



**PERILAKU PENGUSAHA BATIK PERADA
DALAM ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus pada Batik Perada Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:
MUHAMMAD AGIL
NIM. 2013112038

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MUHAMMAD AGIL**

NIM : **2013112038**

Judul : **PERILAKU PENGUSAHA BATIK PERADA DALAM
ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA BATIK
PERADA KOTA PEKALONGAN)**

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 26 Desember 2018

Yang Menyatakan,



MUHAMMAD AGIL
NIM. 2013112038

NOTA PEMBIMBING

Yusuf Nalim
Pekalongan

Lampiran : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. M. Agil

Kepada Yth.
IAIN Pekalongan
c/q. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di-
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara/i :

Nama : **M. AGIL**

NIM : **2013112038**

Prodi : Ekonomi Syariah

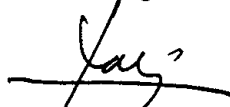
Judul : Perilaku Pengusaha Batik Perada dalam Etika Bisnis Islam (Studi kasus pada Batik Perada Kota Pekalongan)

dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 22 Oktober 2018
Pembimbing,



Nalim, M.Si
NIP. 197801052008011019



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl.Pahlawan RowolakuKajen Pekalongan, Tlp. (0285) 412575
Fax (0285) 423418 Website: febi.iainpekalongan.ac.id
Email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : MUHAMMAD AGIL

NIM : 2013112038

Judul : PERILAKU PENGUSAHA BATIK PERADA DALAM
ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA BATIK
PERADA KOTA PEKALONGAN)

telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Zawawi, M.A
NIP. 197706252008011013

Penguji II

Kuat Ismanto, M.Ag
NIP. 197912052009121001

Pekalongan, 8 Februari 2019

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	sa	ŝ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)



ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	Ge
ف	fa	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	ء	Apostrof
ي	ya	y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi. Dengan rasa cinta dan ketulusan hati, skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Ibundaku tercinta yang telah menyayangiku, membimbing dan mengarahkanku serta mendoakan dengan penuh kasih sayang.
- Keluarga Kakakku Rokhimah, Ulum, Sakinah, Ulfa, Kholisoh, Abidin, Abidah, Kamal dan Mas'ud yang tidak henti – hentinya memberiku semangat dan senantiasa menghiburku dikala letih.
- Keluarga Besar Batik Perada Hj Prastyani Rchmawati dan H. Samsul Huda serta karyawannya Jamilah, Hasani, Rizma yang telah banyak memberikan waktu, tenaga dan fikirannya demi kelancaran proses skripsi ini
- Keluarga besar TPQ Alam Ma'had Islam Ustadz Fadlullah
- Keluarga besar Yayasan dan Ta,mirMasjid Al-Auliya Kranyak
- Sahabat-sahabat Rizka, Dita, Bunder Ridho, Desy, Aji, Azizi, Mustafidudi, Fahruri, Yayat, Imam, Rozi, Fayaski, Faruzi, Eka Kurniawan, Kanzul, dan Yunus yang senantiasa menghibur dan memberiku semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
- Teman-teman KKN Desa Padomasan Reban Sekeluarga yang selalu memotivasi dan mendukung proses skripsi
- Keluarga Besar KKN Desa Padomasan Kepala Desa beserta staf dan perangkat-perangkatnya
- Semua teman-teman mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2012



MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

(رواه البخارى والمسلم)

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang memberi manfaat untuk manusia lainnya.”

(HR. Bukhori dan Muslim)

Lebih baik mati setelah berjuang dari pada hidup tanpa perjuangan.

ABSTRAK

Agil, Muhammad. 2018. Perilaku Pengusaha Batik Perada dalam Etika Bisnis Islam Studi Kasus pada Batik Perada Kota Pekalongan. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing : Nalim, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pengusaha batik sutera perspektif etika bisnis Islam studi kasus pada batik perada Kota Pekalongan. Perilaku pengusaha batik yang kadang menghalalkan segala cara dalam berbisnis dalam mengejar keuntungan semata tanpa menghiraukan pihak lain. Batik Perada merupakan salah satu batik yang menjalankan bisnisnya dalam ketatnya persaingan perbatikan yang sudah berjalan beberapa tahun. Perilaku dalam pemasaran dan memperlakukan karyawan dan pembeli apakah melanggar atau tidak terhadap etika bisnis Islam .

