

**STRATEGI BISNIS UD. MEUBEL INDUSTRI TENANG JATI
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Umma Multazamah

NIM. 2013115454

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**STRATEGI BISNIS UD. MEUBEL INDUSTRI TENANG JATI
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Umma Multazamah
NIM. 2013115454

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **UMMA MULTAZAMAH**
NIM : **2013115454**
Fakultas : **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Judul Skripsi : **STRATEGI BISNIS UD. MEUBEL INDUSTRI TENANG
JATI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah peneliti sebutkan sumbernya. 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, 6 Juni 2021

Yang menyatakan


UMMA MULTAZAMAH
NIM. 2013115454

NOTA PEMBIMBING

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H

Jl. Jenggala No. 69 Perum Gama Permai Pringrejo

Lamp. : 2(dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Umma Multazamah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Umma Multazamah

NIM : 2013115454

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Strategi Bisnis Ud. Meubel Industri Tenang Jati Menurut Perspektif
Ekonomi Islam

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera
dimunaqosahkan.

Demikian nota pemimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 26 April 2021

Pembimbing,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H

NIP. 197502201999032001



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

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : UMMA MULTAZAMAH

NIM : 2013115454

**Judul : STRATEGI BISNIS UD. MEUBEL INDUSTRI TENANG JATI
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 28 Juli 2021 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di bidang
ilmu Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag.
NIP. 197502111998032001

Penguji II

Dr. Hendri Hermawan A, S.E.I., M.S.I
NIP. 198703112019081001

Pekalongan, 28 Juli 2021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini 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	Sas	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
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	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة	ditulis	<i>mar'atun jamilah</i>
------------	---------	-------------------------

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة	ditulis	<i>fatimah</i>
-------	---------	----------------

4. *Syaddad (tasyid, geminasi)*

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

Contoh :

ربنا	ditulis	<i>rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

5. *Kata sandang (artikel)*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” 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-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” 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>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
اجلال	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 :

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

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah alla kulli khal, dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kesehatan, kekuatan, kesabaran dan keberkahan sehingga atas keridhaannya skripsi ini dapat terselesaikan. Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ucapkan syukur dan terimakasih untuk Allah SWT Pencipta alam yang telah memberiku petunjuk dan memberikan kelancaran atas terselesaikannya skripsi saya.
2. Terimakasih untuk Ayah dan Ibu yang selalu memberikan kekuatan dalam do'a, semangat, motivasi dan dorongan dalam setiap langkah kecil saya, bekerja keras demi kebahagiaan dan kebaikan hidup di dunia maupun akhirat.
3. Terimakasih untuk kekasih hati yang selalu mendukung saya dalam kelancaran skripsi ini, serta ketulusan dan Support yang tak terlupakan..
4. Buat kak Dila Ifani Khoirunnisa terimakasih atas dukungannya dan senantiasa memberikan semangat.
5. Sahabat terbaik penulis Diah Yanuarti, Novi Nasukha, Lina Fuadiyah yang berjuang bersama saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga untuk teman-teman yang selalu memberi do'a dan semangat.
6. Segenap tim KKN angkatan 47 IAIN Pekalongan di Desa Belik Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang yang saling memberikan dorongan dan semangat.
7. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan IAIN Pekalongan angkatan 2015 IAIN Pekalongan yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam studiku.
8. Almamater tercinta IAIN Pekalongan tempat menempuh pendidikan yang saya banggakan.

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.” (QS.ar-Ra’d:11)

ABSTRAK

Multazamah, Umma 2021. Strategi Bisnis Ud. Meubel Industri Tenang Jati Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Strategi ialah sesuatu rencana berskala besar yang memiliki tujuan ke masa depan buat berhubungan dengan keadaan persaingan demi menggapai sesuatu tujuan industri. Supaya tujuan tersebut bisa dicapai, manajemen industri wajib membuat perencanaan yang pas serta akurat. Strategi yang di gunakan seperti Konsentrasi, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi konsentrik, dan pengembangan sumber daya manusia. Dalam perspektif islam dengan memperhatikan hal-hal seperti niat suci dan ibadah, jujur dan ikhlas sebagai strategi bisnis.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh pemilik UD. Meubel Industri Tenang Jati di Desa. Subah, Kecamatan. Subah, Kabupaten. Batang? 2) Bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap strategi bisnis yang dilakukan oleh UD. Meubel Industri Tenang Jati di Desa Subah, Kecamatan Subah, Kabupaten Batang?

