

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA BATIK RETNO
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

JOKO SUPRIYANTO

NIM. 2013115437

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA BATIK RETNO
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

JOKO SUPRIYANTO

NIM. 2013115437

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JOKO SUPRIYANTO

NIM : 2013115437

Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA BATIK
RETNO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 14 Mei 2022

Yang Menyatakan,



JOKO SUPRIYANTO
NIM. 2013115437

NOTA PEMBIMBING

Dr. Zawawi, M.A

Bangetayu Wetan, Kecamatan Genuk, Kota Semarang

Lamp. : 3 (Tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Joko Supriyanto

Kepada Yth.
Dekan 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:

Nama : **Joko Supriyanto**

Nim : **2013115437**

Prodi : **Ekonomi Syariah**

Judul : **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA BATIK
RETNO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 14 Mei 2022

Pembimbing,



Dr. Zawawi, M.A

NIP. 197706252008011013



**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

P E N G E S A H A N

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan Tugas Akhir saudara:

Nama : **JOKO SUPRIYANTO**
NIM : **2013115437**
Judul : **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA BATIK
RETNO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

Telah diujikan pada hari Selasa 7 Juni 2022 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Saejana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag.
NIP. 19691227 199803 1 004

Penguji II

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.
NIP. 19851012 201503 1 004

Pekalongan, 20 Juli 2022

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.M.H
NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunianya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang akan dipersembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk hidup dan memberikan kesempatan untuk melakukan studi sampai di saat ini.
2. Untuk Bapak dan Ibu saya yang selalu senantiasa mendoakan dan selalu memberi semangat setiap hari. Bagi saya mereka merupakan satu-satunya alasan untuk tetap untuk sampai di titik ini. Semoga Allah memberi pahala yang berlimpah kepada kedua orang tua saya.
3. Dan untuk semesta dan segala hal yang mendukung kehidupan.

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyiraf : 5)

Man Shabara Zhafra

ABSTRAK

Supriyanto, Joko. Strategi Pengembangan Usaha Pada Batik Retno Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Batik Retno mengembangkan usaha yang bergerak di bidang garmen pakaian daster batik dengan fasilitas produksi yang berlokasi di wilayah Batang. Retno Batik melihat hal ini sebagai salah satu peluang usaha yang sangat menjanjikan dan menguntungkan dengan target market adalah ibu-ibu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pada Batik Retno dalam perpektif ekonomi syariah. Tidak sedikit perusahaan serupa yang berlomba-lomba menciptakan setelan wanita dengan macam-macam model desain yang unik dan menarik agar produk yang dihasilkan dapat laris manis diminati, sehingga persaingan pun tidak dapat dihindari.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Batik Retno, Jl. Kemuning, Desa Rowobelang RT 02/ RW 01 Kecamatan Batang, Kabupaten Batang. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Analisis data menggunakan teknik triangulasi yang meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan keabsahan data.

Hasil penelitian ini yaitu: strategi yang dilakukan oleh Batik Retno dalam mengembangkan usahanya: pengembangan produk, pengembangan pasar dan inovasi baru dan menurut perspektif ekonomi syariah implementasi pengembangan usaha Toko Batik Retno seperti bertindak jujur dan benar dalam setiap melakukan kegiatan pemasaran, selalu menekankan pada etika dalam berbisnis, tidak melakukan curang, tidak menjual produk yang diharamkan oleh agama, tidak mengurangi timbangan dan ukuran dalam mendistribusikan produknya, tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya, tidak menjelekkkan bisnis orang lain dalam memasarkan produknya, penuh keikhlasan dalam melayani konsumennya dengan lemah lembut, serta tidak membedakan antara konsumen satu dengan konsumen yang lain.

Kata kunci: strategi pengembangan usaha, perspektif ekonomi syariah

ABSTRACT

Supriyanto, Joko. Business Development Strategy for Retno's Batik in Sharia Economic Perspective

Batik Retno developed a business that is engaged in the batik negligee garment with production facilities located in the Batang area. Retno Batik sees this as a very promising and profitable business opportunity with the target market being women. The purpose of this study was to find out the strategy for developing already on Batik Retno from a sharia economic perspective. Not a few similar companies are competing to create women's suits with a variety of unique and attractive design models so that the resulting products can sell well, so that competition cannot be avoided.