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Subyek dan informan dalam penelitian ini adalah pemilik batik Perada, karyawan dan pembeli, obyek penelitiannya adalah perilaku pengusaha batik. Sumber data berupa data primer dan data sekunder, data primer dikumpulkan dengan metode wawancara dan observasi, data sekunder menggunakan dokumentasi. Untuk mengecek kredibilitas informasi/data menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Analisis data menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bentuk-bentuk perilaku pengusaha Batik Perada dalam menjalankan bisnis yaitu nilai *Tauhid* seperti menjalankan ibadah fardhu dan sunnah ketika dalam berbisnis, nilai keseimbangan seperti membantu dan memberi santunan terhadap janda dan menyeimbangkan antara bisnis dan kegiatan sosial, nilai berkehendak seperti menjaga bisnis dan bersaing sehat, nilai tanggung jawab yaitu menyelesaikan pemesanan batik sesuai pesanan dan tidak curang, dan nilai kebajikan (*ihsan*) seperti memberikan nasehat dan pelayanan terhadap mitra bisnis. Penerapan prinsip etika bisnis Rosulullah telah diterapkan Batik Perada dalam menjalankan bisnisnya, antara lain kejujuran dalam segala hal tentang usahanya, signifikansi sosial dengan tidak mencari keuntungan semata, tidak melakukan sumpah palsu dalam memasarkan produk batik, tidak menjelekkkan produk orang lain dan menghindari praktek monopoli dalam persaingan bisnis sesama batik, dan tidak meninggalkan kegiatan ibadah kepada Allah SWT disaat bisnis sedang berlangsung ramai penjualan.

Kata Kunci : Perilaku, Pengusaha Batik, dan Etika Bisnis Islam .

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Perilaku Pengusaha Batik Perada dalam Etika Bisnis Islam Studi Kasus pada Batik Perada Kota Pekalongan

Sholawat dan salam senantiasa turunkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapat syafaatnya di *yaumul akhir* nanti, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan waktu yang penulis miliki. Untuk itu mengharap segala pendapat, kritik dan saran yang bersifat membangun dalam skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M. Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Agus Fakhrina, S.Ag, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Drs. Moh Rifa'I (Almarhum) selaku wali dosen akademik
5. Bapak Nalim, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi



6. Seluruh Dosen, Staff dan karyawan IAIN Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
7. Keluarga Besar Batik Perada Hj. Prasetyani Rachmawati dan H. Syamsul Huda
8. Karyawan dan teman teman di Batik Perada Jamilah, Sani, Rizma dan Said
9. Pelanggan Batik Perada Mudzakir, Wildan dan Ahmad Zaki
10. Keluarga Besar KKN Desa Padomasan Pak Kepala Desa beserta perangkatnya.
11. Teman-teman anggota kelompok KKN Desa Padomasan Reban

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang memerlukan pada umumnya.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Pekalongan, 22 Oktober 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	10
2. Nilai-Nilai Etika Bisnis	14
3. Etika Pemasaran	22
B. Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian	31
C. Subyek dan Obyek Penelitian	32
1. Subyek Penelitian	32