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara dan Dokumentasi. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis mengumpulkan, mengklarifikasi materi data, mereduksi dan menyimpulkan data, kemudian di sajikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Strategi bisnis yang di lakukan oleh bapak Muhammad Sujud merupakan stategi bisnis dengan menggunakan Konsentrasi, Pengeembangan pasar, Pengembangan produk, Dikonversi konsentrik, dan dengan Pengembangan Sumber daya manusia. Menurut pengamatan penulis dari strategi yang di lakukan perusahaan masih terus berjalan hingga saat ini dan terus berkembang walaupun banyak pesaing baru yang berdatangan. Diantara banyaknya pesaing baru yang muncul ada pula yang tidak bisa bertahan atau tidak bisa bersaing dengan perusahaan lain. Strategi bisnis dengan perspektif ekonomi islam yang di lakukan oleh bapak Muhammad Sujud merupakan stategi bisnis yang menggunakan dasar ajaran agama islam dengan niat suci ibadah, jujur dan ikhlas. Menurut pengamatan penulis dari strategi bisnis dengan perspektif ekonomi islam yang di lakukan itu dengan perusahaan tersebut telah sesuai dengan ajaran-ajaran jual beli dalam islam yaitu berpedoman pada Al-Quran dan Hadits. Hal ini menjadi dasar awal karena memang bisnis ini sudah di niati untuk ibadah dan membantu sesama dalam menyediakan produk dan membuka lapangan pekerjaan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Ekonomi islam, Meubel industri

ABSTRAK

Multazamah, Umma 2021. Business Strategy Ud. Furniture Industry Teak Quiet According to Islamic Economic Perspective

Strategy is a large-scale plan that has a future goal of dealing with competitive conditions in order to achieve industrial goals. In order for this to be achieved, industrial management is obliged to make appropriate and accurate plans. The strategies used include concentration, market development, product development, concentric diversification, and human resource development. In an Islamic perspective by paying attention to things such as holy intentions and worship, being honest and sincere as a business strategy.

The formulation of the problem in this study are 1) How the business strategy carried out by the owner of UD. Teak Quiet Industrial Furniture in the Village. Subah, District. Subah, Regency. Trunk? 2) What is the Islamic economic view of the business strategy carried out by UD. Teak Quiet Industrial Furniture in Subah Village, Subah District, Batang Regency?

This type of research used in this research is field research with a qualitative research approach. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation. Meanwhile, to analyze the data obtained, the authors collect, clarify the data material, reduce and conclude the data, then present it.

The results showed that: The business strategy carried out by Mr. Muhammad Sujud is a business strategy using concentration, market development, product development, concentric conversion, and human resource development. According to the author's observations, the company's strategy is still ongoing today and continues to develop even though many new competitors have arrived. Among the many new competitors that have emerged are those who cannot survive or cannot compete with other companies. The business strategy with an Islamic economic perspective carried out by Mr. Muhammad Sujud is a business strategy that uses the basic teachings of the Islamic religion with the holy intention of worship, honesty and sincerity. According to the author's observations from a business strategy with an Islamic economic perspective that is done with the company is in accordance with the teachings of buying and selling in Islam, which is guided by the Al-Quran and Hadith. This is the initial basis because this business has intended to worship and help others in providing products and creating jobs.

Keywords: Business Strategy, Islamic Economy, Industrial furniture.

KATA PENGANTAR

Asssalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Bisnis Ud. Meubel Industri Tenang Jati Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan Skripsi ini dapat selesai bukan dari penulis sendiri, melainkan berkat izin Allah SWT dan bantuan, bimbingan, dorongan, serta perhatian dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta kritikan terhadap penulis.
5. Bapak Muhamad Masrur M.E.I selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengajar beserta staff Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
7. Orang tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan dukungan.