This research uses descriptive qualitative research. Batik Retno, Jl. Kemuning, Rowobelang Village RT 02/ RW 01 Batang District, Batang Regency. Data collection techniques with the method of observation, in-depth interviews, documentation and literature study. Data analysis used triangulation technique which includes data reduction, data presentation, conclusion drawing and data validity.

The results of this study are: strategies carried out by Batik Retno in developing its business: product development, market development and new innovations and according to a sharia economic perspective the implementation of Retno's Batik Shop business development is like acting honestly and correctly in every marketing activity, always emphasizing ethics in business , do not cheat, do not sell products that are forbidden by religion, do not reduce the scales and sizes in distributing their products, never force consumers to buy their products, do not vilify other people's businesses in marketing their products, are sincere in serving their consumers gently, and do not differentiates one consumer from another.

Keywords: business development strategy, sharia economic perspective

KATA PENGANTAR

Assalamu'alikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan lancar dan baik skripsi dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA BATIK RETNO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam sehingga dapat menjadi bekal hidup kita baik di dunia dan di akhirat.

Suatu kebanggaan tersendiri jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Penulis sadar banyak hambatan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini. Untuk itu penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. 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 Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
4. Bapak Ahmad Burhanuddin, M.A selaku dosen wali.

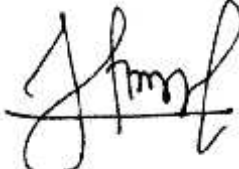
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dengan ikhlas dan sabar, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan staf karyawan IAIN Pekalongan yang telah mewariskan ilmunya kepada kami dengan tulus.
7. Teman-teman yang selalu menemani penulis dengan setia dalam suka maupun duka.
8. Semua pihak yang turut adil dalam penyelesaian Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Terima kasih untuk semuanya. Tanpa anda semua, penulis bukanlah siapa-siapa. Penulis menyadari bahwa karya ilmiah sederhana ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga saran dan kritik dari para pembaca sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga karya ilmiah ini dapat membawa manfaat bagi semuanya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 Mei 2022

Penulis



Joko Supriyanto

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU	9
A. Landasan Teoritis	9
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berpikir	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Pendekatan Penelitian	33
C. Lokasi Penelitian	34
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	47
BAB V PENUTUP	66
A. Simpulan.....	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
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 diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha

ء	hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh: نزل = *nazzala*

بهن = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o' _) ditulis a, *kasrah* (o _) ditulis I, dan *dammah* (o _ _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل, ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئىء ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تآخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM Nasional Periode 2018-2020	2
Tabel 1.2 Tabel Omzet Penjualan Produk Batik Retno Periode 2016-2020....	6
Tabel 4.1 Triangulasi Metode yang digunakan untuk menganalisis Faktor Penghambat Berkembangnya Usaha Batik Retno	47
Tabel 4.2 Triangulasi Strategi Pengembangan Usaha Pada Batik Retno.....	52
Tabel 4.3 Pengembangan Usaha Pada Retno Batik Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Motif Batik Jlamprangan.....	43
Gambar 4.2 Motif Batik Semen	44
Gambar 4.3 Motif Batik Sawat	45
Gambar 4.4 Motif Batik Liong	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara, I

Lampiran 2 HASIL WAWANCARA, II

Lampiran 3 DOKUMENTASI, IV

Lampiran 4 DAFTAR RIWAYAT HIDUP, VII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit-unit usaha yang semakin bertambah baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian (Utomo, 2010). Menjalankan suatu usaha tentunya mempunyai tujuan agar tetap mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya sehingga penjualan dan pendapatan diharapkan selalu meningkat. Hal ini tidak terlepas dari pentingnya peran strategi usaha yang diterapkan oleh setiap lini usaha.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM telah menjelma menjadi salah satu elemen penting perekonomian Indonesia pada saat ini, hal ini dikarenakan sektor UMKM ikut membantu dalam menyumbang Pendapatan Domestik Bruto nasional dan juga membantu mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Industri UMKM telah tumbuh dan berkembang dengan cepat dari waktu ke waktu. Jumlah unit UMKM yang ada di Indonesia sangatlah banyak sehingga sangat membantu dalam

mengurangi jumlah pengangguran yang ada dan juga membantu meningkatkan pendapatan demi kesejahteraan masyarakat.