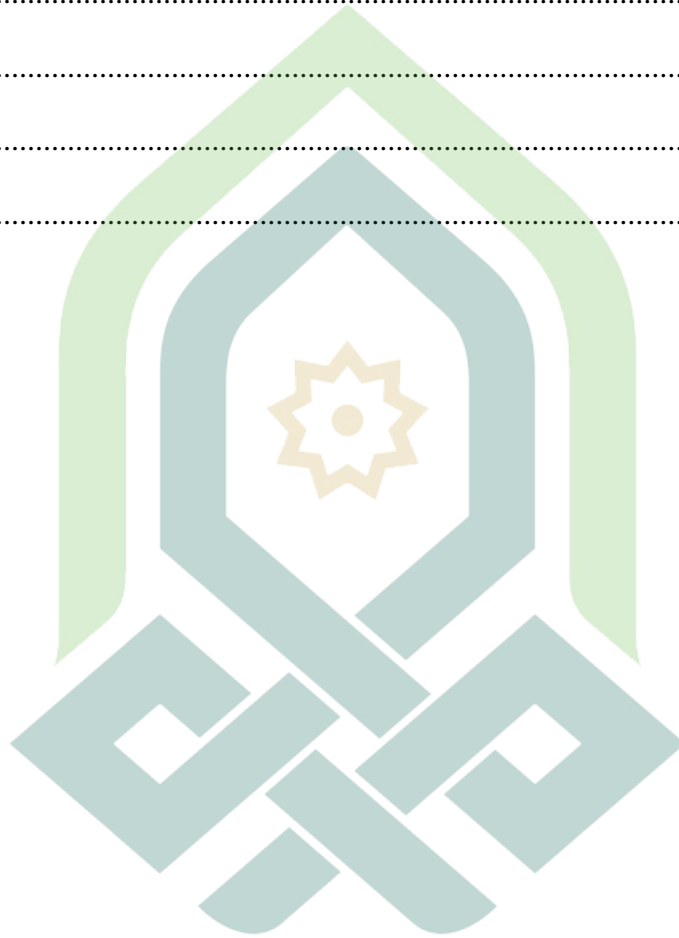


2. Informan Penelitian	32
3. Obyek Penelitian	32
D. Sumber Data	33
1. Sumber Data Primer	33
2. Sumber Data Sekunder	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Wawancara	34
2. Observasi	34
3. Dokumentasi	34
F. Teknik Keabsahan Data	35
G. Teknik Analisis Data	37
H. Langkah-Langkah Penelitian	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Perilaku Pengusaha Batik Perada ditinjau dari Etika Bisnis Islam ...	40
1. Gambaran Umum Batik Perada	40
2. Perilaku Pengusaha Batik Perada ditinjau dari Etika Bisnis Islam	41
B. Penerapan Prinsip Etika Bisnis Rosulullah di dalam Menjalankan Bisnis Batik Perada	55
1. Kejujuran	55
2. Signifikansi Sosial	56
3. Tidak Melakukan Sumpah Palsu	57
4. Ramah	57
5. Tidak Boleh Menjelekkan Bisnis Orang Lain	58
6. Bisnis Tidak Boleh Mengganggu Kegiatan Ibadah	58
7. Tidak Monopoli	59
8. Menjual Barang yang Suci dan Halal	60
BAB V PENUTUP	61
A. Simpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	35
Tabel 1.2	39
Tabel 2.1	42
Tabel 2.2	61
Tabel 3.1	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangulasi Metode 36

