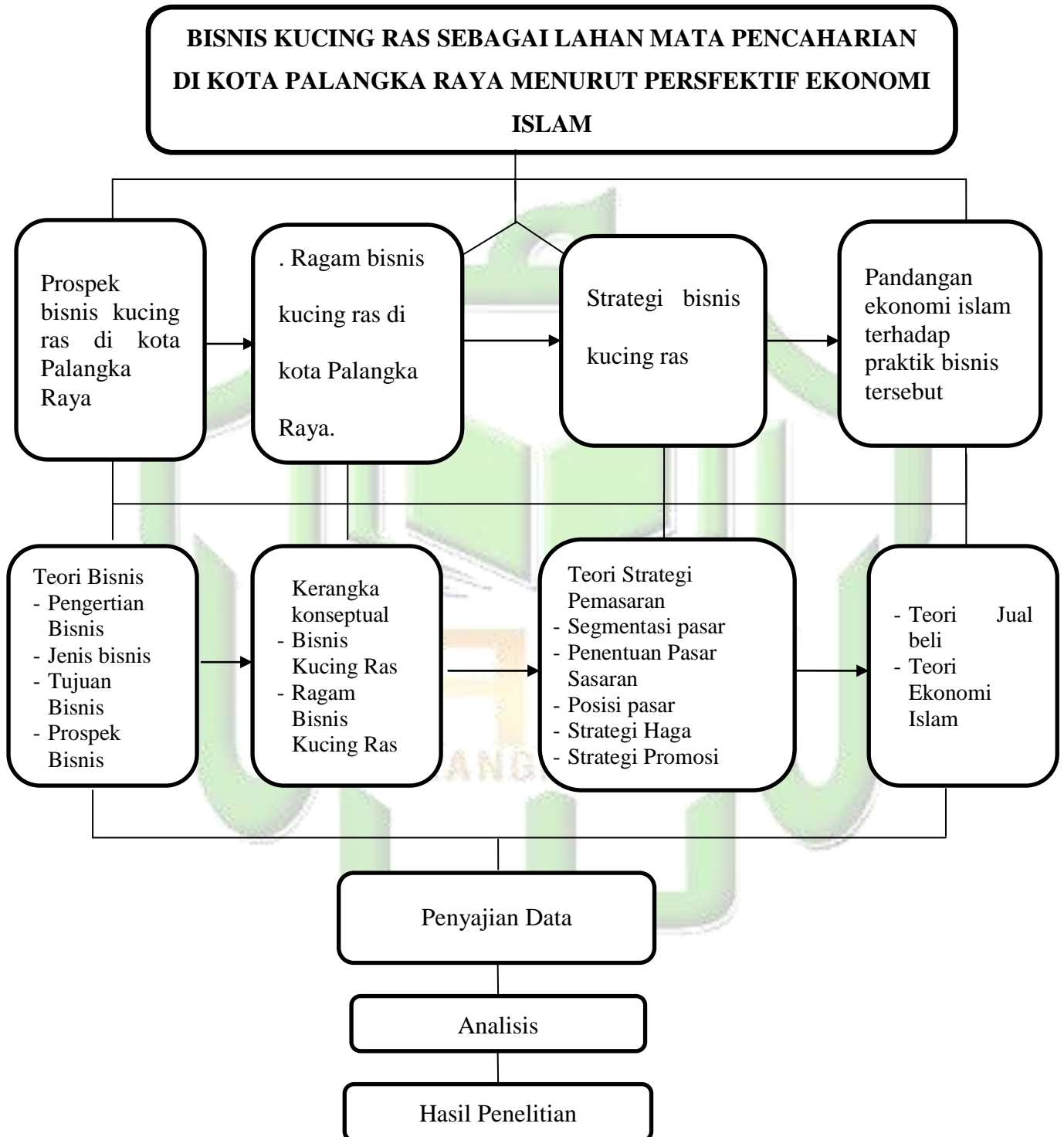
⁵⁶“Pacak” (On-line), di : <https://aboutkucing.blogspot.co.id>, (20 Maret 2021)

⁵⁷ Ratu Amie, Ariandhini. (2007). Semarang Pet Centre. Skripsi S1. Universitas Negeri Semarang, Semarang.

itu peneliti ingin mengetahui lebih lanjut apasaja bisnis dan jasa yang mereka tawarkan, prospek bisnisnya bagaimana, strategi bisnis nya seperti apa.



Bagan 1
Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu untuk melakukan penelitian dengan judul Fenomena Bisnis jual beli kucing Di Kota Palangka Raya yang dibutuhkan peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah mulai dari bulan Juni- Agustus 2021, setelah penyelenggaraan seminar Proposal dan telah mendapatkan izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah beberapa Petshop yang berada di kota Palangka Raya. yang telah memenuhi kriteria subjek yang sudah peneliti tentukan. Bertempat di jalan Sisingamangaraja, jalan Antang kalang, jalan Anggrek 1, dan jalan Mangga. Alasan peneliti memilih tempat penelitian adalah untuk melihat apakah petshop-petshop ini memiliki ragam bisnis dan strategi bisnis yang sama atautkah berbeda dari segi cara melakukan kegiatan jasa dan dari segi pemberian upah atau imbalan.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh

subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵⁸

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan apa yang terjadi di lokasi penelitian dengan lugas dan rinci serta berupaya mengungkapkan data terkait penelitian yang penulis teliti.⁵⁹

Menggunakan penelitian lapangan, peneliti secara individu berbicara dan mengamati secara langsung orang-orang yang ditelitinya. Melalui interaksi selama beberapa bulan atau waktu tertentu untuk mempelajari tentang yang akan diteliti.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Metode kualitatif bersifat mengembangkanteori yaitu dengan mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari

⁵⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004, hlm. 6

⁵⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,....., hlm. 6.

naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya untuk dianalisis sehingga mendapatkan hasil yang kualitatif.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau variabel yang timbul yang menjadikan objek penelitian ini berdasarkan dengan apa yang terjadi, kemudian mengangkat ke permukaan.

C. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono mendefinisikan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁰ Objek penelitian merupakan titik perhatian dari suatu penelitian, titik perhatian tersebut

⁶⁰Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 38

berupa substansi, permasalahan, atau fenomena yang terjadi dilapangan. Objek yang diteliti ialah tentang Bisnis kucing ras sebagai mata pencaharian di kota Palangka Raya menurut pandangan ekonomi islam.

2. Subjek Penelitian

Pada penelitian kali ini yang akan menjadi subjek ada 4 (empat) Pebisnis usaha kucing ras. Subjek penelitian adalah orang yang akan diamati sebagai penelitian. Ada beberapa istilah yang digunakan menunjuk subjek penelitian. Pertama adalah informan karena informan memberikan informasi tertentu suatu kelompok atau entitas tertentu. Kedua ialah partisipan, yang digunakan terutama apabila subjek mewakili suatu kelompok tertentu.⁶¹

Teknik penentuan sumber data penelitian kali ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* juga disebut *judgmental sampling*. Teknik ini adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁶² *Purposive sampling* digunakan dalam situasi dimana seorang peneliti menggunakan penilaiannya dalam memilih responden dengan tujuan tertentu didalam benaknya. *Purposive samplingsignifikan* digunakan dalam situasi untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu peneliti cenderung subjektif (misalnya menentukan sampel berdasarkan kategorisasi atau karakteristik umum

⁶¹ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2009, hlm. 88

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*,hlm. 392

yang ditentukan sendiri oleh peneliti)⁶³. Adapun metode yang digunakan untuk pengambilan subjek yaitu metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁶⁴

Kriteria subjek pada penelitian ini ditentukan berdasarkan teori dan disesuaikan dengan fokus penelitian. Adapun kriteria subjek penelitian sebagai berikut:

1. subjek merupakan pebisnis aktif yang penghasilan utama bersumber dari bisnis kucing ras,
2. subjek sudah menjalankan bisnis jasa dalam waktu kurang lebih 2 tahun dibuktikan dengan adanya catatan transaksi bisnis,
3. subjek memiliki usaha baik offline maupun online.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Metode observasi meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra⁶⁵. Dalam observasi

⁶³ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paduan Peneliti Contoh Proposal Kualitatif)*, Bandung: Alfabeta, 2015, hlm. 72

⁶⁴Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*,hlm. 54.

penelitian dilakukan secara langsung pada forum adopsi kucing Palangka Raya yang ada di media sosial facebook. Observasi juga dilakukan secara langsung pada offline store pebisnis tersebut. Observasi dilakukan dengan cara melihat langsung aktivitas bisnis baik secara online maupun offline.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan *interview* pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Wawancara ini dapat digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi. Teknik wawancara dalam penelitian pendekatan kualitatif dibagi menjadi tiga kategori, yaitu sebagai berikut:

- a. Wawancara terstruktur (*Structured Interview*) peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
- b. Wawancara semiterstruktur (*Semistructured Interview*) menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.
- c. Wawancara tak berstruktur (*Unstructured Interview*) wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.⁶⁶

Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur, dimana wawancara tidak terstruktur ini mirip dengan

⁶⁵M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, Jakarta: Kencana, 2007, hlm. 115.

⁶⁶Febti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017, h.83

percakapan informal. Wawancara tidak terstruktur bersifat luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara.⁶⁷

Teknik ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai bisnis jasa pacak kucing, yaitu dengan cara bertatap muka secara langsung (*face to face*) dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan dengan para pemilik bisnis jasa pacak kucing, maka dari itu wawancara tersebut dapat memperoleh kedalaman pertanyaan kepada subjek yang pada akhirnya diperoleh data yang dibutuhkan.

Adapun garis besar pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada subjek yaitu :

- a. Apa saja ragam bisnis kucing yang ada?
- b. Bagaimana strategi dalam melakukan bisnis ini?
- c. Sudah berapa lama menjalankan bisnis ini?
- d. Bagaimana prospek bisnis kucing tersebut?

3. Dokumentasi

Metode atau teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan melalui bukti-bukti.⁶⁸ Termasuk catatan-catatan, foto rekaman video, ataupun apapun

⁶⁷Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018, hlm. 227

⁶⁸Affifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung:CV Pustaka Setia, 2009, hlm.

yang dihasilkan oleh seorang peneliti.⁶⁹ Metode ini adalah metode pengumpulan data yang dapat memberikan informasi berupa tulisan, foto, dan rekaman yang didapatkan peneliti dapat digunakan sebagai sumber informasi karena mampu menggambarkan peristiwa yang terjadi.

Metode ini dipakai untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara oleh peneliti yang dilakukan pada beberapa pebisnis kucing, dan juga peneliti selama wawancara akan merekam hasil wawancara serta dokumentasi dengan berfoto bersama narasumber atau subjek dan informan. Selain itu peneliti juga akan mendokumentasikan bagaimana strategi pemasaran di media sosial.

E. Pengabsahan Data

Teknik pengabsahan data atau pemeriksaan data ini diterapkan dalam rangka membuktikan kebenaran temuan hasil penelitian dengan kenyataan dilapangan. Teknik yang digunakan dalam menguji keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.⁷⁰

Adapun teknik yang digunakan adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang

⁶⁹Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, hlm.52

⁷⁰Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 330.

lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁷¹ Dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber, Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintah.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁷²

F. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan

⁷¹Arififudin, dan Benny Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 143

⁷²Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 330.

membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁷³

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang digunakan Bungin dalam bukunya *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, yaitu dikatakan bahwa:

1. *Data collection* atau koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. *Data display* atau penyajian data adalah data yang dari kancah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan, dan semacam pembuatan tabel atau diagram dalam tradisi penelitian kualitatif.
4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.⁷⁴

⁷³Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed method)*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 82.

