



**PERILAKU BISNIS PENGUSAHA BATIK DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Krapyak Kidul Pekalongan)**

SKRIPSI

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

Oleh :

DIAH YANUARTI
NIM. 2013115192

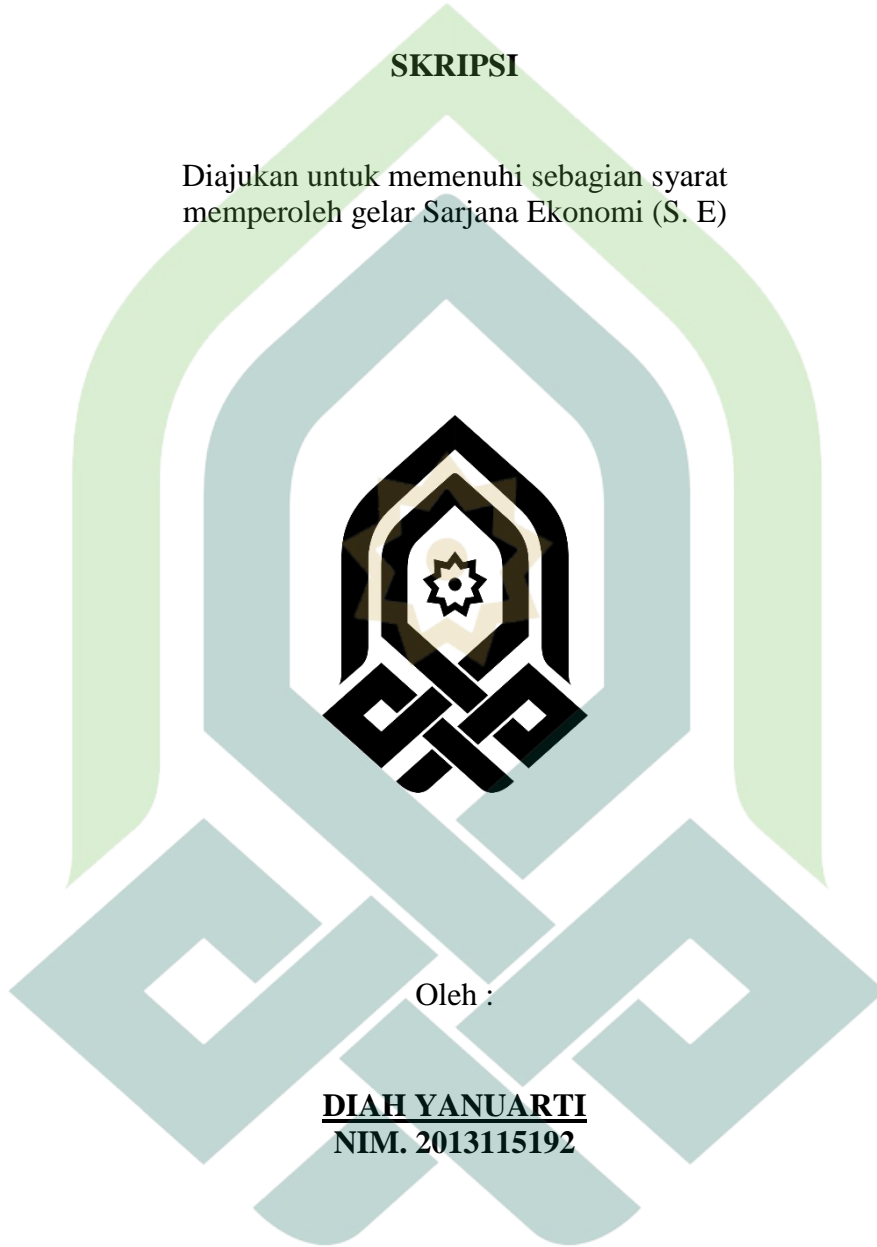
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PERILAKU BISNIS PENGUSAHA BATIK DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Krpyak Kidul Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

DIAH YANUARTI
NIM. 2013115192

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **DAH YANUARTI**
NIM : **2013115192**
Fakultas : **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Judul Skripsi : **PERILAKU BISNIS PENGUSAHA BATIK
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Krpyak Kidul Pekalongan)**

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 akademik dan dicabut gelarnya.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 03 November 2020

Yang menyatakan



DAH YANUARTI

NIM. 2013115192

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. Diah Yanuarti

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 : Diah Yanuarti

NIM : 2013115192

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Perilaku Bisnis Pengusaha Batik Dalam Perspektif Etika Bisnis
Islam (Studi Kasus di Krpyak Kidul Kota Pekalongan)