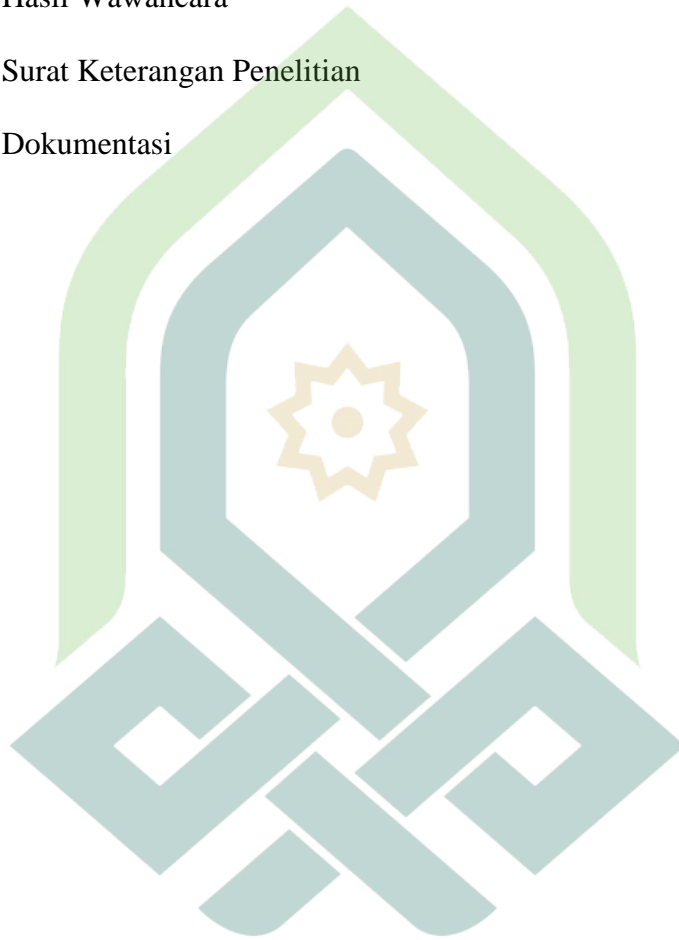
Gambar 1.2 Triangulasi Sumber 36





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 4 Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran semakin disadari penting dalam kegiatan bisnis di Indonesia. Perluasan pasar dalam bentuk ekspor misalnya semakin disadari sulit berhasil, apabila tidak ditunjang oleh penyediaan produk yang memiliki keunggulan kompetitif dan strategi pemasaran yang memadai untuk bersaing dalam pasaran dunia.¹

Sebab pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program – program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.²

Etika bisnis sebagai perangkat nilai tentang baik, buruk dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan, saling menghalalkan cara dalam rangka memperoleh keuntungan

¹ Ronald Naongi, *Menentukan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan*, Cet. 1, Jilid 1, (Jakarta : Rajawali, 1998), hlm. 129.

²Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN,2002), hlm. 99.

sebanyak mungkin, bahkan saling membunuh, sehingga pelaku bisnis yang kuat kian mendominasi, sementara yang lemah terperosok disudut-sudut ruang bisnis. Jadi etika bisnis adalah refleksi kritis dan rasional dan perilaku bisnis dengan memperhatikan moralitas dan norma untuk mencapai tujuan.³

Prinsip etika bisnis Islam meliputi transaksi yang terhindar dari riba, membayar upah tenaga kerja tepat waktu, tidak merusak lingkungan, transaksi jual beli didasari atas asas suka sama suka hingga kewajiban membayar zakat perniagaan. Prinsip tersebut menjadi pedoman bagi pengusaha muslim dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Maka menjadi suatu kewajiban bagi pengusaha muslim untuk mematuhi rambu-rambu syariah dalam menjalankan bisnis mereka.⁴

Ketika etika dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah, maka etika diperlukan dalam bisnis, sebagaimana diketahui bahwa bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis. Apabila seorang pelaku bisnis taat pada etika berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakanya, tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis. Jika seorang pelaku bisnis yang peduli pada etika, bisa diprediksi ia akan bersikap jujur, amanah, adil, selalu melihat kepentingan orang lain dan sebagainya. Sebaliknya bagi mereka yang tidak mempunyai kesadaran akan etika, dimanapun kapanpun saja tipe kelompok orang kedua ini akan menampilkan sikap kontra produktif dengan sikap tipe kelompok orang pertama dalam mengendalikan bisnis. Agama mempunyai

³ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004). h.41.

⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004). h.41.

hubungan erat dengan moral. Dalam praktek hidup sehari-hari motivasi kita yang terpenting dan yang terkuat bagi perilaku moral adalah agama.⁵