⁷⁴Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 69.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pembahasan bertujuan untuk menunjukkan rangkaian pembahasan secara sistematis sehingga jelas kerangka penelitian yang akan diajukan. Dalam penulisan penelitian ini disajikan dalam tiga bab antara lain sebagai berikut :

BAB I, Pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II, Kajian Pustaka yang memaparkan penelitian terdahulu, deskripsi teoritik dan kerangka berpikir.

BAB III, Metode Penelitian yang terdiri dari waktu penelitian dan tempat penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV Penyajian dan Analisis Data, pada bab ini membahas lebih dalam tentang prospek bisnis kucing ras di kota Palangka Raya, Ragam bisnis kucing ras di kota Palangka Raya, Strategi bisnis kucing ras di kota Palangka Raya, dan Pandangan ekonomi Islam terhadap bisnis kucing ras.

BAB V Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Palangka Raya

Secara Umum Kota Palangka Raya dapat dilihat sebagai sebuah kota yang memiliki 3(tiga) wajah yaitu wajah perkotaan, wajah perdesaan, dan wajah hutan. Kondisi ini memberikan tantangan tersendiri bagi pemerintah kota Palangka Raya dalam membangun Kota Palangka Raya. Kondisi ini semakin menantang lagi bila mengingat luas kota Palangka Raya yang berada pada urutan ke-3 di Indonesia yaitu 2.853,52 Km².⁷⁵

Palangka Raya adalah kota yang masih cukup muda umurnya dibandingkan kota lain yang menjadi ibukota provinsi. Pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, Lembaran Negara Nomor 53 berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957 yang selanjutnya disebut Undang-undang Pembentukan Daerah Swatanta Provinsi Kalimantan Tengah.

Kota Palangka Raya Secara Geografis terletak pada 11330'-11407' Bujur Timur dan 135'-224' Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara Administrasi Kota Palangka Raya berbatas dengan:

Sebelah Utara : Dengan kabupaten Gunung Mas

Sebelah Timur: Dengan Kabupaten Kapuas

⁷⁵Palangara.go.id, (05 Agustus 2021)

Sebelah Selatan: Dengan Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Barat: Dengan Kabupaten Katingan⁷⁶.

Wilayah Kota Palangka raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu, Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sebangau, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan Rakumpit dengan luas masing-masing 119,37 km², 603,16 Km² dan 1.101,95 Km².⁷⁷

Struktur penduduk berdasarkan umur sangat penting dalam perencanaan pembangunan prasarana pendidikan, sumber informasi ketersediaan tenaga kerja, menentukan beban tanggungan dan lain-lain. Jumlah penduduk berdasarkan komposisi umur dapat digunakan untuk menghitung rasio ketergantungan atau beban kerja yang juga merupakan salah satu indikator untuk menilai keberhasilan program penendalian kelahiran⁷⁸.

2. Petshop

Petshop adalah tempat menjual perlengkapan hewan peliharaan, penitipan hewan peliharaan, juga pelayan kesehatan untuk hewan peliharaan. Dijaman serba modern ini semakin banyak orang yang memiliki kecintaan terhadap hewan peliharaan. Kecintaan orang dengan hewan peliharaannya ini membuat mereka rela mengeluarkan biaya yang cukup

⁷⁶*Ibid*

⁷⁷*Ibid.*

⁷⁸Sippa.Ciptakarya.pu.go.id (05 Agustus 2021).

banyak demi memenuhi kebutuhan hewan peliharaan mereka seperti; Shampoo, perawatan tubuh, kandang dan kebutuhan yang lain.⁷⁹

Untuk membuka bisnis petshop memang harus memiliki modal yang cukup besar dan pengetahuan yang tinggi dalam perawatan hewan. Petshop dengan segala fasilitas dan produk yang ditawarkan dipastikan jadi salah satu tempat yang paling sering dikunjungi para pecinta hewan. Pelanggan rela menghabiskan uang untuk hewan kesayangannya.⁸⁰

B. Penyajian Data

Sebelum peneliti memaparkan hasil penelitian ini, terlebih dahulu memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yaitu diawali dengan penyampaian surat izin riset dari dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ke Badan penelitian dan Pengembangan (BALITBANG). Setelah surat izin riset dari BALITBANG keluar, kemudian peneliti langsung melakukan penelitian kelapangan untuk pengumpulan data.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk menjawab empat rumusan masalah yang akan diteliti. Rumusan pertama yaitu, mengenai bagaimana prospek bisnis kucing ras di kota Palangka Raya, kedua apa saja ragam bisnis kucing ras di kota Palangka Raya, ketiga bagaimana strategi bisnis kucing ras di kota Palangka Raya, dan bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap bisnis kucing ras di kota Palangka Raya.

⁷⁹ Bayu Febram Prasetyo, *Kiat Sukses Bisnis Pet Shop*, (Bandung; Cv. Aha Media Kreatif, 2019), hlm. 14.

⁸⁰ *Ibid.*

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipan, dimana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang dilakukan subjek yang sedang diamati. Adapun data yang ingin didapat dari observasi adalah bagaimana strategi bisnis yang dilakukan pebisnis kucing ras, bagaimana prospek bisnis kucing ras, apa saja ragam bisnis kucing ras yang ada.

Saat melakukan wawancara peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan. Untuk jawaban dari pihak yang ditanya adalah menggunakan bahasa Indonesia yang bercampur bahasa daerah. Hasil atau analisis penelitian, peneliti akan menyajikan jawaban wawancara secara langsung lalu diartikan menggunakan bahasa Indonesia sepenuhnya. Hal ini dilakukan untuk mempermudah memahami penjelasan atau jawaban yang diberikan subjek penelitian.

1. Prospek Bisnis Kucing Ras

a. Observasi

Untuk melihat serta mengetahui bagaimana prospek bisnis kucing ras, maka peneliti melakukan observasi menggunakan teknik observasi partisipan. Peneliti mengamati kegiatan tanpa terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Sedikit banyaknya peneliti sudah memiliki gambaran terhadap prospek bisnis kucing ras ini.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan ada hal menarik yang dijelaskan secara tidak langsung oleh keempat pemilik bisnis ini. Bahwasanya mereka berempat sebelumnya sama-sama memiliki pekerjaan tetap yang

mereka jalankan selama bertahun-tahun. Akan tetapi semua pebisnis yang menjadi subjek dalam penelitian ini justru lebih memilih berhenti dari pekerjaan tetap sebelumnya agar lebih fokus pada bisnis kucing ras/ petshop yang mereka jalankan ini. Padahal dari hasil observasi yang peneliti lakukan modal yang mereka keluarkan untuk membuka bisnis ini tidak lah kecil. Tetapi mereka percaya bahwa bisnis memiliki peluang dan prospek bisnis yang sangat menjanjikan dimasa sekarang hingga mendatang.

Keempat pemilik petshop ini tidak memiliki catatan mengenai keuangan bisnis. Menurut catatan mengenai keuangan bisnis baik itu pengeluaran atau pemasukan haruslah ada catatannya. Karena, catatan tersebut dapat mempermudah untuk melihat bagaimana hasil dari bisnis yang mereka jalankan.

b. Wawancara

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai prospek bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya peneliti melakukan wawancara dengan subjek pertama A, subjek kedua FN, subjek ketiga FLG, dan subjek keempat M. Keempatnya merupakan pemilik bisnis kucing ras/ Petshop yang ada di Kota Palangka Raya. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti kepada subjek pertama yaitu:

Subjek 1

Nama: A⁸¹,

⁸¹ Wawancara dengan A di Palangka Raya, 09 Juli 2021

Nama Petshop: Ayuna Petshop

Tempat Penelitian: Jalan Anggrek 1

Pertanyaan: Bagaimana prospek bisnis kucing ras ini menurut ibu dan sudah berapa lama bisnis ini dijalankan?

Beliau menjawab:

“Bisnis inih menurut saya dan suami sangat menguntungkan juga menyenangkan mba. karena semuanya berawal dari hobi kami berdua. Masa pandemi gini pun nggak begitu ngaruh juga buat bisnis ini. Apalagi yang lepas adopsi semakin rame. Karenakan makin banyaktuh yang bekerjanya dari rumah ja, jadi semakin banyak yang mau adopsi. Karena ditempat saya kan juga tidak cuman lepas adopsi banyak jasa lain juga. Penghasilan bulanan nyapun ya bisa dibilang jauh lebih banyak dibanding saat dulu saya bekerja di salah satu perusahaan. Jadi, karena itu suami saya pun mundur dari pekerjaannya itu dan lebih focus mengurus bisnis ini saja. Untuk yang lepas adopsi itu sudah sekitar 5 tahun an lebih mba, tapi untuk yang benar-benar membuka petshop dengan berbagai jasa baru 4 tahun”

Artinya: “Prospek bisnis kucing ras ini sangat menguntungkan. Hal ini terlihat dari peningkatan yang cukup signifikan di masa pandemi, banyak orang yang justru mengadopsi kucing. Hal tersebut terjadi karena banyak orang yang melakukan kegiatan di rumah dan ingin memiliki kegiatan lain atau sekadar ingin memiliki teman bermain. Pada masa pandemi ini sendiri untuk jasalainnya pun sama saja dengan masa sebelumnya yang artinya tidak begitu jauh berbeda. Oleh karena itu, pengelola ingin lebih berfokus pada bisnis ini yang awalnya hanya sekadar hobi justru memiliki peluang yang besar untuk dijadikan suatu bisnis yang menghasilkan pendapatan tetap. Untuk lepas adopsi sudah dilakukan kurang lebih 5 tahun, dan untuk petshop sudah 4 tahun”

Berdasarkan penjelasan diatas A menjelaskan kepada peneliti bahwa prospek bisnis kucing ras menurutnya sangat menguntungkan. Terutama dimasa pandemi ini. Masa Pandemi membuat seseorang ingin memelihara kucing di rumah. Hal ini tentu menguntungkan pihak Petshop yang

tidakmendapat kendala dalam segi pendapatan saat pandemi. Bisnis yang menjanjikan. Berawal dari hobi dan berujung menjadi sebuah pekerjaan tetap. empat dan lima tahun bukanlah waktu yang sebentar. Di sini, peneliti dapat melihat bahwa Ayuna Pethsop memiliki komitmen tinggi terhadap pekerjaan yang ditekuninya.

Subjek 2

Nama: (FN⁸²),

Nama Petshop: Fy Petshop.

Lokasi Penelitian : Jalan Antang Kalang dan Jalan Rajawali

Pertanyaan: Bagaimana prospek bisnis kucing ras ini menurut bapak dan sudah berapa lama bisnis ini dijalankan?

Beliau menjawab:

“Saya kan awalnya cuma hobi aja meraawat kucing, lalu coba-coba buka usaha kecil-kecilan saja ternyata setelah saya jalankan beberapa tahun semakin menguntungkan dan saya merasanya itu bakalan bagus aja untuk masa mendatangnya. Usaha ini tambah maju dan jua membantu banar dalam perkenomian keluarga saya ini. Alhamdulillah selama 4 tahun saya membuka usaha petshop nih sudah bisa membuka cabang, jadi sekarang ada 2 toko. Awalnya saya itu jurnalis tapikarena merasa gawian nya uyuh dan jua perlu tambahan lain gasan biaya hidup. Jadi memilih berhenti bekerja biar fokus usaha aja lagi. Alhamdulillah 4 tahun sudah, dalam 4 tahun ini sudah 2 pethsop kami”

Artinya: “Prospek bisnis kucing ras pada Petshop ini mempunyai peluang penghasilan yang cukup baik. Awal nya sekedar hobi, lalu mencoba untuk membuka usaha kecil-kecilan dan setelah dijalankan ternyata bisnis ini memiliki peluang untuk terus berkembang dan menambah penghasilan keluarga. Petshop ini sudah berdiri selama 4 tahun dan sudah membuka cabang. Pengelola mengatakan bahwa ia memilih

⁸² Wawancara dengan FN Di Palangka Raya 07 Juli 2021.

bisnis petshop ini karena jauh lebih menguntungkan dari pekerjaan sebelumnya. Sudah empat tahun dan memiliki satu cabang”

Berdasarkan penjelasan diatas FN menjelaskan kepada peneliti bahwa pekerjaan yang diawali dengan hobi dan bisnis kecil-kecilan bisa menjadi pekerjaan yang menghasilkan untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Bahkan pihak Pethsop mengatakan bahwa pekerjaan yang sekarang jauh lebih menguntungkan daripada pekerjaan sebelumnya. Fy Petshop sudah berdiri sejak empat tahun yang lalu dan memiliki 1 cabang.