8. Bapak Drs.H. Muhammad Sujud bersama istrinya Ibu Dra.Hj. Siti Khusnul Khotimah. Selaku pengusaha UD. Industri Tenang Jati ini yang beralamat di Jl. Pisang Mas No 297 Subah RT 05/01 Ngepung Subah, Kecamatan Subah Kabupaten Batang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Seluruh pihak dan teman-teman yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 6 Juni 2021

Penulis



UMMA MULTAZAMAH
NIM. 2013115454

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PESRSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teori	9
1. Strategi Bisnis.....	9
1. Pengertian Strategi	9
2. Pengertian Bisnis.....	12
3. Pengertian Strategi Bisnis	14
2. Strategi Bisnis Menurut Islam.....	19
1. Pengertian Bisnis Islam.....	19
2. Strategi Bisnis Menurut Islam.....	21
B. Penelitian Yang Relevan	25
C. Kerangka Berpikir	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian	37
C. Sumber Data	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Teknik Analisis Data	41
F. Teknik Keabsahan Data	42
G. Langkah-Langkah Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum	44
1. Sejarah Berdirinya UD. Meubel Industri Tenang Jati	44
2. Visi dan Misi.....	46
3. Struktur organisasi	47
4. Produk-Produk Mebel UD. Industri Tenang Jati	49
B. Hasil dan Analisis Strategi Bisnis yang dilakukan oleh Pemilik UD. Meubel Industri Tenang Jati.....	51
1. Konsentrasi	52
2. Pengembangan Pasar	53
3. Pengembangan Produk.....	55
4. Diversifikasi konsentrik.....	57
5. Pengembangan Sumber Daya Manusia	58
C. Hasil dan Analisis Pandangan Ekonomi Islam terhadap Strategi Bisnis yang dilakukan oleh UD. Meubel Industri Tenang Jati	60
1. Niat suci dan Ibadah.....	60
2. Jujur.....	62
3. Ikhlas.....	63
BAB V PENUTUP.....	66
A. Simpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari kita perhatikan jutaan orang melakukan kegiatan bisnis. Mereka ada yang berhasil mengembangkan usaha dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin maju tetapi ada pula yang gagal. Bagi mereka yang berhasil, kegiatan bisnis makin menarik dalam kehidupan mereka.¹

Kegiatan bisnis merupakan bagian dari kehidupan ummat, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan, saling memerlukan antara yang satu dengan yang lain. Dalam kenyataannya juga berbisnis menjadi lapangan mata pencaharian yang banyak dipilih oleh warga masyarakat.²

Bisnis Islami merupakan bisnis yang akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami pula. Dalam lingkungan yang tidak Islami, maka pelaku bisnis akan mudah sekali terseret dan sukar berkelit dalam kegiatan yang dilarang agama. Mulai dari uang pelicin saat perizinan usaha, menyimpan uang koran yang berbunga, hingga iklan yang tidak senonoh dan aktivitas semacamnya.³

Dengan demikian jika niat berbisnis itu benar-benar lurus, semata-mata mengharap “*mardhatillah*”, maka segala amal usahanya juga akan baik. Sebaliknya jika niatnya tidak lurus, ada keinginan yang tersembunyi yang bertentangan dengan kewajiban terhadap negara dan agama, maka amal perbuatannya (berbisnis dalam hal ini) bisa tidak menguntungkan (membawa mudarat) bagi yang bersangkutan.

¹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 13.

² Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014, hlm. 3.

³ Muhammad dan Alimin, *Etika dan perlindungan konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004, hlm. 73.

Pada umumnya, setiap perusahaan akan berusaha mendapat keuntungan sebesar-besarnya (optimum profit) dalam bisnisnya. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan harus bisa masuk ke pasar yang kadang kala banyak hambatan untuk bisa menawarkan barangnya pada konsumen. Selanjutnya setelah masuk pasar perusahaan berhadapan dengan persaingan di pasar. Untuk dapat bertahan dipasar, perusahaan harus bisa mengalahkan pesaing. Maka perusahaan harus punya daya saing yang andal (competitive strategy) untuk bersaing di pasar. Strategi bersaing dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu strategi bersaing melalui harga (price competition) dan strategi bersaing diluar harga (no price competition).