Batik dan Pekalongan merupakan dua hal yang tidak bisa dilepaskan. Selama berpuluh-puluh tahun, batik telah menjadi napas dan sumber mata pencaharian bagi masyarakat di pesisir utara Jawa Tengah itu. Hampir setiap hari di setiap sudut Kota Pekalongan, pembatik tua dan muda, laki-laki dan perempuan, bergelut dengan aroma lilin (malam) dan pewarna, untuk menghasilkan lembar demi lembar kain batik. Pusat perbelanjaan batik juga tersebar di kota itu, mulai dari pasar grosir hingga butik yang dimiliki setiap pengusaha. Pasar Grosir Setono, Pasar Batik Gamer, pasar batik di Gedung Pengusaha Perbatikan Indonesia Pekalongan (PPIP), Kampung Batik Kauman, dan Kampung Batik Pesindon, merupakan pusat perbelanjaan batik di Pekalongan. Semua menyuguhkan kreasi batik, dari yang berbentuk kain hingga pakaian jadi, dengan berbagai pilihan harga. Masyarakat mengakui, Pekalongan sebagai salah satu pusat batik nasional.⁶

Berdasarkan catatan Kemenperin, ekspor batik dan produk batik pada tahun 2015 mencapai USD 178 juta atau meningkat 25,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Pasar ekspor utama batik Indonesia, antara lain Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa.

Dalam upaya mendorong pengembangan daya saing industri batik nasional, Ditjen IKM telah melakukan berbagai program strategis yang meliputi bimbingan teknis dan pendampingan tenaga ahli, pemberian mesin dan peralatan,

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004). h.42.

⁶ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16828/Kemenperin-Berikan-Perhatian-IKM-Kapal-dan-Batik-di-Pekalongan> diakses pada 22 Maret 2018 pukul 19.00 WIB.

restrukturisasi mesin dan peralatan, serta fasilitasi pameran. Sampai tahun 2015, jumlah IKM yang mendapat fasilitasi restrukturisasi mesin dan peralatan sebanyak 25 perusahaan dengan total potongan harga mencapai Rp2,68 miliar.⁷

Data BPS tahun 2016 menunjukkan, kontribusi sektor industri pengolahan terhadap PDRB Kota Pekalongan berdasarkan harga berlaku sebesar 21,67 persen atau Rp1,5 triliun dengan laju pertumbuhan 6,23 persen. Sedangkan, jumlah tenaga kerja di industri manufaktur mencapai 55.159 orang dan sebagian besarnya berkerja di industri batik.

Selanjutnya, data Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan menunjukkan, jumlah IKM batik saat ini sebanyak 1.081 unit dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 12.937 orang. Terdapat empat sentra batik di Pekalongan, yaitu Kampung Batik Pesindon, Kauman, Jenggot dan Pasir Sari. Produk batik yang dihasilkan berupa kain, sarung, pakaian, tas, perlengkapan sholat, dan *home decoration*. Nilai ekspor produk batik Kota Pekalongan mencapai USD 427 ribu tahun 2015. Produk batik Pekalongan sebagian besar dipasarkan ke Jakarta.⁸

Pekalongan merupakan kota yang terkenal dengan sebutan kota batik. Hal ini tidak terlepas dari sejarah bahwa sejak ratusan tahun yang lalu sebagian besar proses produksi batik pekalongan dikerjakan dirumah-rumah sehingga batik menyatu erat dengan kehidupan masyarakat pekalongan. Menurut kepala Disperindagkop dan UKM Kota Pekalongan jumlah pengusaha batik Kota Pekalongan yang terdaftar dikantor Disperindagkop dan UKM sebanyak 3406

⁷ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16828/Kemenperin-Berikan-Perhatian-IKM-Kapal-dan-Batik-di-Pekalongan> diakses pada 22 Maret 2018 pukul 19.00 WIB.

⁸ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16828/Kemenperin-Berikan-Perhatian-IKM-Kapal-dan-Batik-di-Pekalongan> diakses pada 22 Maret 2018 pukul 19.00 WIB.

dengan skala usaha kecil menengah, menengah maupun skala besar, sedangkan untuk skala kecil, bahkan skala kecil menengah juga masih banyak yang belum terdaftar karena belum memiliki ijin usaha. Di sisi lain, industri perbatikan yang telah membuat sebagian besar masyarakat Kota Pekalongan menggantungkan hidupnya pada sektor ini, dengan menjadi buruh atau tenaga kerja.⁹

