BAB II

PEMBERDAYAAN KOMUNITAS MARGINAL

A. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan pada hakikatnya merupakan sebuah konsep yang fokusnya adalah kekuasaan. Pemberdayaan secara substansial merupakan proses memutus dari hubungan antara subjek dan objek. Proses ini mementingkan pengakuan subjek akan daya dan kemampuan yang dimiliki objek. Secara garus besar proses ini melihat pentingnya mengalirkan daya dari subjek ke objek. Samuel Paul menyatakan bahwa pemeberdayaan berarti pembagian kekuasaan yang adil sehingga meningkatkan kesadaran politis dan kekuasaan kelompok yang lemah serta memperbesar pengaruh mereka terhadap proses dan hasil pembangunan. Oleh karena itu pemeberdayaan sangat jauh dari konotasi ketergantungan.[6]

Pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan memandirikan diri mereka dari keterbelengguan/kesenjangan/ketidakberdayaan dengan memanfaatkan potensi yang ada. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa pemberdayaan tidak hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranata-pranatannya. Menurut Ginanjar Kartasasmirta, menyatakan bahwa upaya memberdayakan masyarakat marginal paling tidak harus dilakukan melalui tiga cara :[7]

- Pertama : mencipatakan suasana dan iklim yang memungkinkan potensi masyrakat untuk berkembang. Hakikat kemandirian dan keberdayaan rakyat

[6] Bagong Suyanto, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat,* (Ypgyakarta: L*k*iS Pelangi Aksara, 2005), hal. 169.
[7] M. Syamsul Huda, *Komunitas Urban Clean,* (Surabaya: LSAS, 2006), hal. 28-31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah keyakinan bahwa rakyat memiliki potensi untuk mengorganisir dirinya sendiri.

- Kedua : memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh rakyat dengan menerapkan langkah-langkah nyata, menampung berbagai masukan.
- Ketiga : memberdayakan rakyat dalam arti melindungi yang lemah dan membela kepentingan masyarakat lemah.

B. Teori Pemasaran

Pemasaran terdiri atas semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Pemasaran merupakan proses dimana struktur permintaan terhadap produk dan jasa diantisipasi atau diperluas dan dipuaskan melalui konsepsi, promosi, distribusi, dan pertukaran barang.[8] Terdapat beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya adalah :

1. Menurut Philip Kolter pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.
2. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

[8] Samsul Anam, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), hal. 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah suatu upaya yang dirancang secara sistematis dan manajerial untuk mengidentifikasi pasar, merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang atau jasa-jasa yang dapat memuaskan kenbutuhan konsumen.[9] Untuk lebih memahami dan mendalami pengertian pemasaran, perlu ditelaah istilah istilah berikut: *kebutuhan, keinginan, permintaan, produk, pertukaran.*[10]

1. *Kebutuhan,* Konsep paling dasar dalam pemasaran adalah kebutuhan manusia. Kebutuhan ini meliputi kebutuhan fisik seperti makan, minum, pakaian, temapat tinggal, kenghangatan, keamanan.
2. *Keinginan,* berasal dari kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang. Seperti, seorang yang lapar dijawa, menginginkan sepiring nasi dengan sayur pecel dan tempe atau daging. Sedangkan orang amerika, menginginkan hamburger dan kentang goreng untuk memenuhi laparnya.
3. *Permintaan,* manusia mempunyai keinginan yang hampir tidak terbatas, namun sumber-sumbernya terbatas. Mereka akan memilih produk yang akan memberikan kepuasan padanya sesuai dengan uang yang dimilikinya. Karena itu, keinginan mereka menjadi permintaan apabila didukung oleh daya beli.
4. *Produk,* kebutuhan, keinginan dan permintaan masyarakat memerlukan adanya produk untuk memuaskannya. Produk didefinisikan sebagai segala

[9] Nurlailah, *MANAJEMEN Pemasaran,* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), hal. 4-5
[10] Samsul Anam, dkk, *Manajemen Pemasaran,* hal. 6-10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar agar dikonsusmsi sehingga mungkin memuaskan seluruh keinginan dan kebutuhan. Konsep produk tidak hanya sebatas pada benda fisik, segala sesuatu yang memberi jasa yakni memenuhi kebutuhan bisa disebut sebuah produk.