Subjek 3

Nama : FLG⁸³
Nama Petshop : Sisinga Petshop
Lokasi Penelitian : Jalan Seth Adji dan Jalan Sisingamangaraja
Pertanyaan : Bertanya Bagaimana prospek bisnis kucing ras ini dan sudah berapa lama bisnis ini dijalankan?

Beliau menjawab:

“Menurut saya bisnis ini sangat menjanjikan dilakukan hingga masa mendatang meskipun ya makin banyak yang belanja online tpikan jasa seperti ini nggak ada via online melayaninya pasti harus ketemu langsung .Nahbeda seperti barang lain contoh baju, yang bisa dikirimkan dari mana saja karenakan tinggal kirim barang aja. Apalagi ketika musim libur lebaran, natal dan tahun baru. Petshop cabang saya yang memiliki fasilitas hotel penginapan selalu diminati. Karena setahu saya sih ya mba belum ada di kota ini yang buka hotel hewan juga.Makanya saya merasa itu banyak sekali peluang di bisnisini karena pecinta hewan peliharaan di kota kita ini juga banyak. “Usaha ini sudah saya jalankan lebih 3 tahun, tapi kalopet hotel baru 1 tahun an lebih”.”

Artinya: “Menurut saya bisnis ini sangat menjanjikan dilakukan hingga masa mendatang meskipun semakin banyak yang belanja melalui online akan

⁸³ Wawancara dengan saudari FLG Di Palangka Raya (16 Agustus 2021).

tetapi jasa-jasa seperti ini hanya didapatkan ketika si pemilik hewan dan pemilik jasa bertemu. Lain halnya seperti barang lain contoh baju, yang bisa dikirimkan dari tempat manapun karena yang dijual berbentuk benda mati. Hotel hewan peliharaan juga sangat diminati masyarakat dikota Palangka Raya ini. Hotel hewan peliharaan akan selalu ramai ketika masa libur panjang tiba, menurut saya banyak peluang yang bisa didapatkan dari bisnis ini. Bisnis ini sudah berjalan kurang lebih 3 tahun, sedangkan pet hotel baru berjalan 1 tahun.”

Berdasarkan hasil wawancara FLG menjelaskan menurutnya bisnis kucing ras ini memiliki prospek yang sangat menjanjikan. Meskipun, sudah banyak bisnis yang dilakukan secara online, namun untuk bisnis kucing yang satu ini harus dilakukan secara langsung. Artinya, si pemilik hewan dan pemilik jasa harus bertemu. Bisnis ini sudah berjalan 3 tahun dan pet hotel berjalan 1 tahun.

Subjek 4

Nama : M⁸⁴

Nama Petshop : Lillo Cats Grooming

Lokasi Penelitian : Jalan Mangga

Pertanyaan : Bagaimana prospek bisnis kucing ras ini menurut Ibu dan sudah berapa lama bisnis ini dijalankan?

Beliau menjawab:

“Saya itu dulu sebenarnya seorang pegawai disalah satu perusahaan dan saya punya hobi memelihara kucing.Saya juga sering ikut pelatihan bagaimana merawat kucing ras yang benar .Awalnya membuka bisnis ini ya karena memang hobi dan sangat menyukai kucing bahkan sampoai sekarang saya punya 30 lebih kucing. Saya melihat peluang dibisnis jasa untuk kucing ini saya memilih resign dari pekerjaan saya sebelumnya. Karena untuk saya sendiri penghasilan yang didapatkan dari bisnis sangat fantastis setiap bulan itu pasti diatas 10 juta. Menurut saya benar-benar

⁸⁴ Wawancara dengan ibu M Di Palangka Raya (1 Agustus 2021).

bisnis yang bagus untuk dijalankan sampai tahun tahun berikutnya. Bisnis ini sudah berjalan selama 5 tahun.”

Artinya: “Saya dulunya adalah pegawai disalah satu kantor. Awalnya membuka bisnis ini karena hobi dan sangat menyukai kucing bahkan sampai sekarang saya sudah memiliki 30 lebih kucing. Saya melihat peluang yang sangat menjanjikan dari bisnis ini. Penghasilan yang didapatkan dari bisnis grooming saja sangat fantastis dengan pendapatan setiap bulan diatas 10 juta. Bisnis ini sangat bagus untuk dijalankan sampai tahun tahun berikutnya. Bisnis ini sudah berjalan selama lima tahun.”

Berdasarkan hasil wawancara M menjelaskan bahwa beliau melihat peluang yang sangat menjanjikan dalam bisnis ini. Bermula dari seorang pegawai yang hanya sekedar menyukai kucing, menjadikan hobi tersebut sebagai pekerjaan yang memberikan pemasukan setiap bulannya. Sehingga itulah yang membuat beliau memilih berhenti dari pekerjaan sebelumnya. Bisnis ini sudah dijalankan selama lima tahun.

c. Penyajian Data Dokumentasi

Salah satu teknik yang telah digunakan dalam mengumpulkan data peneliti melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi dilakukan selama waktu penelitian berlangsung. Dokumentasi yang peneliti dapatkan berupa foto saat melakukan wawancara dengan subjek dan juga beberapa foto surat izin usaha serta sertifikat pelatihan yang di ikuti oleh para pemilik petshop.

Pada surat izin usaha milik ayuna petshop (terlampir) terdapat keterangan jumlah modal usaha yang tidak sedikit. Akan tetapi dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dapat diketahui bahwa omset atau keuntungan yang didapat bisa lebih banyak 2 kali lipat dari modal awal.

Pada dokumentasi jumlah total pecinta kucing didalam grup komunitas pecinta kucing Palangka Raya (terlampir) sebanyak 12,5 ribu anggota. Dalam grup tersebut ada yang menawarkan bisnis nya tidak hanya lepas adopsi akan tetapi juga menawarkan jasa serta menjual berbagai keperluan hewan didalam grup tersebut. Selain orang yang menawarkan bisnis dan jasa mereka banyak juga pecinta kucing lainnya yang bergabung untuk mencari jasa yang mereka butuhkan pada grup tersebut. Hal itu dapat membuktikan bahwa bisnis ini akan terus bertahan hingga kapanpun karena pecinta kucing juga semakin banyak.

2. Ragam Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya

a. Observasi

Untuk melihat serta mengetahui apa saja ragam bisnis kucing ras yang ada di keempat petshop tersebut, maka peneliti melakukan observasi menggunakan teknik observasi partisipan. Peneliti mengamati kegiatan tanpa terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Sedikit banyaknya peneliti sudah memiliki gambaran apa saja ragam bisnis yang ada di keempat petshop tersebut apakah sama atau tidak.

Dari observasi yang telah peneliti lakukan pada keempat petshop tersebut, terdapat kesamaan dan hal menarik. Pada keempat petshop tersebut terdapat kesamaan dalam menjual makanan, memiliki jasa grooming, jasa penginapan dan jasa kesehatan hewan peliharaan. Jasa kesehatan hewan

peliharaan yang disediakan oleh keempat petshop bekerjasama langsung dengan dokter hewan. Akan tetapi, dari keempat petshop ini tidak ada satupun yang melakukan perjanjian diatas kertas saat melakukan kerja sama dengan dokter hewan. Pendapat mereka sama, kerja sama tersebut hanya berdasarkan pembicaraan lisan saja.

b. Wawancara

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai apa saja ragam bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya. Peneliti melakukan wawancara dengan subjek pertama A, subjek kedua FN, subjek ketiga FLG, dan subjek keempat M. Keempatnya merupakan pemilik bisnis kucing ras/ Petshop yang ada di Kota Palangka Raya. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti kepada subjek pertama yaitu:

Subjek 1

Nama : A⁸⁵,

Nama Petshop : Ayuna Petshop

Tempat Penelitian : Jalan Anggrek 1

Pertanyaan : Apa saja ragam bisnis yang ada di petshop ibu?

Beliau menjawab:

“Kebetulan di tempat kami ini nggak cuman lepas adopsi aja mba, ada banyak jasa lainnya. Ada jual beli makanan kucing, shampoo dan vitamin-vitamin kucing yang contohnya kutuan gitu. Kita juga ada tuh penitipan kucing boleh kucing yang sehat boleh juga kucing yang sakit.

⁸⁵ Wawancara dengan A di Palangka Raya, 09 Juli 2021

Kucing yang sehat dan yang sakit itu kami pisah ruangnya. Di tempat kita juga bisa kalo mau nitip kucing hamil kita bantu juga proses melahirkan sikucing, kita bidani lah ya seperti itu. Ada jasa steril juga, kalo steril ini buat kucing yang sudah tidak ingin melahirkan lagi. Ada jasa pacak juga jasa pacak itu jasa mengawinkan kucing. Kalo mau pacak kita ada garansinya. Garansinya itu ya kalo nggak berhasil dikawinkan customer nya bayar biaya penginapan aja. Kita kerjasama juga sama dokter jdi kalo kaya kasih vaksin dan kasih perawatan kalo kucingnya sakit itu langsung kita bawa kedokter. Ada jasa grooming juga, kalo grooming itu salon nya kucing ada sistem antar jemput atau mau diantar langsung tempat kita juga boleh. Untuk lepas adopsi kita ada beberapa kucing ras yang termasuk langka jadi boleh booking dulu saat kucingnya hamil.”

Artinya:Adapun beberapa ragam bisnis yang disediakan oleh Ayuna Petshop antara lain: Melayani lepas adopsi, jual beli makanan kucing anjing, menjual berbagai kebutuhan kucing seperti shampoo dan vitamin.Lepas Adopsi biasa dilakukan sejak kucing kecil minimal usia 3 bulan.Melayani Jasa penitipan kucing baik yang sehat maupun yang sakit. Penitipan kucing yang sedang hamil hingga kucing tersebut melahirkan. Untuk kucing yang hamil sakit dan sehat dilakukan pembedaan ruangan.Memiliki jasa steril kucing.Jasa memberikan penanganan kepada kucing yang sakit infeksi, terkena virus dan penyakit lainnya. Bekerja sama langsung dengan dokter dan menyesuaikan jadwal dari dokter. Jasa Pacak (mengawinkan hewan), pada jasa ini ada garansi apabila tidak berhasil hanya membayar jasa penginapan saja. Karena kucing yang akan dikawinkan haruslah menginap di petshop.Jasa Grooming, Jasa ini dilakukan dengan sistem antar jemput atau bisa grooming langsung dengan hewan dibawa langsung oleh pemilik ke petshop.Melakukan lepas adopsi kucing dengan jenis tertentu dengan sistem *indent/ boked* dengan syarat DP diawal atau dibayar lunas. Kucing teraebut yang di indent masih dalam keadaan hamil, dan dilepas adopsi saat sudah benar-benar siap biasanya usia 3 bulan.

Berdasarkan penjelasan diatas A menjelaskan kepada peneliti bahwa Ragam bisnis yang disediakan oleh Ayuna Petshop sangat beragam. Seperti yang peneliti sebutkan di atas, dengan beragamnya bisnis Ayuna Petshop akan semakin baik pada kualitas bisnis mereka sehingga hal ini bisa membuat konsumen percaya untuk merawat kucing mereka di Ayuna Petshop. Ayuna petshop memiliki perjanjian tertulis yang dilakukan untuk jasa pacak (kawin kucing). Perjanjian tersebut berisi penjelasan mengenai

garansi apabila proses perkawinan tidak membuahkan hasil maka customer tidak perlu membayar biasa sewa jasa tersebut.