Di kabupaten pekalongan terdapat sebuah daerah dimana daerah tersebut masyarakatnya mempunyai berbagai macam usaha dan bisnis, daerah tersebut tepatnya terletak di daerah Tangkil, kedungwuni. Daerah tersebut terdapat berbagai macam usaha dan bisnis yang digeluti oleh masyarakat setempat, seperti usaha kecil dan rumahan. Usaha yang ditekuni salah satunya antara lain adalah usaha konveksi. Usaha tersebut dilakukan dari berbagai kalangan masyarakat, dari produsen besar sampai produsen skala menengah.

Dengan banyaknya masyarakat yang bergelut di dunia usaha konveksi, para pengusaha konveksi harus pintar-pintar dalam menjual barang dagangannya dimana pengusaha harus bersaing dengan pengusaha lain agar mendapatkan pembeli atau pelanggan. Oleh karena itu, pedagang harus pintar-pintar merayu pembeli dan bersikap baik dalam menjajakannya jualannya. Dalam memasarkan dagangannya para pedagang diuntut untuk jujur dan mempunyai etika dalam berbisnis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis akan membahas yang berkaitan dengan Perilaku bisnis pengusaha konveksi dalam perspektif ekonomi syari'ah dengan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Perilaku Bisnis dan Strategi Menghadapi Pesaing Pada Pengusaha Konveksi Desa Tangkil Tengah, Kecamatan Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk mengetahui Perilaku Bisnis Pada Pengusaha konveksi Desa Tangkil Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan ?
2. Untuk mengetahui Strategi Menghadapi Pesaing Pada Pengusaha Konveksi Desa Tangkil Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan ?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis :

Kontribusi keilmuan bagi khazanah ilmu pengetahuan dan referensi para akademisi mengenai ekonomi dan bisnis islam mengenai perilaku bisnis pengusaha konveksi dalam perspektif ekonomi syari'ah.

2. Manfaat Praktis :

Sebagai implikasi manajerial dalam rangka menilai sejauh mana sikap kewirausahaan mampu mendorong perkembangan usaha dan profitabilitas pengusaha juga semakin meningkat dan juga dapat digunakan sebagai koreksi pengusaha untuk memperbaiki strategi sebelumnya agar usahanya bisa berjalan dengan baik dan sesuai syari'at islam.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teori

- a. Definisi Perilaku Usaha

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Sedangkan pendapat lain

yang disampaikan oleh Notoatmodjo, perilaku manusia adalah semua tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai betangan yang sangat luas, baik yang dapat diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati. Dari segi biologis, perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup yang bersangkutan).

Definisi lain mengenai pengertian perilaku adalah bahwa perilaku atau aktivitas manusia merupakan manifestasi kehidupan psikisnya. Perilaku pada manusia itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari adanya stimulus atau rangsang yang mengenai individu. Perilaku atau aktivitas itu merupakan jawaban terhadap stimulus yang mengenainya.⁴

Dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah semua aktivitas, sikap atau reaksi individu melakukan kegiatan yang dapat diamati secara langsung atau tidak dapat diamati langsung.

b. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Pandangan tentang bisnis sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuan maksimalisasi laba dan tidak ada bisnis kecuali untuk keuntungan semata.

Dalam realitanya, bisnis baik sebagai aktivitas maupun sebagai entitas, telah ada di dalam sistem dan strukturnya yang baku. Bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi kegiatan manusia individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya. Sementara itu etika

⁴ Gregory M, Griffin Ricky, *Perilaku Individu, Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, hlm. 63.

telah dipahami sebagai sebuah disiplin ilmu yang mandiri dan karenanya terpisah dari bisnis.⁵

Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁶

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam Islam. Hal ini dapat dipahami dari makna hadis Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa (bisnis). Artinya melalui aktivitas perdagangan (bisnis) pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka.⁷