5. *Pertukaran*, sebagai tindakan untuk memperoleh barang yang diinginkan dari seseorang dengan memberikan sesuatu sebagai gantinya. Misalnya seorang lapar, bisa berusaha mendapatkan makanan dengan cara berburu, memancing, mencuri, atau juga bisa dengan cara membeli, menukar dengan barang lain, atau jasa dengan cara bekerja.

Pertukaran dan produk merupakan konsep inti dari pemasaran, sebab setiap pemasaran akan terjadi proses pertukaran produk baik barang atau jasa. Bila ditinjau dari aspek berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu barang dan jasa.

a. Barang

Barang merupakan hasil atau keluaran berwujud fisik dari proses transformasi sumberdaya, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan mendapat perlakuan fisik lainnya.

b. Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, kursus, jasa telekomunikasi, transpotasi, dan lain-lain. Jasa dan barang sukar dibedakan, akan tetapi jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang diatwarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang padadasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.[11]

Salah satu perkembangan bidang industry yang sangaat penting dan menarik untuk diamati adalah pertumbuhan yang fenomenal inndustri dalam bidang jasa. Sebagai akibatdari kemakmuran yang meningkat, masyarakat memiliki lebih banyak waktu luang serta kecanggihan produk yang makin lebih baik, lebih cepat, lebih rama, tidak sekedar menerima produk fisik yang diharapkan.[12]

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan seorang konsumen untuk memilih sebuah pelayanan jasa, salah satunya dari aspek kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut :[13]

1. Keandalan : kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

---

[11] Fandi Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality service,* (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2005), hal. 22-24.
[12] Samsul Anam, dkk, *Manajemen Pemasaran,* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), hal. 151
[13] Suprant0, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan,* (Jakrta : PT INEKA CIPTA, 2001), hal. 231

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Keresponsifan : kemauan untyk membatu pelanggan dan memeberikan jasa dengan cepata atau ketanggapan.
3. Keyakinan : pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
4. Empati: Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
5. Berwujud: penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

Aspek lain yang harus diperhatikan bagi pelaku pelaksanaan jasa adalah, kepuasan pelanggan. Mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konumen merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Menurut Oliver (1980) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupaka fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan.[14]

Kepuasan pelanggan menurut Guiltinan merupakan kosekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.[15] Kepeuasan pelanggan yang dibentuk dari sudut pandang pelanggan ,

[14] *Ibid*, hal. 233-234
[15] Nurlailah, *MANAJEMEN Pemasaran*, hal. 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mampu memberikan nilai tambah terhadap kualitas yang ditawarkan. Beberapa factor yang mempengaruhi kepeuasan pelanggan sebagi berikut:[16]

1. Kualitas produk, pelanngan akan puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan. Seperti, sambutan yang ramah, senyuman, penggunaan Bahasa yang santun, dan lain-lain.
3. Emosional, pelanggan meras puas ketika seseorang memuji atau sekedar memberi rasa hormat.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi dengan harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

C. Teori Advokasi

Advokasi berasal dari kata *advocatus* dalam bahasa latin yang artinya membantu seseorang dalam perkara. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa istilah advokad atau advokat yaitu ahli hukum yang berwenang sebagai penasihat atau pembela perkara di pengadilan, dalam istilah lain disebut pengacara. Jadi dalam bahasa Indonesia advokasi adalah pembelaan, sokongan atau bantuan terhadap sesorang yang mempunyai permasalahan.[17]

---

[16] *Ibid*, hal.51-52

[17] Hadi Pratomo, *ADVOKASI : Konsep, Teknik dan Aplikasi di Bidang Kesehatan di Indonesia,* (Jakarta: PT Rajagrafindo Perkasa, 2015), Hal 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuan dan sasaran advokasi adalah terjadinya perubahan kebijakan publik. Dengan kata lain, advokasi sebenarnya hanyalah salah satu dari perangkat sekaligus proses – proses demokrasi yang dapat dilakukan oleh warga negara untuk mengawasi dan melindungi kepentingan mereka dalam kaitannnya dengan kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah. Sehingga advokasi hanyalah bertujuan mengubah, menyempurnakan atau bahkan membela suatu kebijakan publik tertentu.