Subjek 2

Nama : FN⁸⁶
Nama Petshop : Fy Petshop
Lokasi Penelitian : Jalan Antang Kalang dan Jalan Rajawali
Pertanyaan : Apa saja ragam bisnis kucing ras yang ada pada petshop bapak?

Beliau menjawab:

“Disini yang paling utamanya iya bejual makanan, vitamin dan kebutuhan kucing lainnya lengkap aja InsyaAllah. Tapi kami ada juga jasa suntik vaksin jasa membersihkan kutu. Ada jasa grooming jua, nah untuk grooming kami kada sistem antar jemput. Jadi kalonya handak grooming bisa pilih mau antar ke cabang sini atau cabang satunya di rajawali. Ada juga kami penginapan untuk penginapan ni cuman dilakukan di cabang rajawali aja. Kami jua lepas adopsi kucing tapi yang jenisnya medium aja. Kucing yang kami lepas adopsi biasanya sudah divaksin lebih dulu dan sudah benar-benar siap dilepas adopsikan. Kami kerja sama jua dengan dokter jadi mun suntik vaksin segala steril biasanya kami langsung dokter yang menanganani.”

Artinya: “Pada Petshop ini ragam bisnis jasanya antarlain; Melayani lepas adopsi, jual beli makanan kucing dan menjual berbagai kebutuhan kucing lainnya. Lepas Adopsi hanya dilakukan ketika kucing sudah siap di adopsikan, kucing yang dilepas adopsi sudah di suntik vaksin terlebih dahulu, untuk jenis nya yaitu persia medium. Melayani Jasa penitipan kucing, untuk penitipan hanya dilakukan di cabang rajawali. Memiliki jasa steril kucing. Jasa memberikan penanganan kepada kucing yang sakit infeksi, terkena virus dan untuk pemberian vaksin. Bekerja sama langsung dengan dokter. Jasa Grooming, tidak ada ssitem antar jemput untuk jasa ini. Karena terdapat 2 petshop customer bisa memilih kemana ingin mengantarkannya”.

Berdasarkan penjelasan diatas FN menjelaskan kepada peneliti bahwa ragam bisnis yang disediakan oleh Fy Petshop ini juga sangat beragam. Pada awalnya petshop ini hanya memfokuskan pada penyediaan

⁸⁶ Wawancara dengan FN Di Palangka Raya 07 Juli 2021.

bahan makanan dan kebutuhan kebersihan lainnya untuk kucing. Seiring berjalannya waktu pemilik petshop pun mulai melengkapi dengan berbagai pelayanan jasa yang sama seperti petshop lainnya.

Subjek 3

Nama : FLG⁸⁷
Nama Petshop : Sisinga Petshop
Lokasi Penelitian : Jalan Seth Adji dan Jalan Sisingamangaraja
Pertanyaan : Apa saja ragam bisnis kucing ras yang ada pada petshop saudara?

Beliau menjawab:

“Disini itu kita jual makanan kucing anjing dan hamster , jual kebutuhan kucing seperti shampoo, vitamin, jual aksesoris kucing juga, jual tempat makanan, tas, kandang kucing pokoknya ya bisa dibilang sudah cukup lengkap lah ya.kita juga puyajasa penitipan kucing, nah penitipankucing di tempat kita ini ada dicabang yang di seth adji, itu namanya pet hotel. Pet hotel kamar nya bermacam-macam sesuai biaya dan fasilitas mana yang orang mau. Ada kamar bisnis, ekonomi, dan ruang Vip kelas I/II. Kita juga bisa kasih penanganan kucing yang sakit infeksi, terkena virus dan untuk pemberian vaksin suntik kutu kecuali cukur bulu belum bisa. Kita kerja sama langsung dengan dokter.Ada Grooming juga, untuk grooming itu kita tempat nya jadi satu sama pet hotel ada ruangan tersendiri juga”.

Artinya: “Menjual beli makanan kucing, menjual berbagai kebutuhan kucing seperti shampoo, vitamin, menjual berbagai aksesoris kucing, menjual berbagai tempat makanan, tas, kandang kucing dan lainnya.Melayani Jasa penitipan kucing, terdapat hotel khusus penitipan dicabang petshop ini. Pada Pet hotel terdapat kamar-kamar tertentu sesuai biaya dan fasilitas yang dipilih customer. Ada kamar bisnis, ekonomi, dan ruang VIP kelas I/II. Jasa memberikan penanganan kepada kucing yang sakit infeksi, terkena virus dan untuk pemberian vaksin, suntik kutu untuk cukur bulu belum bisa dilakukan. Bekerja sama langsung dengan

⁸⁷ Wawancara dengan saudara FLG Di Palangka Raya (16 Agustus 2021).

dokter. Jasa Grooming untuk jasa grooming dilakukan di pet hotel pada ruangan khusus.”

Berdasarkan penjelasan diatas FLG menjelaskan kepada peneliti ragam bisnis yang disediakan oleh Petshop ini sangat beragam seperti Petshop lainnya. Dengan ragamnya bisnis Petshop dan semakin banyaknya Petshop akan membuat seseorang menyukai hewan dan bertanggung jawab terhadap peliharaannya. Pada petshop ini terdapat perbedaan pada jasa penginapan yang mereka sediakan dengan penginapan yang petshop lain juga sediakan. Pada petshop milik saudara FLG terdapat ruangan-ruangan khusus yang disediakan sesuai kebutuhan dan budget yang dipilih oleh sipemilik hewan peliharaan.

Subjek 4

Nama : M⁸⁸

Nama Petshop : Lillo Cats Grooming

Lokasi penelitian : Jalan Mangga

Pertanyaan : Apa saja ragam bisnis kucing ras yang ada di petshop Ibu?

Beliau menjawab:

“ Kami disini fokusnya lebih ke grooming dan jasa lainnya aja sih mba, kalo untuk yang jual makanan itu cuman ya sekedar saja tapi tetap makanan yang kami jual yang berkualitas. Kami juga melayani penitipan kucing, pengobatan kucing yang sakit, terkena virus atau kutu. Untuk yang menangani penyakitnya langsung dokter hewan. Bedanya di tempat kami itu Grooming nya macam-macam ada daily grooming, VIP grooming, Grooming kering, dan ada extra service”.

Artinya: “Petshop kami lebih berfokus pada bisnis jasa. Akan tetapi, kami juga menjual makanan yang berkualitas untuk kucing. Kami juga melayani penitipan kucing. Memberikan penanganan kepada kucing yang sakit,

⁸⁸ Wawancara dengan ibu M Di Palangka raya (1 Agustus 2021).

misalnya terkena kutu atau terjangkit virus. Petshop ini memiliki pelayanan grooming yang beragam antara lain, daily grooming, VIP grooming, grooming kering dan extra service”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu M, beliau menjelaskan bahwa petshop miliknya berbeda dengan Petshop lainnya, Petshop yang satu ini lebih berfokus pada bisnis jasa namun tetap menjual sesuai kebutuhan kucing. Akan tetapi mereka juga menyediakan jasa lain seperti jasa kesehatan yang juga disediakan oleh ketiga petshop yang lainnya.

c. Penyajian Data Dokumentasi

Salah satu teknik yang telah digunakan dalam mengumpulkan data peneliti melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi dilakukan selama waktu penelitian berlangsung. Dokumentasi yang peneliti dapatkan berupa foto dokumentasi yaitu pamflet penjualan yang berisi ragam bisnis atau jasa yang mereka tawarkan di media sosial.

Pada gambar pamflet (terlampir) dari setiap *pet shop* yang mereka unggah di media sosial terlihat bahwa jasa yang mereka tawarkan secara garis besar memiliki kesamaan. Ada juga beberapa foto dokumentasi dari jasa yang ditawarkan *pet shop*.

3. Strategi Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya

a. Observasi

Untuk melihat serta mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh keempat pemilik petshop tersebut, maka peneliti melakukan observasi

menggunakan teknik observasi partisipan. Peneliti mengamati kegiatan tanpa terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Sedikit banyaknya peneliti sudah memiliki gambaran strategi apa yang dilakukan oleh para pemilik petshop tersebut.

Dari observasi yang telah peneliti lakukan pada keempat petshop tersebut, terdapat kesamaan dan hal menarik. Kesamaan dari keempat pemilik tersebut ialah pada strategi promosi disosial media dan selalu berusaha mempertahankan kualitas dari pelayanan mereka. Ada hal menarik yang peneliti temukan pada petshop milik saudari FLG. Petshop milik saudari FLG selalu menawarkan benda atau kebutuhan jasa lainnya ketika customer hanya membeli satu barang atau hanya ingin melakukan satu pelayanan jasa saja. Setiap customer yang mereka tawarkan seperti itu peneliti melihat bahwa customerpun menjadi tertarik dan langsung memilih benda lain.

Pada Ayuna *pet shop* mereka rutin membagikan kegiatan bisnisnya sehari-hari melalui *story* Whatsapp, facebook dan grup pecinta kucing kota Palangka Raya. Tidak hanya membagikan kegiatan bisnisnya, ayuna *pet shop* juga membagikan foto dan video hewan peliharaan miliknya. Itulah strategi promosi yang dilakukan oleh ayuna petshop setiap harinya

Pada Fy *pet shop* milik bapak FN mereka memiliki harga yang berbeda jauh lebih murah dibandingkan *pet shop* lain. sehingga harga ini lah yang membuat pelanggan tertarik. Mereka juga memberikan diskon atau potongan harga kepada pembeli yang membeli banyak sekaligus.

Pada petshop milik ibu M, peneliti menemukan keunikan dimana jasa grooming yang mereka tawarkan berbeda dari pada petshop lainnya. Ibu M memiliki banyak pilihan jasa grooming agar memudahkan customer dalam menentukan pilihannya sesuai kebutuhan dan *budget* yang mereka miliki. Banyaknya pilihan yang ditawarkan seperti gambar (terlampir) yang ada di pamflet membuat pelanggan tertarik. Selain itu Lilo Cat Grooming ini tidak berpatokan dengan harga pasaran orang lain. Karena mereka menetapkan harga sesuai kualitas dan karena mereka memiliki sertifikasi khusus.

b. Wawancara

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai apa saja strategi bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya. Peneliti melakukan wawancara dengan subjek pertama A, subjek kedua FN, subjek ketiga FLG, dan subjek keempat M. Keempatnya merupakan pemilik bisnis kucing ras/ Petshop yang ada di Kota Palangka Raya. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti kepada subjek pertama yaitu:

Subjek 1

Nama : A⁸⁹,

Nama Petshop : Ayuna Petshop

Lokasi penelitian : Jalan Anggrek

Pertanyaan : Strategi apa yang ibu lakukan dalam mengembangkan dan menjaga bisnis kucing ras ini?

⁸⁹ Wawancara dengan A di Palangka Raya, 09 Juli 2021

Beliau menjawab:

“Yang paling penting ya mba kita harus menjaga kualitas, kalo kita sih ya tetap mengutamakan kualitas dibanding harus mengejar kuantitas. Kaya grooming itu kita usahain kasih pelayanan terbaik, tetap kasih tarif yang terjangkau sesuai harga standar petshop yang kita tau ajasih. Kita juga bergabung di grup-grup komunitas kucing gitu untuk nambah teman yang pasti pecinta kucing juga. Kita juga promosi nya itu ya paling bikin status di facebook gitu, posting foto-foto kegiatan usaha kita. Kita bikin juga sih biasanya di whatsapp cuman kan kalo di whatsapp jangkauan nya lebih sedikit. Untuk di facebook kan jangkauannya luas jadi ya biar lebih banyak juga yang tau usaha kita biar menarik pelanggan juga”.