Salah satu usaha batik yang ada di Pekalongan merupakan usaha *home industry* Batik Peradayang beralamatkan di Jalan Limas Raya Perumahan Limas Krapyak Pekalongan. Pemiliknya adalah Hj Prasetyani Rachmawati, beliau seorang muslim yang dikenal orang di sekitarnya sebagai orang yang ramah dan taat beribadah. Beliau merintis bisnis di bidang batik sejak tahun 2010, beliau awalnya membuat batik cap akan tetapi hasilnya tidak sesuai dan akhirnya tidak laku di pasaran. Namun karena kegigihan dan kerja keras beliau, penjualan dan pemasarannya bisa terus meningkat sampai sekarang. Batik Perada sendiri memiliki pekerja yang terdiri dari 40 orang pengrajin batik tulis, penjahit baik batik pria yang terdiri dari 6 kelompok masing masing mengambil *sanggan* di garap di rumah mereka, maupun 6 kelompok batik wanita dan penjaga toko atau stand saat pameran. Produk yang dihasilkan Batik Perada antara lain ATBM Sutura, kain tulis, kain cap dan pakaian jadi.¹⁰

Banyaknya bisnis batik yang ada di daerah Pekalongan, maka akan terjadi suatu keadaan persaingan antar bisnis batik. Tidak jarang saling menjatuhkan dan saling “*nembak motif*” terjadi antara satu sama yang lain, sehingga dapat

⁹ Rita Rahmawati,dkk, *Sistem Pengupahan dan Pembagian Kerja Perempuan Buruh Batik Berbasis Putting Out Sytem di Kota Pekalongan*, (Pekalongan : Jurnal Penelitian Vol.10, No.2, November 2013), Hlm. 275.

¹⁰ Hj. Prasetyani, Rachmawati Pemilik Batik Perada, Observasi awal pada Tanggal 25 April 2018.

menimbulkan penyimpangan-penyimpangan dalam bersaing pada bisnis batik itu sendiri. Hal ini dirasakan betul oleh Hj Ani Prasetyani, banyak orang yang meniru bahkan membajak motif dan model batiknya, bahkan sampai harganya jauh dibawah harga miliknya, tentu dengan demikian dapat merusak pangsa pasar batik yang ada selama ini, namun beliau berkeyakinan bahwa hal demikian tidak boleh dijadikan sebagai alasan untuk membalas dendam karena persaingan seperti itu bukan hal yang baik dan pasti hanya akan bersifat jangka pendek.¹¹

Pemasaran setiap perusahaan batik mempunyai cara dan strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya. Dengan strategi pemasaran yang baik, diharapkan dapat menjadi syarat utama untuk mencapai tujuan perusahaan. Guna mencapai tujuan, Batik Perada sebagai perusahaan membutuhkan sebuah strategi pemasaran yang baik agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Kemudian, diberbagai jenis bisnis yang menerapkan strate gi untuk memasarkan produknya salah satunya adalah dengan mengikuti ajang pameran-pameran di luar kota dan di luar negeri, seperti pameran di INACRAFT di Jakarta Convention Center (JCC), di Surabaya, Bandung dan di Berlin, Jerman. hal ini dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Batik Perada. Hasil dari pameran pun berbeda-beda, kadang ada yang ramai pembeli dan kadang juga sepi pembeli.¹²

¹¹ Hj. Prasetyani, Rachmawati Pemilik Batik Perada, Observasi awal pada Tanggal 25 April 2018.