Perbedaan advokasi dengan revolusi yakni kalau advokasi dilandaskan pada asumsi bahwa perubahan sistem dan struktur kemasyarakatan yang lebih luas dan menyeluruh dapat dilakukan melalui perubahan perubahan bertaraf maju dan semakin membaik dalam berbagai kebijakan pemerintah. Kalau revolusi bertujuan merebut kekuasaan politik, dan dengan menggunakan kekuasaan politik itu melakukan perubahan menyeluruh pada sistem dan struktur kemasyarakatan.[18]

Advokasi pada dasarnya adalah suatu tindakan yang digunakan untuk mengubah kebijakan, posisi atau program dari berbagai institusi maupun lembaga di tingkat lokal, provinsi, nasional dan internasional[19]. Ada empat teori advokasi yang dicetuskan oleh para ahli, yakni sebagai berikut[20]:

Hal pertama yang harus diingat dalam perumusan sasaran program advokasi adalah hakekat dan tujuan utama advokasi yakni sebagai upaya

[18] Roem Topatimasang, *Mengubah Kebijakan Publik*, hal 33.
[19] *Ibid*, hal. 36
[20] *Ibid*, hal. 36-54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengubah kebijakan publik sehingga rumusan sasarannya haru tetap mengacu pada tujuan.[21]

Advokasi merupakan gerakan yang menggunakan cara-cara bukan kekerasanyakni melalui jalur, wadah dan proses demokrasi perwakilan yang ada. Jadi, advokasi bukanlah revolusi fisik, apalagi perlawanan bersenjata. Karena itu, sasaran advokasi memang hanya tertuju atau terarah pada kebijakan publik, dengan asumsi bahwa perubahan yang terjadi pada satu kebijakan tertentu akan membawa dampak positif atau paling tidak sebagai titik awal dari perubahan–perubahan yang lebih besar secara bertahap maju.[22] Dalam advokasi terdapat dua macam strategi yakni :

1. **Strategi Proaktif**

   Yakni upaya yang dilakukan oleh kelompok advokator yang ditujukan untuk mempengaruhi kebijakan, perundangan, peraturan dan produk hukum lainnya disahkan secara hukum. Dalam konteks ini pejuang advokasi advokasi berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai informasi yang mendukung maupun yang menghambat sebelum kebijakan hukum diterbitkan oleh instansi yang berwenag (legislatif, eksekutif dan organisasi lain yang relevan). Advokasi yang proaktif disini disebutkan tiga strategi, yaitu lobi, rapat dengar pendapat dan kampanye[23].

---

[21] Sri Mastuti, Dian kartikasari, *Panduan Advokasi Anggaran,* Forum Indonesia untuk Transparasi Anggaran (FITRA) dan Koalisi Perempuan Indonesia (KPI), (Jakarta : 2001)
[22] Roem Topatimasang, *Mengubah Kebijakan Publik,* (Yogyakarta : INSISTPress, 2005), Hal 87.
[23] Hadi Pratomo *Advokasi : Konsep, Teknik dan Aplikasi*,.....Hal 64.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Lobi (*Lobbying*). Lobi adalah sebuah peran advokasi diamna pelaku advokasi terlibat langsung didalam sebagai seorang peserta yang langsung terlibat memengaruhi lahirnya kebijakan.

b. Dengar Pendapat (Rapat Dengar Pendapat/*Public Hearing*). Dengar pendapat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pertemuan yang diadakan untuk mendengarkan penjelasan atau pendapat seseorang yang berwenang mengenai pelaksanaan kegiatan dan sebagainya yang ada dalam batas tugas dan kewenangan misalnya anggota masyarakat, lembaga atau badan pemerintah[24].