Artinya: “Menjaga kualitas dari berbagai jasa yang di tawarkan. misalnya dalam jasa grooming, Pemilik berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer, akan tetapi dengan memberikan harga yang masih standar petshop lainnya. Menggunakan Bahan-bahan perawatan kucing ras yang berkualitas, agar terus menjaga kepercayaan customer. Bergabung dengan beberapa komunitas pecinta kucing untuk menambah teman sesama pecinta kucing. Melakukan Promosi atau iklan melalui facebook, whatsapp, dan orang-orang terdekat agar Ayuna Petshop semakin di kenal oleh orang banyak terutama pecinta kucing. Tujuan promosi di media online yaitu agar Ayuna Petshop semakin banyak di jangkau orang, tidak hanya dalam kota Palangkaraya, tetapi juga dari luarkota Palangkaraya sehingga dapat mengenal lalu tertarik untuk mengadopsi kucing ras atau menggunakan jasa karena melihat iklan dari media online.”

Berdasarkan penjelasan diatas A menjelaskan kepada peneliti bahwa strategi yang ia lakukan untuk menjaga bisnis ini adalah, menjaga kualitas dari berbagai jasa yang ditawarkan oleh Ayuna Petshop termasuk salah satu strategi bisnis mereka. Menurut peneliti, apabila mereka komitmen terhadap strategi tersebut, tentu A Petshop akan semakin banyak konsumennya terutama di kalangan pecinta kucing.

Subjek 2

Nama : FN⁹⁰
Nama petshop : Fy Petshop
Lokasi Penelitian : Jalan Antang kalang dan Jalan Rajawali
Pertanyaan : Strategi apa yang bapak lakukan dalam
mengembangkan dan menjaga bisnis kucing ras ini?

Beliau menjawab:

“ Kalo kami yang paling penting pelayanan jasa dan pelayanan ditokoni harus tetap baik. Harus melayani pembeli atau orang yang sekedar betaken dengan ramah. Semisal ada orang yang sudah belangganan inya nukar banyak kami potong harganya sedikit, jadi banyak yang bebulik lagi kesini. Terus melengkapi jualan di petshop ni biar orang sekalian belanja kada mencari kelain lagi. Sesambilan ai pang jua kami promosi di facebook instagram dengan wa. Bila ada testimoni orang yang belanja atau menggunakan jasa kami posting jua di facebook dan wa. Supaya orang melihat jua penilaian orang lain tadi.

Artinya: “Pada petshop ini ada beberapa strategi yang kami lakukan yaitu: Menjaga kualitas dari jasa atau pelayanan dari Fy Petshop untuk terus memberikan pelayanan terbaik. Melengkapi produk dan aksesoris di petshop ini sehingga pembeli bisa membeli sekaligus barang lainnya yang dibutuhkan. Melayani pembeli dengan ramah dan juga memberi potongan harga atau diskon ketika ada pembeli yang membeli dalam jumlah banyak. Melakukan promosi atau iklan rutin di media sosial seperti facebook dan whatsapp. Memberikan bukti atau testimoni bahwa pelayanan memuaskan dengan cara memposting testimoni yang diberikan pelanggan”.

Berdasarkan penjelasan diatas FN menjelaskan kepada peneliti bahwa strategi yang ia lakukan untuk menjaga bisnis ini adalah dengan menambahkan dan melengkapi bahan makanan, kebersihan, kesehatan dan aksesoris pada Petshop Fy, akan memudahkan konsumen dalam hal belanja keperluan kucing mereka. Selain itu, promosi yang dilakukan di media

⁹⁰ Wawancara dengan FN Di Palangka Raya 07 Juli 2021.

sosial merupakan ide yang bagus sebab internet adalah promosi paling cepat yang bisa dilakukan.

Subjek 3

Nama : FLG⁹¹
Nama Petshop : Sisinga Petshop
Lokasi Penelitian : Jalan Seth Adji dan Jalan Sisingamangaraja
Pertanyaan : Strategi apa yang saudara lakukan dalam mengembangkan dan menjaga bisnis kucing ras ini?

Beliau menjawab:

“ Yang Pertama harus menjaga kualitas dari berbagai jasa, berusaha memberikan pelayanan yang terbaik Melengkapi barang-barang yang dijual. Harus melayani pembeli dengan ramah karena kan pembeli adalah raja dan menawarkan pembeli untuk membeli barang lain. Misalnya kalo ada orang beli makanan, saya akan menawarkan beli sampo atau pasir nya sekalian kak. Melakukan promosi rutin di media sosial facebook, whatsapp dan Instagram. Membagikan berbagai kegiatan jasa di media sosial agar orang-orang tertarik juga. kalo saya sih ya nggak mau berpatokan dengan harga orang menetapkan harga sesuai standart saya”.

Artinya: “Menjaga kualitas dari berbagai jasa yang di tawarkan oleh Sisinga Petshop dan memberikan pelayanan yang terbaik dengan melengkapi barang yang dijual dipetshop. Melayani pembeli dengan ramah dan menawarkan pembeli untuk membeli barang atau kebutuhan lain. Melakukan promosi rutin di media sosial facebook, whatsapp dan Instagram. Membagikan kegiatan bisnis jasa di media sosial. Tidak berpatokan dengan harga di pasaran dan menetapkan harga sesuai standar dan kualitas dari Sisinga Petshop”.

Berdasarkan penjelasan diatas FLG menjelaskan kepada peneliti, salah satu hal dalam menjalankan bisnis agar dikenal konsumen adalah

⁹¹ Wawancara dengan saudara FLG Di Palangka Raya (16 Agustus 2021).

dengan bersikap ramah terhadap konsumen karena hal yang disukai konsumen ketika berbelanja adalah sikap pegawai yang ramah.

Subjek 4

Nama : M⁹²

Nama Petshop : Lillo Cats Grooming

Lokasi penelitian : Jalan Mangga

Pertanyaan :Strategi apa yang ibu lakukan dalam mengembangkan dan menjaga bisnis kucing ras ini?

Beliau menjawab:

“Kalo saya sih ya paling penting harus menjaga kualitas. Saya nggak berpatokan harga mau mahal dari tempat lain juga nggak papa, yang terpenting kualitas pelayanan jasa saya terjaga. Di kota Palangka Raya ini pun setahu saya cuman ditempat saya yang buka petshop sudah terlatih dan benar-benar ikut pelatihan untuk membuka petshop. Jadi customer pasti bisa menilai. Saya juga mengadakan event-event lomba kontes kucing, bekerja sama dengan petshop lain. Saya juga rutin membuat status membagikan testimony dan kegiatan di petshop ini melalui media sosial.”

Artinya: “Tetap menjaga kualitas dibanding kuantitas. Kami satu-satunya yang memiliki sertifikat atau lisensi dalam membuka bisni petshop di Kota Palangka Raya. Selalu membagikan testimoni pelanggan mengenai kepuasan terhadap petshop ini. Membagikan aktivitas bisnis ini di berbagai media sosial”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu M, beliau menjelaskan sertifikat atau lisensi yang dimiliki Petshop tersebut menjadikannya lebih dipercaya oleh konsumen karena sudah miliki bukti resmi dalam membuka bisnis Petshop di Kota Palangka Raya. Beliau lebih berfokus pada kualitas dibandingkan kuantitas. Hal tersebut membuat beliau tidak ambil pusing

⁹² Wawancara dengan ibu M Di Palangka raya (1 Agustus 2021).

untuk mengikuti harga paasaran orang lain. Karena, menurut beliau kualitas jauh lebih penting dibandingkan harga.

c. Penyajian Data Dokumentasi

Salah satu tektik yang telah digunakan dalam mengumpulkan data peneliti melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi dilakukan selama waktu penelitian berlangsung. Dokumentasi yang peneliti dapatkan berupa foto saat melakukan wawancara dengan subjek dan beberapa gambar promosi yang mereka lakukan disosial media, serta foto testimoni (terlampir) yang mereka unggah disosial media untuk menarik minat calon customer menggunakan jasa atau membeli kebutuhan hewan peliharaan pada petshop mereka.

Selain itu pada Lilo Cat Grooming ini mereka sudah memiliki lisensi atau sertifikat pelatihan (terlampir) yang mereka ikuti sebelum membuka bisnis *pet shop* tersebut. Hal tersebut juga menjadi salah satu strategi mereka untuk bersaing.

4. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Praktik Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya

a. Observasi

Untuk melihat serta mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kucing ras dikota Palangka Raya, maka peneliti melakukan observasi menggunakan teknik observasi partisipan.

Peneliti mengamati kegiatan tanpa terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian.

Dari observasi yang telah peneliti lakukan pada keempat *pet shop* tersebut, bahwa transaksi jual beli dan transaksi yang mereka lakukan berdasarkan persetujuan kedua belah pihak. Pihak pengguna jasa juga melakukan transaksi tersebut tanpa adanya paksaan, serta melakukan transaksi tersebut secara sadar. Pemilik petshop pun berlaku demikian, tidak memaksa dan hanya menawarkan jasa tersebut.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan kegiatan jasa yang dilakukan para pebisnis *pet shop* ini menerima bayaran sesuai dengan pelayanan yang mereka berikan dan uang yang didapat tadi akan digunakan kembali untuk merawat kucing yang juga mereka pelihara, serta untuk membeli keperluan jasa yang lain. Sehingga upah atau biaya dari kegiatan jasa tersebut sesuai dengan syariat Islam. Karena dalam kegiatan jasa tersebut sipemilik jasa sudah menjelaskan terlebih dahulu proses dan biayanya.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan kepada salah satu konsumen yang melakukan jasa pacak dan jasa grooming mereka sudah diberikan penjelasan sebelum membayar atau melakukan transaksi.

b. Wawancara

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap bisnis kucing ras di Kota

Palangka Raya. Peneliti melakukan wawancara dengan satu orang informan tambahan bernama M. Noor Sayuti, M.E, selaku dosen fiqh muamalah peneliti.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada informan tambahan seorang konsumen dari salah satu *pet shop*. Konsumen ini sudah sering pergi kebeberapa *pet shop* sebelumnya untuk melakukan perawatan dan jasa lainnya.

Informan tambahan 1

Nama : M. Noor Sayuti, M.E

Pertanyaan : Bagaimana pandangan ekonomi Islam mengenai praktik bisnis kucing ras di kota Palangka Raya ini?

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak Sayuti, bertanya Bagaimana pandangan ekonomi Islam mengenai praktik bisnis kucing ras di kota Palangka Raya ini? Beliau menjawab:

“Yang terpenting dalam menjalankan bisnis tersebut tidak mengandung tiga unsur yaitu, Maysir, Riba dan Gharar. Riba adalah bisnis tersebut tidak melakukan pengambilan tambahan baik dalam transaksi jualbeli ataupun jasa tersebut. Selanjutnya Gharar yang berarti ketidakpastian yang terjadi pada barang, harga, waktu dan kualitas yang dijanjikan. Kemudian maysir yaitu taruhan. Bisnis yang dijalankan juga harus sesuai dengan syarat jual beli dalam Islam syaratnya harus berakal, baligh, tidak berdasarkan paksaan, benda yang di jual belikan harus suci, ada manfaatnya.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Sayuti selaku informan tambahan, beliau menjelaskan kepada peneliti bahwa selama bisnis yang dijalankan terbebas dari tiga unsur yaitu riba, maysir dan gharar

dan sudah memenuhi syarat dalam jual beli maka bisnis tersebut layak untuk dijalankan.

Informan tambahan 2

Nama : AN

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Sebagai : Pengguna jasa

Pertanyaan : a. Saat ibu melakukan transaksi jasa grooming dan pacak (mengawinkan kucing) apakah ibu melakukannya secara sadar?

b. Apakah dijelaskan diawal bagaimana proses jasanya yang ibu inginkan? dan apakah ibu sudah menyetujui segala yang dijelaskan pemilik *pet shop*?

