

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi karena manusia menjadi perencana, pelaku dan penentu terwujudnya tujuan organisasi. Tujuan tidak mungkin terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun alat-alat yang dimiliki begitu canggih.

Keberhasilan suatu organisasi tidak terlepas dari sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas harus selalu dikelola dan ditekankan oleh organisasi untuk dapat mencapai kinerja yang diharapkan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia sangat diperlukan agar karyawan memiliki sikap dan perilaku yang mampu memberikan pelayanan dan pengayoman serta dapat memberikan kesejahteraan lahir dan batin kepada masyarakat.<sup>1</sup>

Selain manusia sebagai sumber daya yang paling penting perlu manajemen di dalam organisasi, baik itu organisasi yang bergerak di bidang bisnis maupun organisasi yang bergerak di bidang sosial kemasyarakatan dan dakwah, sebagai upaya untuk mempermudah mencapai tujuan organisasi tersebut. Pengelolaan lembaga atau organisasi akan bergerak dengan efektif

---

<sup>1</sup> Susilaningih, *Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pengawasan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kerja Pegawai*, (Surakarta: STIE UAB, 2008) hlm 3

dan efisien apabila dalam pelaksanaannya menggunakan fungsi-fungsi manajemen.

Sejalan dengan pendapat di atas Hasibuan berpendapat manajemen menurut etimologi berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur.<sup>2</sup> Terry juga mengungkapkan manajemen adalah suatu kegiatan, pelaksanaan “*managing*” pengelola.<sup>3</sup> Manajemen bertujuan adalah untuk menciptakan kegiaarahan kerja seseorang, agar mau bekeja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.<sup>4</sup> Salah satu fungsi terpenting dalam manajemen adalah penggerakan.

Penggerakan merupakan salah satu fungsi terpenting dalam manajemen, betapapun matang nya perencanaan yang telah dibuat oleh seorang manajer, tanpa adanya penggerakan apa yang telah direncanakan oleh manajer tidak akan ada gunanya sama sekali. Karena fungsi penggerakan ini berarti bagaimana manajer dapat menggerakkan orang-orang atau kelompok agar mau bekerja untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan. Menurut Komaruddin penggerakan adalah suatu kegiatan manajemen yang merupakan tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok dalam organisasi terdorong berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran sehingga sesuai dengan perencanaan manajemen.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup>Hasibuan, Malayu S.P, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT. Bumi Askara, 2001

<sup>3</sup>Terry GR, Leslie W.Rue, *Dasar-dasar Manajemen*, Bumi Aksara: 1991

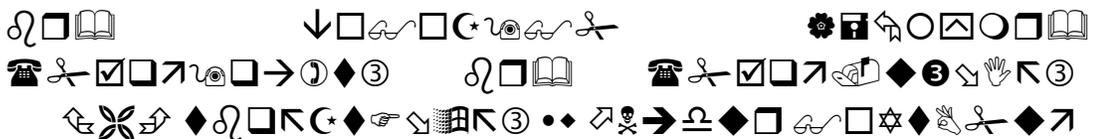
<sup>4</sup>Malayu Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003, h.19

<sup>5</sup> Komaruddin, *Ensiklopedia Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta, 1994)h. 19

Fungsi penggerakan dapat difungsikan karena untuk mengarahkan orang-orang yang bekerja sama ini diperlukan strategi tertentu sehingga mereka mau melakukan tugas yang diberikan oleh pimpinan. Fungsi penggerakan pada dasarnya juga didukung oleh fungsi pengarahan (*directing atau commanding*), dan fungsi motivasi (*motivating*).<sup>6</sup>

Untuk menggerakan atau mengarahkan bawahan/anggota organisasi agar bekerja sesuai dengan tugas dan kewajiban yang dibebankan pada mereka, seorang pimpinan juga harus memberikan motivasi berupa pemberian inspirasi, semangat dan dorongan kepada bawahan sehingga mereka lebih berdaya guna dan berhasil guna pemberian *reward*. Dalam bentuk material juga merupakan salah satu bentuk motivasi. Setiap orang diyakini bahwa bekerja adalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, adapun tingkat kebutuhan manusia berbeda-beda tergantung dari tingkat sosial ekonomi masing-masing individu.<sup>7</sup>

Adapun setiap penggerakan yang baik akan memerlukan motivasi untuk menggerakan manusia dalam mencapai tujuan-tujuan. Oleh sebab itu penting motivasi untuk menyakinkan dan meneguhkan hati dengan keyakinan-keyakinan dalam mencapai tujuan. Dalam hal ini Allah menerangkannya dalam Q.S Al Ankabut (29) ayat 2 :