Pada waktu terjadi krisis global pada tahun 2008 ada 3 negara kuat dalam menghadapi terpaan krisis global tersebut yaitu Indonesia, Republik Rakyat Tiongkok dan India, ternyata kunci sukses ketiga Negara tersebut terletak pada UMKM yang menjadi Fundamental Ekonomi, Karena usaha Mikro Kecil Menengah yang tumbuh pesat sangat membantu didalam pembangunan Ekonomi di Indonesia. Karena dengan pesatnya UMKM dapat menggeliatkan roda perekonomian suatu daerah serta menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dengan krisis global pun tidak berdampak terhadap perekonomian Indonesia.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM Nasional
Periode 2018-2020

No.	Indikator	Satuan	2018	2019	2020
1	Jumlah UKM	Unit	55 206 444	56 534 592	57 895 721
2	Pertumbuhan Jumlah UKM	Persen	2,57	2,41	2,41

Sumber: Data Badan Pusat Statistik tahun 2018-2020, Update terakhir: 22 Desember 2020

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa sisi pertumbuhan UMKM dari tahun 2019 hingga 2020 meningkat sekitar 1.361.129 unit atau sekitar 2,41%. Hal ini merupakan bukti bahwa UMKM merupakan katup pengaman, dinamisator dan stabilisator perekonomian Indonesia. Akan tetapi dengan adanya pandemi Covid-19 diprediksi pertumbuhan UMKM akan mengalami penurunan. Kotler, mengatakan bahwa pengembangan usaha membutuhkan alat pemasaran. *Marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan (Alma, 2017). *Marketing mix* adalah kombinasi beberapa elemen untuk

memperoleh pasar, pangsa pasar yang lebih besar, posisi bersaing yang kuat dan citra positif pada pelanggan sehingga dapat kita artikan bahwa tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan hasil penjualan, serta dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan dan stakeholdernya (Pearce, 2008).

UMKM harus dikembangkan guna menciptakan masyarakat yang sejahtera. Namun apakah cara dan jenis usaha yang ditempuh dalam memenuhi hajat hidup itu sudah sesuai dengan aturan Islam, itulah yang menjadi persoalan dan harus di perhatikan oleh pengusaha. Dalam menjalankan UMKM tentu saja ada batasan-batasannya dalam memilah barang yang akan di produksi oleh pelaku usaha, sebagaimana firman Allah Q.S An-Nahl:115 (Mardani, 2021):

اضْطَرَّ فَمِنْ بَنَىٰ لِلَّهِ لِيُغَيِّرَ أَهْلًا وَمَا الْخِنْزِيرُ وَلَحْمٌ وَالدَّمُ الْمَيْتَةُ عَلَيْكُمْ حَرَمٌ إِنَّمَا رَجِيْمٌ غَفُوْرٌ اللَّهُ فَإِنَّ عَادٍ وَلَا بَاغٍ غَيْرَ

Artinya: Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (hewan) yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barang siapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak pula melampaui batas, maka sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”

Sistem ekonomi syariah merupakan cara dan pelaksanaan kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Perkembangan ekonomi syariah yang semakin marak ini merupakan cerminan kerinduan umat Islam dalam menjalankan bisnis secara Islami, pesatnya persaingan antara pembisnis mengakibatkan adanya persaingan yang tidak sehat demi mendapatkan keuntungan yang besar dalam aktifitas pengembangan usahanya. Sehingga

banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan peraturan Allah SWT (Karim, 2014).

Pengembangan usaha yang dilakukan oleh pembisnis secara umum dimulai dalam suatu wadah yang disebut pasar, dimana pasar merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual yang saling berinteraksi dalam bermuamalah. Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa, adapun pasar menurut kajian ilmu ekonomi memiliki pengertian sebagai suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.

Variabel *marketing mix* yang utama ada empat yang di kenal dengan 4P yaitu *product* yang merupakan kombinasi barang dan jasa yang di tawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. *Price* atau harga yg merupakan apa yang harus diberikan oleh pembeli untuk mendapatkan suatu produk. Selanjutnya yaitu *place* (tempat) menunjukan berbagai kegiatan yang di lakukan perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi perusahaan dan yg terakhir yaitu *promotion* (promosi) sebagai kegiatan yang menghasilkan informasi, membujuk, atau mengingatkan konsumen akan manfaat dari suatu produk (Assuari, 2013).