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada ibu An, Beliau menjawab:

“ Iya aku gunain jasa secara sadar atas kehendak ku sendiri nggak ada yang maksa ya, karena emang aku lagi perlu jasa itu. Aku sudah sering juga kebeberapa petshop lain yang ada di Palangka Raya ini buat bandingin mana yang bagus dan juga coba-coba karena lihat promosi-promosi di facebook. Iya, saat mau melakukan grooming, pacak atau mau adopsi mereka selalu menjelaskan apa saja yang saya dapat, kalo pacak nya gagal mereka juga menjelaskan ada garansi percobaan lagi tapi kalo tetap tidak bisa saya cuman bayar biaya penginapan nya aja. Begitu juga kalo mau suntik vaksin mereka yang punya petshop selalu bilang kesaya mereka meminta biaya tambahan diluar harga obat sebagai biaya jasa.”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu AN dapat disimpulkan bahwa proses transaksi yang dilakukan dilakukan secara sadar dan tanpa

⁹³ Wawancara dengan Ibu AN (29 Juli 2021)

adanya paksaan. Pihak *pet shop* juga tidak melakukan tindakan penipuan dan tidak ada unsur riba didalamnya. Karena pihak *pet shop* menjelaskan terlebih dahulu segala prosesnya dan menjelaskan biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen. Tindakan itu memang benar harus dilakukan agar tidak terjadi kesalah pahaman di kemudian hari, sehingga konsumen pun merasa nyaman.

c. Penyajian Data Dokumentasi

Salah satu tektik yang telah digunakan dalam mengumpulkan data peneliti melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi dilakukan selama waktu penelitian berlangsung. Dokumentasi yang peneliti dapatkan berupa foto saat melakukan wawancara dengan informan tambahan. Bahwa jasa yang mereka lakukan sudah sesuai dengan syarat sah jual beli dalam Islam.

Terdapat foto dokumentasi dengan ibu AN selaku pemilik kucing yang ada di dokumentasi (terlampir) Ibu AN memiliki 4 ekor kucing ras yang memilik jenis berbeda, sehingga beliau akan selalu memerlukan bantuan dari *pet shop* untuk memenuhi semua kebutuhan dari hewan peliharaannya.

C. Analisis Hasil Penelitian

Peneliti menganalisis hasil penelitian dengan cara membahas dan mengkaji sesuai dengan empat rumusan masalah, yaitu Prospek bisnis kucing ras

di Kota Palangka Raya, Ragam Bisnis Kucing Ras di kota Palangka Raya, Strategi bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya dan Pandangan Ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya. Berikut hasil analisis yang dimaksud:

1. Prospek Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya

Prospek bisnis adalah gambaran umum tentang suatu usaha yang dijalani untuk masa yang akan datang. Keberhasilan dalam hal ini untung dan rugi dari suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar.

Suatu proyek/usaha diadakan dengan maksud akan mendapatkan keuntungan sehingga dalam setiap perencanaan proyek harus selalu dipertimbangkan apakah proyek yang dilaksanakan itu akan menguntungkan atau tidak. Secara umum untuk mengatakan suatu usaha akan berhasil atau tidak perlu terlebih dahulu diperhatikan usaha tersebut secara teknis (prosedur, teknologi, dan manajemen), ekonomis menguntungkan dan dari segi sosial, politis, dan keamanan dapat dipertanggung jawabkan⁹⁴

Menurut Huat T Chwee, bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti bahwa prospek bisnis kucing ras di kota Palangka Raya dapat dinyatakan sebagai

⁹⁴ Soesarsono Wijandi, *Pengantar Wiraswastaan*, Bandung : Sinar Baru, 2003, hlm. 12.

berikut: Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan narasumber pertama mengenai prospek bisnis kucing ras, ia mengatakan bahwa bisnis tersebut sangat menguntungkan yang berawal dari sekadar hobi namun ternyata peluang bisnisnya bagus. Meski pandemi, narasumber mengaku bahwa usahanya tidak terkendala akibat dari pandemi. Hal ini dibuktikan dengan pendapatan di masa pandemi yang dihasilkannya cukup signifikan. Itu sebabnya, narasumber ingin lebih memfokuskan usaha bisnis kucing ras agar bisa menjadi bisnis untuk pendapatan tetap.

Hal serupa ditemukan pada narasumber kedua yang juga mengatakan bahwa prospek bisnis kucing ras memiliki peluang penghasilan yang cukup baik. Seperti narasumber pertama yang mengatakan berawal dari hobi, narasumber kedua pun memulai bisnis kucing ras berdasarkan hobi yang kemudian menjadi penghasilan keluarga. Hebatnya, bisnis mereka sudah berdiri selama 4 tahun dan memiliki cabang. Ia juga menambahkan bahwa bisnis kucing ras jauh lebih menguntungkan daripada pekerjaan yang ia lakukan sebelumnya.

Hal tersebut diperkuat oleh jawaban dari narasumber ketiga yang mengungkapkan bahwa bisnis kucing ras sangat menjanjikan untuk dilakukan di masa depan meskipun semakin banyak yang belanja melalui online, akan tetapi jasa-jasa seperti ini hanya bisa didapatkan ketika si pemilik hewan dan pemilik jasa bertemu.

Selain berawal dari hobi ketiga narasumber di atas, narasumber keempat pun mengatakan hal demikian. Bahkan ia sangat menyukai kucing

dan memelihara sebanyak 30 kucing. Ia juga mengatakan bahwa penghasilan yang ia terima selama sebulan kurang lebih sepuluh juta rupiah sehingga ia berpikir bahwa prospek bisnis kucing ras tersebut sangat menjanjikan untuk terus dilakukan hingga tahun-tahun berikutnya.

Baik narasumber pertama, kedua, ketiga dan keempat menjadikan bisnis ini sebagai bisnis utama dan tanpa ada bisnis sampingan lainnya sebagai sumber penghasilan tetap ekonomi keluarga mereka. Mereka yang awalnya memiliki pekerjaan tetap lain memilih berhenti dari pekerjaannya untuk berfokus pada bisnis ini yang memiliki penghasilan lebih banyak dan karena pekerjaan ini dilakukan atas rasa suka.

Menurut peneliti, peningkatan tren pecinta kucing terjadi selama masa pandemi Covid-19. Salah satu alasannya karena banyak anak-anak yang bosan karena batasan aktivitas di luar rumah dan beberapa orang yang mengadopsi kucing diakibatkan melakukan pekerjaan di rumah. Memelihara kucing dapat menjadi salah satu cara orang tua untuk mengatasi kebosanan yang mendera anak-anak terlebih karena mereka juga hanya belajar daring di rumah.

2. Ragam Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya

Menurut peneliti, ragam bisnis adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh pebisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan berbagai macam/jenis/ragam dalam suatu produk yang ditawarkan.

Sedangkan ragam menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti “pola” atau “corak”.

Berdasarkan hasil observasi dengan narasumber pertama mengenai ragam bisnis kucing rasyang disediakan oleh Ayuna Petshop antara lain: melayani lepas adopsi, jual beli makanan kucing anjing, menjual berbagai kebutuhan kucing seperti shampoo dan vitamin. Narasumber pertama menambahkan bahwa lepas adopsi biasa dilakukan sejak kucing kecil minimal usia 3 bulan. Ayuna Petshop melayani jasa penitipan kucing baik yang sehat maupun yang sakit. Penitipan kucing yang sedang hamil hingga kucing tersebut melahirkan. Untuk kucing yang hamil sakit dan sehat dilakukan ruangan berbeda. Jasa memberikan penanganan kepada kucing yang sakit infeksi, terkena virus dan penyakit lainnya sehingga mereka juga bekerja sama langsung dengan dokter dan menyesuaikan jadwal dari dokter.

Lebih lanjut, narasumber pertama menambahkan jasa pacak (mengawinkan hewan), pada jasa ini ada garansi apabila tidak berhasil hanya membayar jasa penginapan saja karena kucing yang akan dikawinkan haruslah menginap di petshop. Kemudian ada jasa grooming. Jasa ini dilakukan dengan sistem antar jemput atau bisa grooming langsung dengan hewan dibawa langsung oleh pemilik ke petshop.

Hampir sama dengan narasumber pertama, narasumber kedua memiliki ragam bisnis kucing ras yang mereka jalani antara lain: melayani lepas adopsi, jual beli makanan kucing dan menjual berbagai kebutuhan kucing lainnya. Ia mengatakan bahwa lepas adopsi hanya akan dilakukan ketika kucing tersebut sudah siap untuk diadopsi, kucing yang dilepas adopsi sudah disuntik vaksin terlebih dahulu, untuk jenis-nya yaitu persia medium. Ragam lainnya

yaitu, melayani jasa penitipan kucing, untuk penitipan hanya dilakukan di cabang rajawali. Kemudian ada ragam memiliki jasa steril kucing. Jasa tersebut memberikan penanganan kepada kucing yang sakit infeksi, terkena virus dan untuk pemberian vaksin yang sudah bekerja sama langsung dengan dokter. Dan yang terakhir ada jasa grooming, yang diketahui sebagai tidak ada sistem antar jemput untuk jasa ini. Hal tersebut disebabkan karena terdapat 2 *petshop* customer bisa memilih kemana ingin mengantarkannya.

Tidak jauh berbeda seperti narasumber pertama dan kedua, narasumber ketiga memiliki ragam jenis yang serupa dalam menjalankan bisnis kucing ras antara lain seperti jual beli makanan kucing, menjual berbagai kebutuhan kucing seperti shampoo, vitamin, menjual berbagai aksesoris kucing, menjual berbagai tempat makanan, tas, kandang kucing dan lainnya. Kemudian ada ragam bisnis melayani jasa penitipan kucing, yang memiliki fasilitas seperti tersedianya hotel khusus penitipan dicabang *petshop* tersebut. Pada Pet hotel terdapat kamar-kamar tertentu sesuai biaya dan fasilitas yang dipilih oleh customer. Ada kamar bisnis, ekonomi, dan ruang VIP kelas I/II. Lalu terdapat jasa memberikan penanganan kepada kucing yang sakit infeksi, terkena virus dan untuk pemberian vaksin, suntik kutu untuk cukur bulu belum bisa dilakukan dan sudah bekerja sama langsung dengan dokter. Disusul oleh ragam bisnis jasa grooming untuk jasa grooming dilakukan di pet hotel pada ruangan khusus.

Ragam bisnis kucing ras pada narasumber keempat serupa dengan ketiga narasumber sebelumnya yang lebih berfokus pada bisnis jasa. Akan

tetapi, mereka juga menjual makanan yang berkualitas untuk kucing. Mereka juga melayani penitipan kucing serta memberikan penanganan kepada kucing yang sakit, misalnya terkena kutu atau terjangkit virus. Petshop tersebut memiliki pelayanan grooming yang beragam antara lain, daily grooming, VIP grooming, grooming kering dan extra service.

Peneliti menambahkan bahwa kucing adalah salah satu hewan peliharaan yang bisa menjadi teman yang disebabkan karena jenisnya yang beragam, lucu dan tidak berbahaya. Dengan memelihara kucing, seseorang bisa belajar untuk lebih bertanggung jawab. Selain itu, ragam bisnis kucing ras yang sudah ada, dapat membantu seseorang saat ingin memelihara kucing agar tetap terawat. Dari keempat pemilik bisnis ini memiliki ragam bisnis yang secara garis besar memiliki kesamaan.

3. Strategi Bisnis Kucing Ras di Kota Palangka Raya

Pemasaran dengan langkah yang tepat harus dilakukan oleh para pelaku usaha.⁹⁵ Peneliti mengatakan bahwa strategi yang diterapkan oleh para pelaku usaha harus dilakukan secara optimal agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat dengan memberikan keterangan yang jelas dan dapat dipercaya oleh konsumen.