   Jenis dengar pendapat ada dua kategori yaitu : *Pertama,* dengar pendapat pembuat kebijakan, yang bertujuan agar pembuat keputusan menyadari pentingnya isu yang perlu kebijakan atau ketidakefektivan dari suatu kebijakan yang telah digariskan sehingga perlu untuk menelaah kembali terhadap kebijakan yang ada. *Kedua,* dengar pendapat publik atau masyarakat, kegiatan ini ditujukan untuk mensosialisasikan gagasan pelaku advokasi dan menyerap pandangan masyarakat sekitar mengenai isu yang akan diadvokasikan.

c. Kampanye, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Indonesia Pusat Bahasa kampanye berarti: 1) gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi), 2) kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan di parlemen dan sebagainya untuk mendapat dukungan masa pemilih dalam pemugutan

[24] Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas), *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, edisi keempat, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2011), hal 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suara.[25] Menurut Mastuti dan Kartikasari kampanye adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam rangka mensosialisasikan wacana, ide, pandangan kita terhadap suatu kebijakan atau suatu kasus tertentu yang bertujuan untuk mendapat dukungan publik.[26]

2. Strategi Reaktif

Strategi reaktif adalah strategi dimana pekerja advokasi berupaya mengubah kebijakan setelah kebijakan, perundangan, peraturan dan sebagainya yang telah ditetapkan secara hukum[27]. Teknik yang digunakan dalam advokasi bentuk ini yaitu demonstrasi, boikot, revolusi, gugatan kelas (*class action*), hak gugat organisasi (*legal standing*) dan *judical review.* bentuk ini yaitu demonstrasi, boikot, revolusi, gugatan kelas (*class action*), hak gugat organisasi (*legal standing*) dan *judical review.*

D. Peningkatan Pendapatan dalam Perspektif Islam

Manusia adalah khalifah di muka bumi dan Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada manusia agar dimanfaatkan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama untuk mencapai tujuan yang suci. Allah memberikan petunjuk kepada manusia melalui para Rasul yang kemudian dilanjutkan oleh para Ulama. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia baik berupa aqidah, akhlak, muamalah maupun syariah.

---

[25] *Ibid*, hal.25

[26] Sri Mastuti, Dian Kartikasari, *Panduan Advokasi anggaran:Forum Indonesia Untuk Transparasi Anggaran (FITRA)dan Koalisi Perempuan Indonesia (KPI),* (Jakarta : 2001), hal 20.

[27] Hadi Pratomo, *Advokasi : Konsep, Teknik dan Aplikasi,*.....hal 94.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

وَٱلۡخَيۡلَ وَٱلۡبِغَالَ وَٱلۡحَمِيرَ لِتَرۡكَبُوهَا وَزِينَةٗۚ وَيَخۡلُقُ مَا لَا تَعۡلَمُونَ ٨

Artinya: "dan (dia telah menciptakan) kuda, bagal dan keledai, agar kamu menungganginya dan (menjadikannya) perhiasan. dan Allah menciptakan apa yang kamu tidak mengetahuinya." (Q.S. an-Nahl: 8)[28]

Jenis hewan lain yang diciptakan oleh Allah Swt. buat hamba-hamba-Nya sebagai anugerah-Nya buat mereka ialah kuda, bagal, dan keledai yang dapat dipergunakan untuk kendaraan dan perhiasan. Itulah kegunaan hewan-hewan tersebut yang paling menonjol. Mengingat ketiga jenis hewan ini dipisahkan penyebutannya dari hewan ternak, maka ada sebagian ulama yang dengan berdalilkan ayat ini mengatakan bahwa daging kuda hukumnya haram. Dalam terjemahan ayat diatas dikatakan bahwsanya *Allah menciptakan apa yang kalian tidak mengetahuinya.* Dengan berjalannya zaman yang semakin berkembang, alat transportasi pun semakin canggih salah satunya angkutan umum.[29]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (Q.S. al-Baqarah:168)[30]

Dari penjelasan ayat diatas, bahwasanya tiada sembahan yang hak kecuali Dia dan bahwasanya Dia sendiri yang menciptakan, Dipa pun menjelaskan bahwa Dia maha pemberi rezeki bagi seluruh makhluk-nya. Dalam hal pemberian nikmat, Dia menyebutkan bahwa Dia telah membolehkan manusia untuk

[28] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Sari Agung: Jakarta, 2002), hal. 268.
[29] Salim Bahreisy dan Sahid Bahreisy, *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir Jilid IV*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1988), hal. 109.
[30] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, hal. 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memakan segala segala yangada di muka bumi, yaitu makanan yang halal dan baik, dari pekerjaan yang halal[31]. Sesungguhnya setiap harta yang dianugerahkan oleh Allah kepada hambanya adalah halal bagi meraka.