Perkembangan garmen menjadi kontribusi terbesar di perkembangan industri tekstil saat ini. Garmen atau pakaian jadi menjadi salah satu kunci dari peningkatan sumbangan di bidang tekstil, industri yang menjadi salah satu sektor

andalan Indonesia dalam rangka pertumbuhan perekonomian nasional. Pengertian garmen sebagai produk akhir dari penggabungan dan penjahitan berbagai potongan dan komponen hingga menjadi suatu bentuk jadi berupa busana atau pakaian jadi, berperan penting dalam industri tekstil dan produk tekstil. Industri garmen juga memberikan sumbangan yang tidak kecil dalam meningkatkan nilai ekspor non migas.

Industri tekstil dan produk tekstil nasional diperkirakan menyerap 400.000 tenaga kerja baru pada tahun 2012, didorong oleh realisasi sejumlah investasi baru di sektor garmen. Ini menunjukkan bahwa industri garmen sangat dominan menguasai tekstil di Indonesia. Batik Retno mengembangkan usaha yang bergerak di bidang garmen pakaian daster batik dengan fasilitas produksi yang berlokasi di wilayah Batang. Retno Batik melihat hal ini sebagai salah satu peluang usaha yang sangat menjanjikan dan menguntungkan dengan target market adalah ibu-ibu. Tidak sedikit perusahaan serupa yang berlomba-lomba menciptakan setelan wanita dengan macam-macam model desain yang unik dan menarik agar produk yang dihasilkan dapat laris manis diminati, sehingga persaingan pun tidak dapat dihindari. Meskipun banyak toko yang menawarkan produk-produk daster dan setelan wanita, namun tidak semua yang dijual bisa laku di pasar (Pandji, 2013). Jadi semakin banyak produk maka semakin banyak pula pilihan para konsumen untuk memakai atau menggunakannya. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi seperti harga, kualitas, dan model busana.

Menurut Ibu Wariti sebagai *owner* Batik Retno sangat memperhatikan kualitas dari produk yang akan diberikan kepada konsumen atau pelanggan.

Selain itu, pihaknya juga melayani pengiriman ke seluruh wilayah di Indonesia. Kelebihan yang menjadikan produk Retno Batik lebih kompetitif, yaitu produk berfokus pada batik Printing yang lebih tahan lama untuk motif dan warna dengan bahan berkualitas tinggi. Dalam kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini, Ibu Wariti mengaku tetap optimis walaupun sudah tentu penjualan *offline* berkurang karena adanya aturan-aturan pembatasan aktivitas serta jam operasional. Untuk menyiasatinya, Batik Retno gencar melakukan penjualan dan promo melalui *online* melalui *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia.

Tabel 1.2
Tabel Omzet Penjualan Produk Batik Retno
Periode 2016-2020

No.	Tahun	Omzet
1	2016	5.400.000.000
2	2017	8.910.000.000
3	2018	12.870.000.000
4	2019	13.860.000.000
5	2020	11.880.000.000

Sumber: Data diolah 2021

Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan omzet penjualan produk Batik Retno dari tahun 2019 dan 2020, sehingga perlu adanya strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan kembali omzet penjualan produk Batik Retno. Strategi sebagai suatu tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa yang akan datang (David, 2006). Dengan semakin banyaknya

perusahaan pakaian wanita, Retno Batik harus mampu untuk tetap mempertahankan kelangsungan usahanya serta besaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya. Terdapat beberapa sub strategi intensif yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya diantaranya, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengembangan pasar. Jika Batik Retno melakukan strategi pengembangan usaha diharapkan adanya perubahan yang ditimbulkan dari penerapan strategi ini dalam hal penambahan, kepuasan kosumen, penguasaan pasar serta omset yang didapatkan.