¹² Hj. Prasetyani, Rachmawati Pemilik Batik Perada, Observasi awal pada Tanggal 25 April 2018.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Perilaku Pengusaha Batik Perada dalam Etika Bisnis Islam Studi Kasus pada Batik Perada Kota Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, dapat penulis rumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk-bentuk perilaku pengusaha Batik Perada ditinjau dari etika bisnis Islam?
2. Bagaimana Batik Perada menerapkan prinsip perilaku bisnis Rasulullah didalam menjalankan bisnis?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk perilaku pengusaha Batik Perada ditinjau dari etika bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui Batik Perada menerapkan prinsip perilaku bisnis Rasulullah didalam menjalankan bisnis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam ilmu etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya khususnya yang berhubungan dengan perilaku bisnis dan etika bisnis Islam.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah pembahasan maka penulisan skripsi ini disistematikan menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, landasan teori, kerangka berpikir, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini penulis menguraikan tinjauan teoritis yang menjadi acuan dalam pembatasan masalah. Teori-teori yang dimuat adalah teori mengenai etika bisnis diantaranya meliputi definisi, ruang lingkup, dan prinsip etika bisnis Islam. Dalam bab ini juga dipaparkan beberapa penelitian yang sudah pernah ada tentang etika bisnis Islam.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini penulis menguraikan metode penelitian diantaranya pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu, subyek dan obyek, sumber dan teknik pengumpulan data serta teknik keabsahan dan analisis data.

Bab IV : Pembahasan

Dalam bab ini penulis menguraikan tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha Batik Perada di Perumahan Limas Kota Pekalongan. Perilaku bisnis tersebut sesuai atau tidak dengan etika bisnis Islam. Diuraikan juga mengenai penerapan prinsip etika bisnis Rosulullah di dalam menjalankan bisnis Batik Perada.

Bab V : Penutup

Dalam bab ini berisi bagian penutup yang memaparkan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Batik Perada Pekalongan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk-Bentuk Perilaku pengusaha Batik Perada, ditinjau dari etika bisnis Islam

Aturan agama Islam dalam kegiatan bisnis dipaparkan pada nilai-nilai etika bisnis Islam, antara lain meliputi keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*Ihsan*). Nilai-nilai tersebut dijadikan sebagai landasan praktik bisnis/tolak ukur etis atau tidaknya suatu aktifitas bisnis. Nilai-nilai tersebut merupakan unsur yang harus dimiliki oleh setiap pengusaha dalam menjalankan bisnisnya

Batik perada dalam menjalankan bisnis telah mencakup nilai-nilai tersebut yang dituangkan dalam beberapa hal mulai dari awal bisnis sebagai niat membantu ekonomi keluarga dan masyarakat sekitar. Tidak melupakan kegiatan ibadah baik sholat, puasa, shodaqoh dan zakat serta menciptakan persaingan sehat dalam berbisnis, tidak membedakan latar belakang pembeli dan menghindari kecurangan dalam pemasaran serta tidak menjatuhkan produk lain.

2. Penerapan Prinsip Etika Bisnis Rosulullah di dalam Menjalankan Bisnis Batik Perada

Penerapan prinsip etika bisnis Rosulullah telah diterapkan Batik Perada dalam menjalankan bisnisnya, antara lain kejujuran dalam segala hal tentang usahanya kepada pembeli baik tentang produk, harga dan kualitas. Signifikansi sosial, dimana pemilik tidak hanya mengejar keuntungan semata tetapi juga keberkahan bersama, tidak melakukan sumpah palsu dalam memasarkan batiknya karena hanya akan mendatangkan kemadharatan, ramah dan toleran terhadap pembeli, karyawan maupun mitra bisnis, tidak menjelekkan produk lainnya karena setiap produk punya cirri khas masing-masing, tidak meninggalkan kegiatan ibadah dalam berbisnis terlihat dari sholat tepat waktu dan puasa, tidak berlaku monopoli atau nembak hal ini sering dihindari dengan inovasi dan kreasi yang dilakukan dan terakhir, memastikan bisnis tersebut terhindar dari unsur haram seperti mencurangi pembeli dan karyawan.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di Batik Perada Pekalongan, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Saran untuk peneliti selanjutnya
 - a) Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menilai pengusaha batik nilai-nilai etika bisnis Islam secara lebih menyeluruh. Tidak terpaku pada nilai-nilai tertentu saja.