Bagi seorang muslim, tidak salah jika kegiatan bisnis dilakukan dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta, asalkan dilakukan dengan cara yang benar. Berbisnis merupakan suatu bentuk pelaksanaan perintah Allah Swt untuk mencari karunia-Nya di muka bumi.⁸

c. Pengertian Konveksi

Konveksi adalah industri kecil skala rumah tangga yang merupakan tempat pembuatan pakaian jadi seperti kaos, kemeja, celana, jaket dan sebagainya. Sebuah konveksi biasanya hanya memiliki tidak lebih dari 20 mesin jahit dan satu mesin obras. Keberadaan konveksi sangat menunjang terhadap kemajuan industri pakaian jadi di Indonesia, karena selain mengerjakan pembuatan pakaian jadi dari pemesan untuk pasar lokal, konveksi juga bisa menerima mengerjakan maklun yaitu mengerjakan proses

⁵ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*....hlm. 4.

⁶ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 21.

⁷ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014, hlm. 55.

⁸ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017, hlm. 108.

jahit sebuah pabrik garmen dalam pembuatan pakaian jadi skala besar untuk pasar lokal maupun ekspor.⁹

d. Pengertian Ekonomi Syari'ah

Menurut M. Ahram Khan yang dimaksud dengan ekonomi syariah adalah ‘‘Islamic economic aims the study of human *falah* (*well being*) achieved by organizing the resources of the earth on the basis of cooperation and participation’’ (Ilmu ekonomi Islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia (*human falah*) yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar gotong royong dan partisipan).¹⁰

Ekonomi syariah bukan sekedar etika dan nilai yang bersifat normatif, tetapi juga bersifat positif sebab ia mengkaji aktivitas aktual manusia, problem-problem ekonomi masyarakat dalam perspektif Islam.

Ekonomi syariah tidak hanya membahas tentang aspek perilaku manusia yang berhubungan dengan cara mendapatkan uang dan membelanjakannya, tetapi juga membahas segala aspek ekonomi yang membawa kepada kesejahteraan umat.¹¹

e. Perilaku Pebisnis Syariah

Yang dimaksud dengan perilaku disini adalah perilaku orang-orang yang menjalankan kegiatan manajemen bisnis syariah yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Apabila setiap orang yang menjalankan bisnisnya yang didasari manajemen bisnis syariah sudah menyakini dan menyadari tanggung jawab dan konsekwensi logisnya dikemudian hari (dimana ada pertanggung jawaban dihadapan Yang Maha Kuasa).

⁹ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Konfeksi> diakses pada tanggal 08 Maret 2019 pukul 11:00.

¹⁰ Akram Khan, *Economic Message of The Qur'an*, Kuwait: Islamic Book Publisher, 1996, hlm.43.

¹¹ Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Teras Cetakan I, 2011, hlm. 6-7.

Setiap aktivitas dalam manajemen bisnis syariah selalu diupayakan menjadi amal saleh oleh pelakunya dan bernilai ibadah, amal saleh yang bernilai ibadah menurut M. Ma'ruf Abdullah dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Bisnis Syariah* yang dimaksud ini adalah perbuatan baik yang dilandasi oleh:

1) Niat yang ikhlas karena Allah

Niat ikhlas artinya saat melakukan amal perbuatan, batin kita harus benar-benar bersih. Rasulullah saw. bersabda, “Innamal a'malu bin-niyat,” (Bukhari dan Muslim). Berdasarkan hadits itu, maka diterima atau tidaknya suatu amal perbuatan yang kita lakukan oleh Allah swt. sangat bergantung pada niat kita.

Suatu perbuatan walaupun terkesan baik, tetapi kalau tidak dilandasi keikhlasan karena Allah, maka perbuatan itu tidak dapat dikatakan sebagai amal saleh.¹²

2) Tata cara pelaksanaannya sesuai syariah

Sesuatu perbuatan yang baik tetapi kalau tidak sesuai dengan ketentuan syariah, maka tidak dapat dikatakan sebagai amal saleh. Contoh misalnya seseorang yang melakukan shalat ba'diah ashar kelihatannya perbuatannya itu baik, tetapi tidak ada ketentuan atau tidak ada contoh dari Rasul, sehingga tidak sesuai dengan ketentuan syariah.¹³

Dalam menjalankan sebuah usaha secara Islami, harus memiliki etika yang berlandaskan pada norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya dapat diukur dari peningkatan prestasi dan finansial. Lebih dari itu, keberhasilan suatu usaha harus diukur

¹² M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen ...*, hlm. 23.