Melihat fenomena perkembangan bisnis kemasan tekstil saat ini, perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi untuk membedakan produk dengan pesaing, serta meningkatkan kualitas produk. Agar perusahaan dapat tetap bertahan dalam perindustri diperlukan adanya strategi untuk menghadapi tekanan yang dapat mempengaruhi eksistensi perusahaan secara berkelanjutan. Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk merancang strategi kompetitif perusahaan adalah *competitive positioning analysis*, dengan analisis ini, diharapkan perusahaan dapat membuat perencanaan strategis yang berkaitan dengan posisi kompetitif-nya. Industri manufaktur di era modern ini harus lebih meningkatkan daya saing dengan memperhatikan segmentasi, terget, dan posisi yang sesuai dengan lingkungan perusahaan agar para konsumen merasa puas dan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Pada Batik Retno Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu: bagaimana strategi pengembangan usaha pada Batik Retno dalam perspektif ekonomi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pada Batik Retno dalam perspektif ekonomi syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi UMKM atau Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi evaluasi usaha yang berguna sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan atau penentuan strategi perusahaan, dalam rangka meningkatkan *volume* penerimaan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan, sehingga mampu membandingkan teori dan aplikasinya dalam kenyataan yang terjadi di lapangan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian tentang analisis strategi pengembangan usaha Batik Retno ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam terdapat kesimpulan yaitu: strategi yang dilakukan oleh Batik Retno dalam mengembangkan usahanya: pengembangan produk, pengembangan pasar dan inovasi baru. Menurut perspektif ekonomi syariah implementasi pengembangan usaha Toko Batik Retno seperti bertindak jujur dan benar dalam setiap melakukan kegiatan pemasaran, selalu menekankan pada etika dalam berbisnis, tidak melakukan curang, tidak menjual produk yang diharamkan oleh agama, tidak mengurangi timbangan dan ukuran dalam mendistribusikan produknya, tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya, tidak menjelekkan bisnis orang lain dalam memasarkan produknya, penuh keikhlasan dalam melayani konsumennya dengan lemah lembut, serta tidak membedakan antara konsumen satu dengan konsumen yang lain.

B. Saran

Berdasarkan kendala-kendala tersebut ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan:

1. Diharapkan kepada Batik Retno untuk lebih giat dan kreatif lagi dalam menghadapi kendala-kendala yang ada sehingga usaha yang dijalankan tidak mengalami kerugian yang signifikan.

2. Diharapkan kepada Batik Retno untuk lebih ramah lagi dalam melayani pelanggan, agar tidak merusak silaturahmi antar sesama.
3. Diharapkan kepada Batik Retno untuk mampu mempertahankan konsistensinya dalam mengembangkan usaha yang berpatokan kepada ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga Pandji. 2013. *Pengantar Usaha. Pengelolaan Usaha Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rieneka Cipta
- Aryan Eka Prastya Nugraha. 2018. *Sharia Digital Business: Strategi dan Pengembangan Bisnis Berkelanjutan*. EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 6, Nomor 2, 2018, 241 – 252. P-ISSN: 2355-0228, E-ISSN: 2502-8316
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Satu. Jakarta: Rajawali Pers
- Badri, M. A. 2010. *Panduan Praktis Fikih Islam Perniagaan Islam (Berbisnis Dan Berdagang Sesuai Nabi Shallahu'alaihi Wa Salam)*. Yogyakarta: Media
- Buchari Alma. 2017. *Kewirausahaan* (Edisi Revisi Dilengkapi Lampiran Kegiatan Praktikum Memebentuk dan Keterampilan Wirausaha), Cet. XXI dan XXII, Bandung: Alfabeta
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- , 2011. *Strategic Management, Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat
- Duma Sari Siregar. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan*. Skripsi. Padang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Press
- Glueck dan Jauch. 2000. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry. Jakarta: Erlangga
- Husni, M. 2009. *Manajemen Strategi*. Kudus: DIPA STAIN Kudus
- Isna Aviana Nafisa. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Pada Warga Tunagrahita Di Desa Karangpatihan Balong Ponorogo*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Press
- Johan, S. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr. 2008. *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Karim, A. W. 2014. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Press

- Lisyawati Nurcahyani. 2018. *Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v3i1.530>.
- Mardani. 2021. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Mariyatul Qibtiyah. 2018. *Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban*. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Malang
- Meri Ayu Uliyani. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Darussalam)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Press
- Moleong, L. J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurul Khamidah. 2019. *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali Mustika Di Kabupaten Batang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Press.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Usaha*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sakia Pajriani, Muh. Asra dan Ibrahim Tawile. 2020. *Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Bisnis Ritel Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Masyarakat Penjual Eceran Sekitar Top Swalayan Kolaka)*. Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (2020) 3 (1), 234-246
- Sintia Pratiwi. 2021. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar Press
- Subekan, Khoirul Azasi, M. Wiji Purnomo. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Mandiri Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batu Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah Vol 9, No.2, 2021, hlm. 129-138. ISSN-e 2715-7334 | ISSN-P 2654-3567
- Sudjana. 2000. *Strategi Pembelajaran*. Bandung: Falah Production
- Tri Joko Utomo. 2010. *Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel*, Jurnal Fokus Ekonomi Vol. V. Nomor. 1, Juni 2010.