Dalam penelitiannya, ia mengatakan bahwa strategi pemasaran yang ia gunakan di tengah pandemic Covid-19 yaitu dengan menggunakan media sosial antara lain seperti facebook, instagram, whatsapp, telegram serta tergabung dalam usaha online lainnya seperti shopee. Hal ini disebabkan karena strategi pemasaran

⁹⁵ Maskarto Luckt Nara Rosmadi (2021) "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19" *Jurnal IKRA-ITH Ekonomikahal* 1-6

produk dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui internet dan sosial media merupakan strategi yang tepat untuk memasarkan hasil produk tanpa batas dengan tetap memperhatikan neraca keuangan.

Berdasarkan hasil observasi dengan narasumber pertama mengenai strategi bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya, ia mengatakan bahwa strategi yang dilakukannya antara lain: menjaga kualitas dari berbagai jasa yang ditawarkan misalnya dalam jasa grooming. Untuk itu ia mengungkapkan bahwa pemilik berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer, dengan tetap memberikan harga yang masih standar petshop lainnya. Kemudian, mereka menggunakan bahan-bahan perawatan kucing ras yang berkualitas untuk terus menjaga kepercayaan customer. Strategi lainnya yaitu, bergabung dengan beberapa komunitas pecinta kucing untuk menambah teman sesama pecinta kucing. Selain itu, melakukan Promosi atau iklan melalui facebook, whatsapp, dan orang-orang terdekat agar A Petshop semakin di kenal oleh orang banyak terutama pecinta kucing. Tujuan promosi di media online yaitu agar A Petshop semakin banyak di jangkau orang, tidak hanya dalam kota PalangkaRaya, namun juga dari luarkota Palangka Raya sehingga dapat mengenal lalu tertarik untuk mengadopsi kucing ras atau menggunakan jasa karena melihat iklan dari media online.

Sedikit berbeda dengan jawaban narasumber pertama, narasumber kedua mengatakan bahwa strategi bisnis kucing ras mereka yaitu menjaga kualitas dari jasa atau pelayanan F Petshop untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik. Melengkapi produk dan aksesoris di petshop sehingga pembeli bisa membeli

sekaligus barang lainnya yang dibutuhkan. Di samping itu, melayani pembeli dengan ramah dan juga memberi potongan harga atau diskon ketika ada pembeli yang membeli dalam jumlah banyak adalah strategi yang mereka keluarkan. Strategi lainnya yaitu melakukan promosi atau iklan rutin di media sosial seperti facebook dan whatsapp serta memberikan bukti atau testimoni bahwa pelayanan memuaskan dengan cara memposting testimoni yang diberikan pelanggan tersebut.

Seperti kedua narasumber lainnya, narasumber ketiga mengatakan hal yang serupa dalam menjalankan strategi bisnis kucing mereka yaitu menjaga kualitas dari berbagai jasa yang di tawarkan S Petshop dan memberikan pelayanan yang terbaik dengan melengkapi barang yang dijual dipetshop. Di samping itu, perlu melayani pembeli dengan ramah dan menawarkan pembeli untuk membeli barang atau kebutuhan lain adalah strategi pelaku usaha. Dan strategi yang paling baik adalah melakukan promosi rutin di media sosial facebook, whatsapp dan Instagram. Serta membagikan kegiatan atau aktivitas bisnis jasa di media sosial. Yang uniknya, S Petshop tidak berpatok dengan harga di pasaran namun ia menetapkan harga sesuai standar dan kualitas dari S Petshop sendiri.

Menurut peneliti, narasumber keempat adalah narasumber yang memiliki strategi bisnis paling baik agar dipercaya oleh konsumen yaitu mereka satu-satunya Petshop yang memiliki sertifikat atau lisensi dalam membuka bisnis petshop di Kota Palangka Raya. Strategi lainnya yaitu selalu membagikan testimoni pelanggan mengenai kepuasan terhadap petshop dan membagikan aktivitas bisnis tersebut di berbagai media sosial.

Strategi yang diterapkan oleh keempat narasumber ini antara lain, strategi promosi, strategi harga, penentuan pasar sasaran, dan segmentasi pasar. Semua pemilik bisnis *pet shop* ini rutin membagikan kegiatan bisnisnya di media sosial sebagai salah satu strategi promosi mereka. Pada narasumber pertama yaitu Ayuna *pet shop* mereka rutin membagikan kegiatan bisnisnya sehari-hari melalui *story* Whatsapp, facebook dan grup pecinta kucing kota Palangka Raya. Tidak hanya membagikan kegiatan bisnisnya, ayuna *pet shop* juga membagikan foto dan video hewan peliharaan miliknya. Itulah strategi promosi yang dilakukan oleh ayuna petshop setiap harinya. Strategi harga dari pemilik *pet shop* ini ialah menetapkan harga sesuai kualitas pelayanan yang mereka berikan.

Pada narasumber kedua pemilik Fy Petshop ini juga rutin membagikan kegiatan bisnis nya di berbagai media sosial sebagai salah satu strategi promosi. Fy petshop ini memiliki strategi penetapan harga yang menarik dimana mereka tidak mengambil keuntungan yang begitu banyak, bahkan mereka selalu memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sering membeli banyak barang.

Pada narasumber ketiga Sisinga petshop, *pet shop* ini lebih aktif membagikan postingan mengenai barang-barang yang dijual dibandingkan membagikan kegiatan jasanya. Pada penetapan harga *pet shop* ini juga sama seperti Ayuna petshop, tidak melihat pada harga orang lain tetapi fokus pada kualitas.

Tanpa promosi mustahil konsumen dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan, oleh sebab itulah promosi adalah sarana yang paling efektif

dalam mencari serta mempertahankan konsumen yang sudah ada. Salah satu tujuan dari promosi yaitu memperkenalkan atau mempromosikan segala macam produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon pembeli / konsumen.

Dengan demikian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi bisnis yang tepat selain dapat mempertahankan kelangsungan suatu usaha juga dapat memperluas jaringan pemasaran yang akan berdampak positif bagi pertumbuhan dan perkembangan usaha di masa yang akan datang.

4. Pandangan Ekonomi Islam terhadap praktik bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya

Hewan peliharaan adalah hewan yang dipelihara untuk menjadi sahabat manusia atau memberi kesenangan kepada manusia, dalam hal ini misalnya kucing. Tujuan pemeliharaannya pun berbeda dengan tujuan pemeliharaan hewan untuk ternak, hewan percobaan di laboratorium, hewan untuk dipekerjakan atau hewan olahraga, yang dipelihara lebih karena alasan-alasan ekonomi.

Untuk memperoleh hewan peliharaan, seseorang tidak jarang mendapatkannya dengan jalan membeli dari pedagang/penjual hewan yang ada di pasar-pasar hewan ataupun petshop-petshop yang ada di tempat perbelanjaan di kota-kota besar. Hasil dari penjualan kucing dilarang atau haram. Pendapat yang menyatakan haramnya jual beli kucing adalah madzhab zhahiri, yang berdasarkan pada hadis yang diriwayatkan oleh Abu

al-Zubair. Demikian disebutkan oleh Ibn Hazm⁹⁶. Ibn al-Qayyim juga berpendapat bahwa jual beli kucing hukumnya haram. Ia menyatakan Abu Hurairah berfatwa tentang haramnya jual beli kucing yang kemudian pendapat ini disepakati oleh Thawus, Mujahid, Jabir Ibn Zayd dan ulama madzhab zhahiri serta salah satu dari riwayat Ahmad ibn Hanbal. Dasarnya adalah kesahihan hadis tentang larangan jual beli kucing⁹⁷.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian lainnya⁹⁸ mengenai praktik jual beli kucing ras di Pasar Sukahaji Bandung yang telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam hukum islam. Dari sisi penjual dan pembeli sudah Baligh dan berakal sehat, dari sisi objek yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat jual beli binatang yang diperbolehkan dalam islam. Sighatnya juga telah terpenuhi oleh kedua belah pihak. Dari sisi nilai tukarnya, barang yang diperjualbelikan telah memiliki nilai tukar yang sepantasnya yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Bisnis jasa yang dilakukan di rasa sudah sesuai dengan syarat teori jual beli. Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, dimana pihak yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerima sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan secara *syara'* dan disepakati. Sesuai dengan ketetapan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lain yang ada kaitanya dengan jual beli,

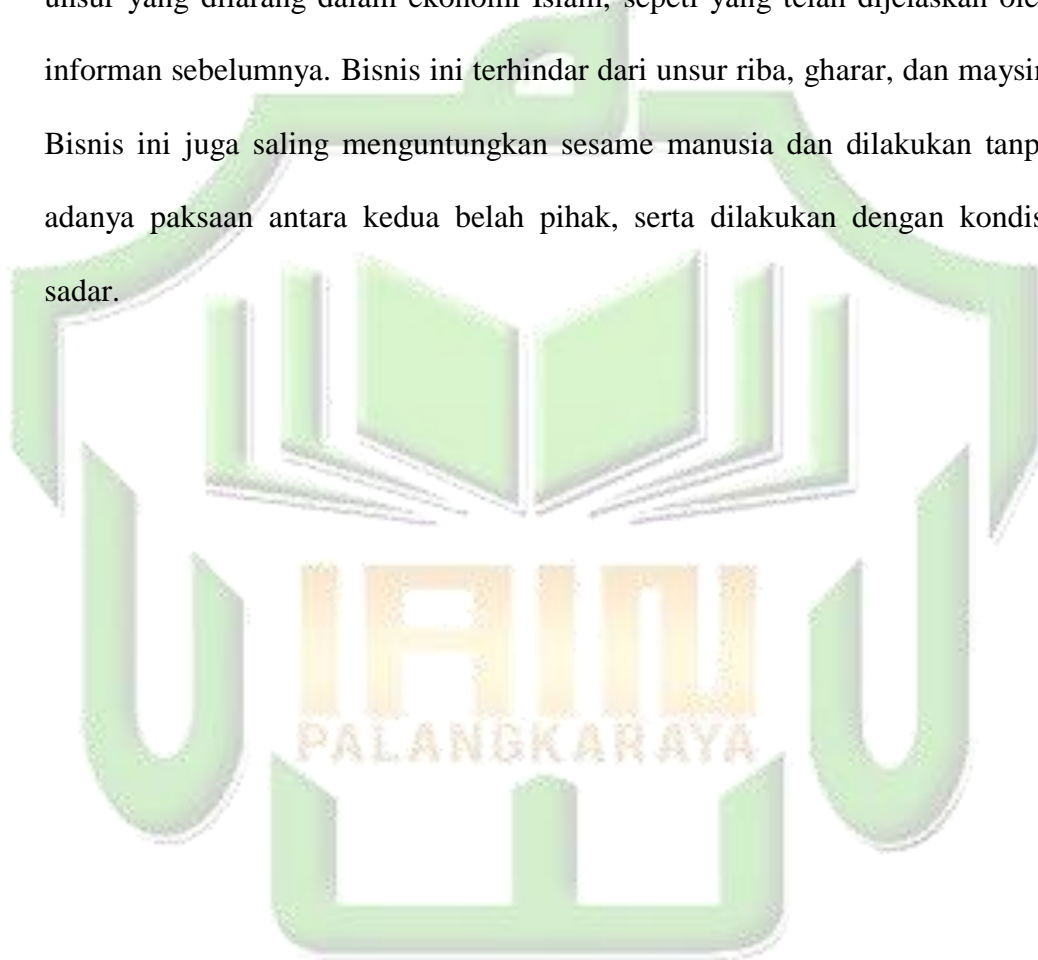
⁹⁶ Ibn Hazm al-Zhahiri, *al-Muhalla* Beirut: Dar al-Fikt, T.th., Vol 9, hlm 13.