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, 03 November 2020

Pembimbing,



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	ṣ	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
ا = a		آ = ā
إ = i	أى = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasyid, geminasi)

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

Contoh :

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ 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>
البديع	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. Orang tua penulis tercinta, Bapak Amat Syaini dan Ibu Kumiatur 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.
2. Kakak dan adek penulis tersayang Siti Fadhilah dan Rizky Maulana yang senantiasa memberikan semangat.
3. Sahabat terbaik penulis Nilam Cahya Negari, Umma Multazamah, Lina Fuadiyah, Fidia Oktaviani, Novi Nasukha, Dina Fitriani, Zulfatul Amalia dan Riyan Roshada yang berjuang bersama saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga untuk teman-teman yang selalu memberi do'a dan semangat.
4. Segenap tim KKN angkatan 47 IAIN Pekalongan di Desa Kebon Gede Kecamatan Bantarbolang Kabupaten Pemasang yang saling memberikan dorongan dan semangat.
5. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan IAIN Pekalongan angkatan 2015 IAIN Pekalongan.
6. Almamater tercinta IAIN Pekalongan tempat menempuh pendidikan yang saya banggakan.





MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

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





ABSTRAK

Ditemukan banyaknya pelaku bisnis yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Perilaku menyimpang ditemukan di berbagai usaha, terutama dalam salah satu usaha yang menjadi fokus peneliti yakni dalam dunia batik, diantara penyimpangan yang terjadi seperti barang yang dijual terdapat kecacatan yang tersembunyi, serta kurangnya transparansi bentuk spesifik9asi produk yang dijual seperti kualitas yang terkandung pada sebuah produk yang ditawarkan, sehingga seringkali konsumen membeli produk tak sesuai dengan nilai harga yang diharapkan. Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana perilaku bisnis pada pengusaha batik di Krpyak Kidul Kota Pekalongan (2) Bagaimana perilaku pengusaha batik menurut perspektif etika bisnis Islam.

Jenis penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif, penelitian ini merupakan dalam metode kualitatif, penelitian dilakukan dengan teknik penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Dimana sumber data primer diperoleh dari pemilik usaha, konsumen dan karyawan. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari berasal dari dokumen-dokumen, catatan-catatan, laporan-laporan serta arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian.

Pada teknik pengambilan sampel penelitian ini, teknik yang digunakan yakni teknik *cluster sampling*. Teknik pengambilan sampel ini digunakan bilamana populasi tidak terdiri dari individu-individu, melainkan terdiri dari kelompok individu atau *cluster*. Teknik *sampling* kelompok individu digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas.

Hasil penelitian ini adalah perilaku pengusaha batik nivva collection di Krpyak Kidul Pekalongan, dari keseluruhan prinsip etika bisnis islam sebagian sudah sesuai oleh perilaku pengusaha batik nivva collection. Dalam hal ini dapat dilihat dari perilaku pengusaha yang memberikan kebijakan kepada karyawannya untuk segera melaksanakan ibadah sholat dan memberikan waktu beristirahat, dan pemilik usaha batik nivva ketika mendapatkan pendapatan lebih, sebagian pendapatannya dikeluarkan untuk bersedekah. Selain itu pemilik usaha batik nivva juga memberikan kebijakan dalam bentuk pemberian tambahan gaji ketika pendapatannya melebihi target penjualan perlakuan adil terhadap karyawan.

Kata Kunci: Perilaku, Bisnis, dan Etika Bisnis Islam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN LITERASI.....	v
PESRSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	21
C. Tujuan Penelitian	22
D. Batasan Masalah	22
E. Manfaat Penelitian	22
F. Landasan Teori.....	23
G. Penelitian Terdahulu	34
H. Kerangka Berpikir.....	39
I. Metode Penelitian	40
J. Sistematika Penulisan	48
BAB II LANDASAN TEORI	50
A. Perilaku Bisnis	50
1. Pengertian Perilaku	50
2. Pengertian Bisnis	52
3. Pengertian Perilaku Bisnis	53
4. Perilaku Bisnis Menurut Perspektif Islam	56
B. Batik.....	60
1. Pengertian Batik.....	62
2. Sejarah Batik.....	62