Manusia sebagai makhluk sosial yang bermoral, dalam menjalankan kehidupan selalu berkepentingan dengan manusia lain. Dan hal tersebut dalam Islam juga disebut Muamalah, dalam hal bermuammalah inilah manusia memerlukan suatu alat pengantar agar tidak saling bertentangan antara satu kepentingan dengan kepentingan yang lain antar sesama serta tidak melanggar hak-hak sesama. Dan hal tersebut diatas dikarenakan manusia makhluk yang dikaruniai akhlak, tidak dibenarkan dan dilarang melanggar hak-hak sesama, hal ini sebagai mana dalam Firman Allah.

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.” (Q.S. al-Baqarah:188)[32]

Ayat di atas dapat dipetik pelajaran bahwa sebenarnnya manusia secara kodratnya sudah dilarang melakukan hal-hal yang merugikan sesamannya, dan oleh karena itulah untuk mengindari larangan-larangan yang telah ditentukan oleh Allah, manusia memerlukan suatu alat yang di kenal dengan ruang hukum.[33]

---

[31] Tafsir Ibnu Katsir, ibnukatsir*online*.com/2015/06/tafsir-surat-albaqarah-ayat-168-169_1.html?m=1, diakses tanggal 04 Oktober 2017, pukul 11.24.
[32] Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, hal. 29.
[33] Quraisy Shihab, *Wawasan Al-qur'an*, hal. 408.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hukum merupakan suatu alat untuk mengukur pergaulan hidup manusia secara damai, artinya dengan hukum tersebut hidup manusia serta kepentingankepentingan manusia akan terlindungi dari kerugian yang disebabkan oleh pertentangan-pertentangan kepentingan antara manusia satu dengan yang lainnya.[34]

Hukum bertujuan untuk menjamin keseimbangan hubungan didalam masyarakat, agar dalam hubungan tersebut tidak terjadi kekacauan. Hal ini sesuai dengan definisi hukum itu sendiri yaitu sebagai alat pengatur.[35] Dan untuk menentukan hukum-hukum tersebut maka dibentuklah Undang-undang, dan Undang-undang ini merupakan salah satu dari produk parlemen untuk mengatur tingkah laku manusia dalam bermasyarakat.

Undang-undang sebagai alat mengatur tingkah laku manusia dalam bermasyarakat, tentunya kehidupan masyarakat secara umum baik itu mengenai ekonomi social, politik maupun budaya. Sebuah peraturan undang-undangpenting bagi mengatur kehidupan manusia dan berekonomi, sebab di Indonesia jika tidak memiliki peraturan undang-undang maka kegiatan perekonomian tersebut dikatakan illegal. Seperti angkutan *online* yang sedang meraja rela Kota Surabaya. Sehingga hal tersebut berdampak pada sopir angkutan lyn. Angkutan lyn meruapak angkutan yang paling tua, sedari dulu telah memfasilitasi masyarakat Surabaya untuk melalkukan mobilisasi. Namun, ketika angkutan *online* memasuki Kota Surabaya, para penumpang mulai beralih menggunakan angkutan *online* dibandingan angkutan lyn.

---

[34] Van Apeldoorn, *Pengantar Ilmu Hukum*, hal.22-23.
[35] Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, hal. 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendapatan sopir lyn pun mulai menurun, bahkan akhir-akhir ini sopir lyn mulai tertindas dengan adanya angkutan *online*. Sebab kedua angkutan umum tersebut mengalami persaingan yang tidak seimbang. Angkutan umum berjenis lyn tidak mendapatkan subsidi, tapi memiliki dasar hukum serta disertai peraturan –peraturan yang harus dipatuhi. Sedangkan angkutan umum *online* mendapatkan subsidi namun, mereka tidak memiliki undang-undang atau surat ijin.