¹³ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen ...*, hlm. 23.

melalui tolok ukur moralitas dan nilai etika yang berlandaskan pada nilai-nilai sosial dalam agama.¹⁴

3) Dilakukan dengan sungguh-sungguh

Dilakukan dengan sungguh-sungguh maksudnya semata-mata mengharap ridha Allah, bukan untuk pamer, ria, dan sebagainya.¹⁵ Hanya bersungguh-sungguh kita bisa berada pada keadaan terbaik kita. Hanya dengan kesungguhan kita dapat berkonsentrasi tanpa terasa lelah. Melakukan yang terbaik dan berkonsentrasi adalah kunci terhadap sempurnanya segala yang kita lakukan.

f. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.¹⁶

Keunggulan bersaing adalah suatu posisi dimana sebuah ajang persaingan bisnis (Porter, 1998). Keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage/SCA*) adalah keunggulan bersaing yang tidak mudah ditiru, membuat suatu perusahaan dapat merebut dan mempertahankan posisinya sebagai pimpinan pasar. Karena sifatnya yang tidak mudah ditiru, keunggulan bersaing yang berkelanjutan merupakan satu strategi

¹⁴ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017, hlm. 80.

¹⁵ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen ...*, hlm. 24.

¹⁶ Novita Sa'adatul hidayah, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", (Semarang: Skripsi Universitas Negeri Walisongo, 2015), hlm.15.

bersaing yang dapat mendukung kesuksesan suatu perusahaan untuk jangka waktu yang lama.¹⁷

Kotler (1997:203-204) membedakan empat tingkat perusahaan berdasarkan tingkat substitusi produk:

- 1) Persaingan merek: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang sama dengan harga yang sama.
- 2) Persaingan industri: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama.
- 3) Persaingan bentuk: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama.
- 4) Persaingan generik: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan dolar konsumen yang sama.¹⁸

Dalam menghadapi persaingan dan untuk merumuskan strategi, pertanyaan fundamental yang perlu dijawab adalah: dimana kelebihan perusahaan kita dibandingkan dengan lawan? Untuk menguji keunggulan suatu perusahaan dibanding dengan lawannya, pertama yang mesti diketahui dan dibandingkan adalah kompetitor yang ada. Perusahaan harus mengetahui aspek-aspek yang relevan tentang kompetitor untuk kemudian dianalisis apakah perusahaan memiliki sumber daya dan kapabilitas untuk menghadapi persaingan terutama kompetitor utamanya. Pertanyaan

¹⁷ Wibowo Kuntjoroadi, "Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan 3844, Vol. 16, No.1. Januari: 2009, hlm.46.

¹⁸ Tri Joko Utomo, "Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel", Jurnal fokus ekonomi Vol. 5 No. 1 Juni 2010. Hlm.77.

berikutnya yang perlu dijawab adalah, pertama; keunggulan “value” apa yang dapat diberikan ke customer, kedua; sumber daya apa yang dimiliki perusahaan sehingga kapabilitasnya adalah kompetitor, ketiga; berapa lama keunggulan tersebut dapat terus berkesinambungan dan tidak ditiru oleh kompetitor (sampurno,2009).¹⁹

¹⁹ Sampurno, Manajemen Stratejik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press) Hlm.159.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini mengenai strategi bisnis dalam perspektif ekonomi islam yang berjudul “Strategi Bisnis UD Meubel Tenang Jati menurut perspektif ekonomi islam”. peneliti mendapatkan kesimpulan hasil dari penelitian dengan memperoleh data dan mengumpulkan data yang ada di lapangan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai berikut.

Strategi bisnis yang di lakukan oleh bapak Muhammad Sujud adalah strategi bisnis dengan menggunakan Konsentrasi, Pengeembangan pasar, Pengembangan produk, Dikonversi konsentrik, dan dengan Pengembangan Sumber daya manusia. Menurut pengamatan penulis dari strategi yang di lakukan perusahaan masih terus berjalan hingga saat ini dan terus berkembang walaupun banyak pesaing baru yang berdatangan. Diantara banyaknya pesaing baru yang muncul ada pula yang tidak bisa bertahan atau tidak bisa bersaing dengan perusahaan lain.