<sup>6</sup> Dasrizal Dahlan, Jusmawati, Op,Cit,.h. 68

<sup>7</sup> *Ibid*,.h.69

Artinya: *Apakah manusia itu mengira bahwa mereka dibiarkan (saja) mengatakan: "Kami Telah beriman", sedang mereka tidak diuji lagi?*

Ayat tersebut berisi tentang keimanan atau keyakinan adalah modal yang sangat besar yang harus dimiliki untuk bisa hidup sukses di dunia dan akhirat. Jika yakin bisa menjadi orang yang berhasil, maka lanjutkanlah dan jangan berhenti sebelum mencapai kesuksesan. Namun, untuk mencapai tujuan itu tidak mudah karena pasti adanya tantangan dan rintangan, bukan untuk ditakuti atau dihindari, tapi harus dihadapi<sup>8</sup>.

Dari penjelasan di atas maka pentingnya motivasi di setiap kehidupan manusia dan salah satu yang paling penting adalah kehidupan ekonomi. Ekonomi bagi manusia tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari dan ekonomi merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan ekonomi yang mapan masyarakat bisa hidup lebih tenang dan tentram, serta masyarakat bisa mencapai hidup yang lebih baik tanpa harus meminta-minta.

Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di bidang ekonomi, banyak usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah, salah satu usaha tersebut adalah minimarket. Minimarket adalah semacam toko kelontong atau menjual segala macam barang dan makanan, perbedaannya di sini biasanya minimarket menerapkan sebuah sistem mesin *kasir point of sale* untuk penjualannya namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Hudzaifah Ismail, *Tababar ayat-ayat motivasi*, Jakarta: PT Alex Media Koputindo, 2010  
hlm 54

<sup>9</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia

Indonesia dengan penduduk sebesar kurang lebih 252 juta jiwa 50% di antaranya usia produktif merupakan pasar yang paling potensial. Tidak heran belanja konsumen di Indonesia tumbuh rata-rata pertahun sekitar 11,8% periode 2012-2015 pada 2015 belanja konsumen untuk makanan diperkirakan Rp. 1.930 triliun, sementara produk diluar makanan sebesar Rp. 4.369 triliun. Industri modern untuk kategori *consumer good* di Indonesia tumbuh rata-rata 10,8 % pada 2015 dengan pertumbuhan tertinggi terjadi segmen minimarket sebesar 11% dan supermarket sebesar 10,6%. Ukuran pasar industri minimarket di Indonesia sekitar Rp. 73 triliun dengan pertumbuhan rata-rata tahunan 13,5% periode 2012-2015<sup>10</sup>.

Berdasarkan data di atas dapat kita tarik point pentingnya yaitu pertumbuhan ekonomi minimarket sangat pesat pertahun mencapai 13% membuat usaha ini sangat diminati oleh sebagian masyarakat Indonesia. Minimarket pada dasarnya adalah sebuah ritel usaha yang dilakukan oleh pengusaha yang kategori modalnya masuk kategori menengah ke atas. Mini market merupakan sebuah varian baru dalam dunia perdagangan dengan konsep belanja segala kebutuhan hidup pada satu atap, yang melayani perdagangan secara grosir. Dewasa ini minimarket berkembang dan merubah strategi menjadi sebuah peritel raksasa yang mana masyarakat membutuhkan suatu fasilitas perdagangan yang dapat melayani berbagai kebutuhan sekali jalan dengan segala kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja. Apalagi

---

<sup>10</sup> [Http://duniaindustri.com/download/data-industri-minimarket-sepermarket-hypermart-diIndonesia](http://duniaindustri.com/download/data-industri-minimarket-sepermarket-hypermart-diIndonesia) diakses tanggal 23 Oktober 2017

minimarket mempunyai berbagai komoditas yang luas mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai peralatan elektronik hal ini yang membedakan minimarket dengan pasar tradisional. Faktanya konsep minimarket berkembang Indonesia adalah konsep minimarket dengan standarisasi fasilitas swalayan, artinya minimarket adalah swalayan kecil dengan potensi membunuh pasar tradisional yang sangat ampuh.<sup>11</sup>

Kebanyakan minimarket menerapkan strategi tersebut, namun di Kota Padang terdapat sebuah minimarket dengan konsep tidak membunuh pasar tradisional ataupun warung-warung dengan modal menengah ke bawah yaitu minimarket Dayamart.

Dayamart adalah sebuah model usaha yang di gagas oleh sebuah Yayasan Pengelolaan Zakat yaitu Dhompot Dhuafa Singgalang. Minimarket Dayamart ini merupakan bagian dari pemberdayaan ekonomi zakat dari program Dhompot Dhuafa. Konsep yang diusung dari minimarket Dayamart adalah belajar sambil berbagi yang maknanya adalah dalam transaksi pembelian barang di Dayamart sama dengan menyumbang atau berinfak yang nantinya akan disalurkan kembali kepada mustahik (asnaf yang delapan).