E. Penelitian Terdahulu (Terkait)

Dalam penelitian ini, peneliti menganggap penting terhadap penelitian terdahulu yang mempunyai relavansi terhadap tema penelitian ini. Karena dengan adanya hasil penelitian terdahulu akan mempermudah peneliti dalam melakukan penilaian, minimal menjadi acuan penelitian. Guna penelitian terkait sebagai bahan pembelajaran dalam pengorganisiran dan sebagai bahan acuan dalam penulisan penelitan tentang Kebijakan pemerintah kepada sopir angkutan lyn, maka disajikan penelitian terkait yang relevan. Penelitian terkait tersebut yakni sebagai berikut:

Skripsi: Tinjauan Hukum Islam Terhadap Peraturan WaliKota Surabaya Nomor 98 Tahun 2008 Tentang Ketentuan Tarif Angkutan di Kota Surabaya.[36]

[36] Siti Aisyah, *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Peraturan WaliKota Surabaya Nomer 98 Tahun 2008 Tentang Ketentuan Tarif Angkutan di Kota Surabaya",* (Sekolah Sarjana, Fakultas Syariah Uniersitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Terkait dengan Penelitian yang Dikaji

Aspek	Penelitian Terdahulu (Terkait)	Penelitian yang Dikaji
Judul	Skripsi : "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Peraturan WaliKota Surabaya Nomor 98 Tahun 2008 Tentang Ketentuan Tarif Angkutan di Kota Surabaya".	Skripsi : "Pengorganisiran Sopir Lyn Terminal Joyoboyo dalam Mengatasi Persaingan Angkutan *Online*".
Fokus	Tinjauan hukum islam tentang tarif angkutan.	Persaingan angkutan *online*.
Tujuan	Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan peraturan Walikota Nomor 98 Tahun 2008 tentang tarif angkutan di Kota Surabaya,serta untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap peraturan Walikota Nomor 98 tahun 2008 tentang ketantuan tarif angkutan di Kota Surabaya.	Untuk mengetahui penyebab rendahnya pendapatan sopir lyn, mengetahui upaya meningkatkan perekonomian sopir lyn, mengetahui cara mengorganisir komunitas sopir lyn.
Metode	Kualitatif.	*Participatory Action Research* (PAR).
Proses	Obeservasi dan wawancara kepada sopir lyn dan penumpang.	Melibatkan masyarakat sepenuhnya dalam proses inkulturasi, pendekatan awal, membangun riset bersama, merumuskan problem hingga rencana tindakan, mengorganisir stakeholder, melakukan aksi dan evaluasi.
Temuan Hasil	Menurut Hukum Islam pelaksanaan Peraturan Walikota tentang tarif angkutan tidak bertentangan dengan syari'at Islam.	Mengorganisir sopir lyn dalam melakukan advokasi terkait kebijakan pemerintah, serta meningkatkan pelayanan atau kualitas angkutan lyn bagi penumpang.

Dari judul di atas merupakan penelitian murni yakni penelitian kualitatif. Yang tentunya peneliti hanya melakukan tehnik wawancara dan tidak melakukan sebuah kegiatan. Peneliti terdahulu hanya memfokuskan kepda tinjauan hokum

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

islam, jadi dari hasil wawancara kepada sopir angkutan lyn serta penumpang di analisis menggunakan ajaran islam yaitu al-quran daan hadist. Hal ini tentu sangat berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan, di mana program dibuat secara *bottom up* yang artinya komunitas sopir lyn di libatkan dalam semua kiagatan. Mulai dari dinamika proses pengorganisiran. Proses tersebut melibatkan Sopir lyn sepenuhnya dalam tahap inkulturasi, pendekatan awal, membangun riset bersama, merumuskan problem hingga rencana tindakan, mengorganisir stakeholder, melakukan aksi dan evaluasi. Sehingga hasil dari penelitian yang dikaji adalah Mengorganisir sopir lyn dalam melakukan advokasi terkait kebijakan pemerintah, serta meningkatkan pelayanan atau kualitas angkutan lyn bagi penumpang. Penelitian yang dikaji ini juga terdapat hasil evaluasi dari pelatihan yang dilakukan yaitu upaya dalam mengatasi persaingan angkutan *online*, yang awalnya tidak mengetahui tindakan atau upaya apa untuk mengatasi persaingan menjadi tahu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id