Strategi bisnis dengan perspektif ekonomi islam yang di lakukan oleh bapak Muhammad Sujud adalah strategi bisnis yang menggunakan dasar ajaran agama islam dengan niat suci ibadah, jujur dan ikhlas. Menurut pengamatan penulis dari strategi bisnis dengan perspektif ekonomi islam yang di lakukan itu dengan perusahaan tersebut telah sesuai dengan ajaran-ajaran jual beli dalam islam yaitu berpedoman pada Al-

Quran dan Hadits hal ini bisa dilihat pada sistem jual beli dengan konsumen penjual atau pihak perusahaan selalu transparan dalam menjual setiap produknya tidak ada yang ditutupi atau bisa dibilang jujur, setiap akan melakukan transaksi di kasir barang yang akan dibeli konsumen akan dicek terlebih dahulu keadaan barang tersebut, jika ditemukan cacat maka akan ditukar dengan produk yang sejenis, lalu tidak menjelekkan perusahaan pesaing, persaingan yang ada adalah persaingan yang sehat dengan ikhlas melayani konsumen sepenuh hati. Hal ini menjadi dasar awal karena memang bisnis ini sudah di niatkan untuk ibadah dan membantu sesama dalam menyediakan produk dan membuka lapangan pekerjaan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti akan menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi pemilik di harapkan agar meningkatkan strategi yang ada serta memulai promosi di media internet agar pelanggan yang berbelanja di toko semakin bertambah banyak dengan begitu diharapkan perusahaan akan terus bertahan hingga bertahun-tahun lamanya.
2. Selain meningkatkan strategi yang di gunakan pemilik UD Meubel Tenang Jati juga di harapkan bisa mempertahankan kualitas produk bahkan mengembangkan kualitas produk yang lebih baik lagi yang

lebih memiliki nilai jual, nilai fungsi, dan nilai kepraktisan produk yang di produksi.

3. Studi yang dilakukan peneliti tentu masih banyak kekurangan dan keterbatasan, maka penelitian ini diharapkan bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain tentunya dengan objek, sudut pandang, variabel ataupun metode penelitian yang berbeda. Sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2001. *Manajemen Bisnis Syariah*, Banjarmasin: Aswaja Pressino.
- Ahmad Izzan dan Syahri Tanjung. 2006. *Referensi Ekonomi Syariah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ahmad, Mushaq. 2001. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 1994. *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2012. *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Al-Qadiri, Fadlilah Ibnu Sidiq. 2009. "*Strategi Aman Berbisnis Sukses*", Yogyakarta: Surya Media
- Andreas. *Strategi Bisnis*. <http://andreas.blog.teknikindustri.ft.mercubuana.ac.id>.
- Anoraga, Panji. 2004. *Manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta,
- Arianto, Efendi. *Pengertian Strategi*. <https://strategika.wordpress.com>.
- Arifin, Djohar. dan Abdul Aziz. 2013. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Deepublish.
- Arifin, Johan. 2008. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press,
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*.
- Arikunto. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung
- Basyir, Ahmad Azhar. 2000. *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdana Islam)*, Edisi Revisi, Yogyakarta : UII Press.
- Damin, Sudarwan. 2002. *Menjadi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia.
- Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: CV Asy-Syifa'
- Departemen Pendidikan Nasional. 2009. *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa.
- Elisabeth Ratih Pratiwi. 2016. *Analisis Strategi Bisnis Dalam Menghadapi Persaingan (Studi pada Siantar Hotel, Pematang Siantar)*, Skripsi Jurusan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan.
- Farouk, Umar. 2011. "*Komunikasi Bisnis Pemahaman dengan Mudah*", Yogyakarta : Wahana Totalita