Berdasarkan wawancara kepada Bapak Musfi Yendra, M.Si selaku Direktur Minimarket Dayamart mengatakan bahwa Dhompot Dhuafa sebagai lembaga sosial menggagas model program pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis minimarket sebagai upaya memandirikan masyarakat

---

<sup>11</sup> <http://m.forum.liputan6.com/t/konsep-minimarket-yang-berkembang-sekarang-ini/15782>  
diakses tanggal 23 oktober 2017

mustahik. Konsepnya bukan bisnis murni, tapi sosial bisnis dimana minimarket didirikan dan menjadi masyarakat miskin sebagai pemilik, atau pemegang saham, keuntungan usaha ini juga disalurkan untuk masyarakat miskin.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Musfi Yendra mengatakan ada beberapa program yang diusung oleh dayamart yaitu pertama adalah program voucher belanja bagi kaum dhuafa, program ini masuk kategori program konsumtif dimana kaum dhuafa nantinya akan diberikan voucher member dayamart sehingga dapat berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan harga yang dapat dijangkau, ini berlaku untuk semua produk dalam minimarket dayamart kecuali barang titipan (konsiyasi).

Kedua adalah program warung mitra yaitu termasuk program produktif dengan memberikan bantuan kepada warung-warung kecil sekitar melalui seleksi sesuai ketentuan dari kelompok dhuafa, warung ini diberikan bantuan berupa barang yang menjadi aset dari warung tersebut senilai 2 juta, dan pemilik warung akan diberikan motivasi dan bimbingan secara berkelanjutan mengenai bisnis ini seperti pendisplay barang hingga penentuan harga jual. Selain itu pemilik warung juga diberikan kartu untuk mendapatkan barang reguler sehingga membeli barang dengan jumlah besar dengan potongan harga (diskon) salah satu syaratnya yaitu kaum dhuafa.

Ketiga yaitu program penyaluran keuntungan, pertahun dikeluarkan kepada masyarakat melalui lembaga-lembaga kemanusiaan yang bernaung untuk warga setempat. Dari program tersebut untuk voucher belanja kaum

dhuafa disalurkan sebanyak 20 orang dhuafa dan untuk warung mitra sebanyak 10 buah.

Bedasarkan wawancara dengan Bapak Syukri Rahmad mengenai Penggerakan atau pemberian motivasi terhadap pemilik warung mitra sudah dilakukan, Di Padang 1 Ulu Gadut warung mitra yang diberi bantuan akan dipilih sesuai dengan keadaan pemilliknya, warung yang di beri bantuan adalah orang yang kurang mampu dan kurang pemahaman tentang pengelolaan usahanya.

Adapun bentuk-bentuk motivasi yang diberikan terhadap pemilik warung yaitu, pertama dorongan terhadap diri yang timbul sendiri atau dorongan yang secara alami, maksudnya apabila ada kemauan atau semangat dalam mengembangkan usaha nya sendiri, yang kedua pendamping dalam warung mitra ini memberikan arahan bagaimana cara menyusun barang dengan baik agar barang tersusun dengan rapi sehingga orang yang datang untuk belanja akan lebih senang, yang ketiga berkunjung kewarung mitra tersebut sebelum diberi bantuan dan sesudah diberi bantuan agar pemilik warung merasa senang dan ada rasa kepedulian atau rasa perhatian.

Motivasi sendiri di berikan dimanapun dan kapanpun, maksudnya kadang ketika mitra berbelanja bahan keperluan untuk warungnya, maka manager ataupun team toko akan menanyakan kondisi warung beliau, apa yang menjadi kendala, maka akan kita bina, mengajak mengobrol tukar pikiran, disana kita berikan masukan-masukan yang baik, untuk memecahkan masalah yang di hadapi oleh pemilik warung atau mitra Dayamart, dan

terkadang tanpa di tentukan harinya, Direktur Dayamart Bapak Musfi Yendra di dampingin Manajer Dayamart Syukri Rahmat mendatangi Warung Mitra untuk mengevaluasi program, dan kegiatan usaha mitra sehingga menjadi bahan acuan agar program lebih baik kedepannya.<sup>12</sup>

Berdasarkan data di atas dapat kita tarik permasalahan yaitu pertama konsep minimarket ini tidak seperti minimarket pada umumnya yaitu *profit oriented*, akan tetapi minimarket ini berkonsep pada sosial bisnis yang bertujuan memberdayakan ekonomi masyarakat sehingga masyarakat dapat mandiri, yang kedua minimarket pada umumnya hadir dapat mengancam warung kecil-kecil sekitarnya, akan tetapi kenyataannya minimarket Dayamart hadir dan dapat membantu mengembangkan bisnis warung sekitar melalui pembinaan, arahan dan motivasi yang diberikan dengan pendekatannya, hal ini dalam ilmu manajemen masuk dalam fungsi penggerakan.