- b) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan cara membandingkan dua atau lebih pengusaha batik melalui nilai-nilai etika bisnis Islam.
2. Saran untuk Batik Perada Pekalongan
 - a) Untuk menunjang kepuasan pembeli perlu adanya catalog atau daftar produk beserta harganya dan dibuat pasar online tanpa mengganggu distribusi offline yang ada
 - b) Perlunya mendukung mitra kerja agar limbah produksi batik bisa dikelola dengan bijak sehingga tidak mencemari lingkungan sekitar.
 3. Saran untuk masyarakat umum.
 - a) Masyarakat umum secara bersama-sama mengawasi etika bisnis / prinsip syari'ah yang diterapkan oleh suatu bisnis / perusahaan..
 - b) Masyarakat umum mampu mendukung penuh bisnis yang mengedepankan etikabisnis Islam agar tercipta lingkungan bisnis yang sehat dan terhindar dari hal-hal yang dilarang oleh agama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2014. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arikunto, Suharsimi. 1989. *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University.
- Burhanudin. 1997. *Etika Sosial Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djakfar, Muhammad. 2008 *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Eldine, Achyar. 2007 *Etika Bisnis Islam*, Jurnal Khazanah, Vol 3 No 3, Oktober
- Fauzia, Ika Yunia. 2014. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Fitri, Amalia. 2013. *Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*. Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Harahap, S Sofyan. 2011 *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hidayah, Mohammad. 2003. *Fiqih Perdagangan Bebas*. Jakarta: TERAJU.
- Johan, Arifin. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



- Muhammad. 2002. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Muhammad dan Alimin. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Mujahidin, Akhmad. 2005. *Etika Bisnis Islam Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Bisnis*. Jurnal Hukum Islam, Vol 4 No 2, Desember
- Naqvi, Sayed Nawab Haider. 1985. *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, Terj. Husin anis dan Asep Hikmat. Bandung: Mizan.
- Naongi, Ronald. 1998. *Menentukan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Cet. Jilid I*. Jakarta : Rajawali.
- Rahmawati, Rita dkk. 2013. *Sistem Pengupahan dan Pembagian Kerja Perempuan Buruh Batik Berbasis Putting Out System di Kota Pekalongan*. Pekalongan : Jurnal Penelitian Vol.10, No.2, November.
- Rivai, Veithzal dkk. 2014. *Islamic Human Capital Management Manajemen Sumber Daya Insani Cara Cepat Dan Mudah Dalam Menerapkan Manajemen Sumber Daya Insani Dalam Perusahaan Secara Islami*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Rivai, Veithzal, Amir Nuruddin dan Faisar Ananda Arfa. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sarwono. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Posedur SPSS*.
- Shahata, Hussain. 1999. *Business Ethics in Islam*. Egypt. Al-falah Foundation.
- Syafei, Rahmat. 2006. *Fiqh Muamalah*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Subagyo, P. Joko. 1999. *Metode Penelitian: Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. Jakarta: PT. Gramedia.



SURAT KETERANGAN

Aslamu'alaikum Wr.Wb.

Berdasarkan surat yang diberikan kepada kami tentang permohonan perizinan penelitian, maka dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, berikut ini:

Nama : M. Agil
Jurusan : Ekonomi Syariah
NIM : 2013112038

Yang bersangkutan telah diizinkan untuk melakukan penelitian dan benar benar telah melakukan penelitian di Batik perada pekalongan guna penyusunan skripsi dengan judul “ PERILAKU PENGUSAHA BATIK PERADA DALAM ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus pada Batik PeradaPekalongan)”

Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Pekalongan, 26 Desember 2018

Owner Batik Perada Pekalongan


Perada
batik

Hj. Prasetyani Rachmawati, S.Psi



DOKUMENTASI









KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285) 423418

Website : perpustakaan.stain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@stain-pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : MUHAMMAD AGIL
NIM : 2013112038
Fakultas /Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : radenbedjobatik@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

**PERILAKU PENGUSAHA BATIK PERADA DALAM ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS PADA BATIK PERADA KOTA PEKALONGAN)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



MUHAMMAD AGIL

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian di format pdf dan dimasukkan dalam cd