⁹⁷ Ibn al-Qayyim al-Januziyah, *Zad al-Ma'ad*, Beirut: Dar al-Fikt, T.th., Vol 5, hlm 685

⁹⁸ Maulana Azis Sulton (2018) "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Kucing Ras" *Prosding Keuangan dan Perbankan Syariah* hal 155-160

sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara*’.⁹⁹

Berdasarkan penjelasan dari informan pertama dan informan kedua terdapat kesesuaian antara teori dan kegiatan dilapangan. Sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan karena sudah sesuai dengan syarat dan terhindar dari unsur yang dilarang dalam ekonomi Islam, seperti yang telah dijelaskan oleh informan sebelumnya. Bisnis ini terhindar dari unsur riba, gharar, dan maysir. Bisnis ini juga saling menguntungkan sesama manusia dan dilakukan tanpa adanya paksaan antara kedua belah pihak, serta dilakukan dengan kondisi sadar.



⁹⁹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 68-69.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Bisnis Kucing Ras Sebagai Mata Pencaharian di Kota Palangka Raya Menurut Pandangan Ekonomi Islam” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bisnis kucing ras di Kota Palangka Raya memiliki prospek yang sangat bagus dilihat dari perkembangannya tahun ketahun. Banyak masyarakat Kota Palangka Raya yang menjadi pecinta hewan. Para pecinta hewan ini akan selalu memerlukan petshop-petshop dengan berbagai pelayanan jasa dan yang menjual berbagai kebutuhan hewan mereka lainnya.
2. Petshop-Petshop yang ada menawarkan berbagai macam barang untuk diperjualbelikan. Tidak hanya menawarkan barang, petshop inipun menawarkan banyak jasa kepada para pelanggan. Secara garis besar jasa-jasa yang ditawarkanpun hampir sama antara petshop yang satu dan lainnya, yang membedakan hanya beberapa hal tertentu saja.
3. Strategi adalah hal paling penting yang harus disusun oleh para pemilik bisnis petshop agar usaha yang mereka jalankan terus berkembang. Semakin banyak petshop-petshop lain yang baru buka, petshop lama pun harus menyusun strategi lain agar tetap eksis dalam berbisnis. Setiap petshop memiliki strateginya masing-masing akan tetapi tujuannya sama yaitu untuk menarik konsumen.
4. Praktik bisnis kucing di Kota Palangka Raya telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam hukum Islam. Dari sisi penjual dan pembeli sudah

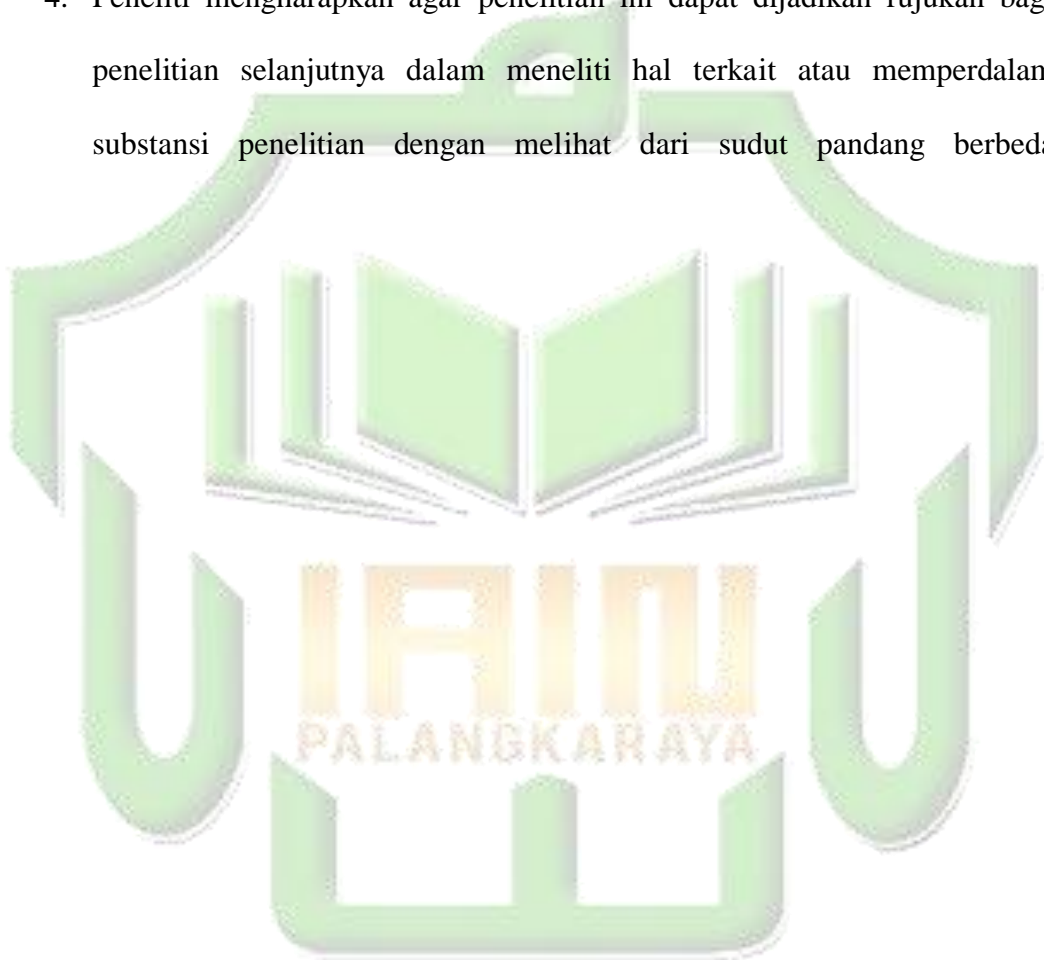
Baligh dan berakal sehat. Dari sisi objek yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat jual beli binatang yang diperbolehkan dalam Islam. Dari sisi nilai tukarnya, barang dan jasa yang diperjualbelikan telah memiliki nilai tukar yang sepantasnya yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Dilihat berdasarkan masalah terhadap objek bisnis kucing, kucing dapat dijadikan sebagai ladang bisnis yaitu dapat dijual kembali oleh pembeli ketika kucing sudah beranak. Sebab, kucing memiliki nilai jual yang tinggi. Bisnis kucing ras juga tidak mengandung unsur riba, gharar dan maysir.

B. Saran

Setelah menyelesaikan tugas akhir ini, peneliti mencoba mengemukakan saran-saran yang peneliti harap bisa bermanfaat bagi peneliti sendiri khususnya bagi Umat Islam umumnya. Saran-saran yang peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi konsumen agar dapat jujur terhadap kondisi hewan peliharaannya ketika ingin melakukan transaksi jasa kepada petshop. Saling menyetujui apa yang sudah disepakati bersama tanpa ada klaim dilain hari.
2. Peneliti berharap agar antara pembeli dan penjual tidak ada yang diragukan dan saling rela ketika melakukan jual beli/ transaksi jasa tersebut agar semuanya bisa berjalan dengan baik dan saling menguntungkan.

3. Pemilik petshop diharapkan dapat melakukan pengecekan terlebih dahulu pada kucing yang dititipkan, setiap ingin melakukan transaksi jasa penginapan. Pemilik petshop juga diharapkan dapat melakukan pencatatan keuangan agar memudahkan mengetahui jumlah pengeluaran dan pemasukan.
4. Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam meneliti hal terkait atau memperdalam substansi penelitian dengan melihat dari sudut pandang berbeda



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Afandi, Yazid. 2001. *Fiqh Muamalah*. Logung Pustaka. Jakarta.
- Aviva, Itsla Yunisva dan Akhmad Dakhoir. 2017. *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taimiyah)*. Surabaya: Laks Bang PRESSindo.
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Ilmu Sosial*. Kencana. Jakarta.
- Djuwaini, Dimyauddin. 2008. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Gema Insani. Yogyakarta.
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Gaya Media Pratama. Jakarta.
- Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah University Press. Surakarta.
- Hermanto. 2006. *Ilmu Usaha Tani*. Swadaya. Bogor.
- Hikmawati Fenti, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2017
- Misra, Isra, Ali Sadikin dan M. Sholeh Hudin.. 2020. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. K-Media. Yogyakarta.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Idri. 2017. *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Edisi Pertama. KENCANA. Jakarta.
- Ekonomi Pengembangan Islam, dan Pusat Pengkajian. 2011. *Ekonomi Islam*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Islam, Ekonomi Pengembangan, dan Pusat Pengkajian. 2009. *Ekonomi Islam*. Rajawali Pers. Jakarta.
- J. Setiadi, Nugroho. 2005. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media. Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Prenada Media. Jakarta.
- Khoiruddin, dan Madnasir. 2012. *Etika Bisnis dalam Islam*. Fakultas Syariah Raden Intan. Bandar Lampung.

- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 2003. Dasar-Dasar Pemasaran. PT. Indeks. Jakarta.
- Mardani. 2016. Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah). Kencana. Jakarta.
- MoleongLexy J. 2004. Metodologi Penelitian KualitatifPT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mulyana Dedd. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya.PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nurlailah. 2014. Manajemen Pemasaran. UIN Sunan Ampel Press. Surabaya.
- Nurmiati, Febrianti Dkk. 2020. Pengantar Bisnis Etika, Hukum dan Bisnis Internasional. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Riyadi, Abdul Kadir dan Ika Yunia. 2014. Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syariah. KENCANA. Jakarta.
- Saebani, Ahmad Beni, dan Afifuddin. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Pustaka Setia. Bandung.
- Sudaryono. 2015. Pengantar Bisnis. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta. Bandung.
- Suhendi, Hendi.(2014).Fiqh Muamalah. Edisi Revisi, Cetakan kesembilan, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sulaiman. 2010. Berbisnis Pembibitan Kucing. LILY PUBLISHER. Yogyakarta.
- Suma, M Amin. 2008. Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam. Kholam Publishing. Jakarta.
- Swastha, Basu. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Tanjung, Syahri dan Ahmad Izzan. 2006. Referensi Ekonomi Syariah: Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Wibowo, Sampurno. 2009. Pengantar Manajemen Bisnis. POLITEKNIK TELKOM. Bandung.
- Wijandi, Soesarsono. 2003. Pengantar Wiraswataan. Sinar Baru. Bandung.
- Yusanto, Ismail M. Dan M. Karabet Widjajakusuma. 2002. Menggagas Bisnis

Islami. Gema Insani Press. Jakarta.

B. Skripsi

Dwi Fitriani (2017), “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Sperma Kucing di Chopper pet shop kota Metro”.

Henda Destriani (2018), “jasa upah sewa perkawinan hewan ternak kambing persfektif hukum Islam (studi Kasus Di Sugihan Kampak Trenggalek)”.

Ratu Amie, Ariandhini. (2007). Semarang Pet Centre. Skripsi S1. Universitas Negeri. Semarang.

Siti Khoeriyah (2016), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. “Upah mengupah hewan pejantan dalam persfektif hukum Islam”.

Umi Fuziah (2014), “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Anak Kucing Ras dalam Masa Menyusui di Pasar Mingguan Gading Fajar II”.

C. Jurnal

Surahman, Maman, Maulana Azis Sulton, Neneng Nurhasanah. 2018. “Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Kucing Ras (Studi Kasus di Pasar Sukahaji Bandung)”. Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah. Vol.4, No.1.

Suwinarno Nadjamuddin. 2017. Informasi Penjualan, Pembelian Dan Jasa Grooming Pada Tera Petshop. Jurnal Teknologi dan Informasi UNIKOM. Vol. 1 No.8.

D. Internet

<https://aksaragama.com/bisnis/pengertian-lengkap-strategi-bisnis/>, diakses

tanggal 13 mei 2021

“Pacak” (On-line), di : <https://aboutkucing.blogspot.co.id>, (20 Maret 2021)

<https://www.kompasiana.com/romihanafi5447/5f3cf0a4bfc18e186511ad02/perbedaan-jenis-ciri-ciri-kucing-domestik-ras-asli-dan-mixdome?page=2> akses pada 20 Maret 2021.