Dari hasil wawancara dengan bapak Rian seorang pedagang dan mitra Dayamart mengatakan bahwa beliau merasa terbantu bertemu dengan Dayamart selain diberikan bantuan, beliau dibina dalam segi usaha, sehingga terbantu baik dari segi pengelolaan usaha, maupun jenis usahanya.

Berdasarkan gambaran dari latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai program minimarket Dayamart kedua yaitu program warung mitra yang termasuk kategori program produktif dan dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Penggerakan**

---

<sup>12</sup> Syukri Rahmad , Maneger, *Wawancara*, tanggal 30 januari 2018

## **Minimarket Dayamart Padang 1 Ulu Gadut dalam meningkatkan Ekonomi Mitra.”**

### **B. Rumusan dan Batasan Masalah**

#### **1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis uraikan diatas, maka perlu penulis rumuskan masalah dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pergerakan minimarket Dayamart di Padang 1 Ulu Gadut dalam meningkatkan ekonomi mitra?”.  


#### **2. Batasan Masalah**

Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Pemberian motivasi minimarket Dayamart Ulu Gadut Padang 1 dalam meningkatkan ekonomi mitra.
- b. Pemberian bimbingan minimarket Dayamart Ulu Gadut Padang 1 dalam meningkatkan ekonomi mitra.
- c. Perjalinan hubungan minimarket Dayamart Ulu Gadut Padang 1 dalam meningkatkan ekonomi mitra.

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan pemberian motivasi minimarket Dayamart Padang 1 Ulu Gadut dalam meningkatkan ekonomi mitra.
- b. Untuk mendeskripsikan pemberian bimbingan minimarket Dayamart Padang 1 Ulu Gadut dalam meningkatkan ekonomi mitra.
- c. Untuk mendeskripsikan perjalinan hubungan minimarket Dayamart Ulu Gadut Padang 1 dalam meningkatkan ekonomi mitra.

## 2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

- a. Untuk memperkaya pengetahuan penulis mengenai penggerakan ekonomi masyarakat melalui program lembaga zakat.
- b. Sebagai bahan masukan bagi penulis dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh pada jurusan Manajemen Dakwah (MD) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
- c. Hasil penelitian ini sebagai bahan Referensi dalam mengembangkan lembaga zakat agar lebih kreatif dalam ekonomi masyarakat.
- d. Menambah literatur keustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
- e. Untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar keserjanaan dalam program studi Strata Satu (S1) pada jurusan manajemen dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

#### D. Penjelasan Judul

Untuk lebih memudahkan pembaca dalam memahami judul penelitian ini maka penulis akan menjelaskan tentang judul tersebut:

Penggerakan : keseluruhan usaha, cara, teknik dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien, efektif, dan ekonomis.<sup>13</sup>

Minimarket : Secara bahasa minimarket merupakan pasar swalayan kecil, dari kata mini berarti kecil dan market yaitu pasar

Ekonomi mitra : Serangkaian kegiatan untuk meningkatkan

produktifitas, memberikan kesempatan berusaha yang sama, dengan memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi harus dijamin

adanya kerja sama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih

lemah dan belum berkembang.

Keseluruhan usaha, cara, teknik, metode untuk mendorong produktivitas memberikan kesempatan berusaha yang sama keseluruhan sehingga terjalin kemitraan yang erat antara minimarket dan masyarakat sekitar yang masih berkembang melalui minimarket Dayamart .

---

<sup>13</sup> Siagian P. Sondang, *Op.Cit.*, h.95

## E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan ini , penulis membagi pembahasan ini dalam 5 bab, yang salah satunya dengan sistematika penulisan, sebagai berikut ini:

- BAB I : Berisikan pendahuluan berupa latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan mamfaat penelitian, penjelasan judul, dan sistematika penulisan.
- BAB II : Berisikan landasan teori berupa pengertian manajemen, pentingnya manajemen, tujuan manajemen, fungsi manajemen, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Pengertian penggerakan, motivasi, bimbingan dan arahan.
- BAB III : Berisikan metode penelitian berupa bentuk dan jenis penelitian, lokasi penelitian, informan, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.
- BAB IV : Berisikan Hasil Penelitian berupa Profil Minimarket Dayamart, pemberian motivasi minimarket Dayamart dalam menggerakkan warung mitra untuk meningkatkan ekonomi mitra, Pemberian bimbingan minimarket Dayamart dalam menggerakkan warung mitra untuk meningkatkan ekonomi mitra.
- BAB V : Berisikan penutup berupa kesimpulan dan saran-saran