- Fauzia, Ika Yunia. dan Abdul kadir Riyadi. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam* Jakarta: Prenada Media.
- Fitria. 2019. *Startegi Pemasaran pelaku Industri Mebel Dalam Menghadapi Persaingan Revolusi Industri 4.0 UD Salama Mebel Karduluk di Kabupaten Sumenep*, Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Wiraraja
- Ghony, M. Djunaidi. dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hanafi, M. Hamdun. 2003. *Manajemen*, Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Hero, Yulius. 2008. *Strategi Pemasaran Mebel Kayu Sentra Industri Kecil Pondok Bambu, Jakarta Timur*, Jurnal JMHT Vol XIV No 2 Agustus
- Hidayati, Nurul. 2011. *Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Mengembangkan Usahanya (Study Pada Industri Ikat Tenun Di Parengan Kecamatan Maduran- Lamongan)*, Skripsi Jurusan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis Surabaya.
- Januwarti, Rita. dan Eddy Poernomo. 2014. *Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Bunga “Cindy” Di Jl. Kayoon Utara No.12 Gentengkali – Surabaya*, Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Karim, Adiwarman, 2002. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: III T.
- Kotler, Philip. 1988. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Lubis, Suhrawadi K. 2004. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Mardani. 2014. *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhaimin. 2011. *Perbandingan Praktek Etika Bisnis Etnik Cina & Pembisnis Lokal*, Jogyaakarta : Pustaka Pelajar.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. dan Alimin. 2004. *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Wali Pers.
- Munandir. 2005. *Kamus Kata Serapan Bahasa Indonesia*, Edisi pertama, Malang: UM Press.

- Nasir, Akhmad. 2017. *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan*, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol 5 No 1
- Nawawi, Ismail. 2012. *Strategi Inovasi Produksi dan Kompetitif Bisnis dalam Perspektif Islam*, Jurnal Al-Tahrir Vol.12 No.1, Surabaya: IAIN Sunan Ampel.
- Pondia, Siti. 2018. *Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) (Studi Pada Usaha Kecil Grubi Langgeng Sari Desa Kediri Kecamatan Karanglewas Kabupaten Banyumas*, Skripsi Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Priyo, Hangga. 2019. *Analisis Startegi Pemasaran Mebel Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Mebel*, Tesis Program Magister Manajemen Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Rahmayanti. 2013. *Strategi Peningkatan Retribusi (Jasa) Pasar Niaga Daya Di Ota Makasar*.
- Rangkuti, Freddy. 2019. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis_Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*.
- Rodin, Dede. 2015. *Tafsir Ayat Ekonomi*, Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Said, Muh. 2008. *Pengantar Ekonomi Islam dasar-dasar dan pengembangan*, Pekanbaru: Suska Press.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*, Refika Aditama, Bandung
- Siagian, Sondang P. 2004. *"Manajemen Stratejik"*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Solihin, Ismail. 2008. *Memahami Business Plan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sukriyah, Iyah. 2016. *Strategi Bisnis Budidaya Ikan Lele Perspektif Etika Bisnis Islami (Studi Kasus di Kelompok Budidaya Ikan Lele Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon)*, Skripsi Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat,
- Sutarno. 2012. *Serba-serbi Manajemen Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Suwarsono, Muhammad. 2013. *"Manajemen Strategik: Konsep dan Alat Analisis"*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ticoalu. dan Agus Dharma. 1997. *Kebijakan dan Strategi Manajemen cet.II*, Jakarta: Erlangga.

- Tjoe, Tjia Fie dan Haryadi Sarjono. 2010. “*Strategi Bisnis pada PT CTL dengan Pendekatan Metode TOWS*”, Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Umar, Husain. 2002. *Research Method's in Finance and Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-masalah Manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Wojowasito dan Poerwadarminta. 2018. *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, Bandung: Media IPTEK Bandung.
- Yaskun, Mohammad. 2017. *Peran Relational Benefits Dalam Peningkatan kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Mebel Lamongan,*) Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis Vol 4 No 2
- Yusanto, M. Ismail. dan M. Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani.
- Yusanto, Muhammad Ismail. dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Penerbit Gema Insani Press
- Zainal, Veithzal Rivai dkk. 2017. *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Zakaria, Moch. Lutfi. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Isi Ulang Minyak Wangi Pada Usaha Perseorangan Boss Parfum, Bogor: Institut Pertanian Bogor.*