3. Jenis Batik Berdasarkan Cara Pembuatan.....	64
C. Etika Bisnis Islam	67
1. Pengertian Etika	67
2. Pengertian Bisnis	69
3. Pengertian Etika Bisnis Islam	70
4. Fungsi Etika Bisnis Islam	77
5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	78
6. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islam	81
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	92
A. Gambaran Umum.....	92
1. Sejarah Batik Nivva Collection.....	92
2. Letak Geografis Batik Nivva Collection.....	93
3. Profil Pemilik Batik Nivva Collection.....	94
4. Visi dan Misi.....	94
B. Aktivitas Tenaga Kerja Batik Nivva Collection	95
1. Bagian dan Struktur Tenaga Kerja Batik Nivva Collection.....	95
2. Sarana dan Prasarana Usaha Batik.....	98
3. Perilaku Pengusaha Batik Krapyak Pekalongan	100
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	106
A. Analisis Perilaku Pengusaha Batik Nivva Collection di Krapyak Kidul Pekalongan.....	106
B. Analisis Perilaku Pengusaha Batik Nivva Collection dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.....	110
BAB V PENUTUP.....	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

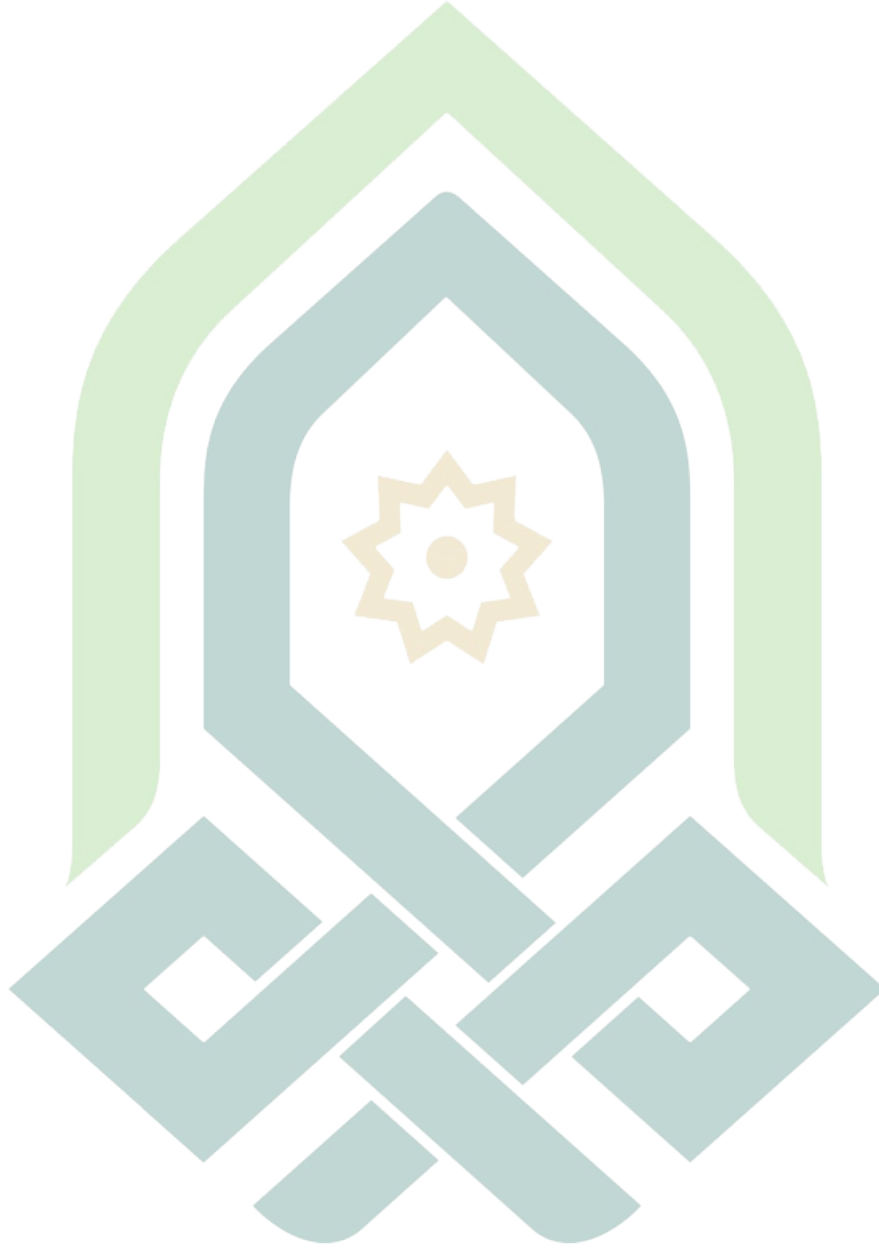
TABEL 1.1 Daftar List Harga Barang	10
--	----



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 kerangka berpikir	39
------------------------------------	----







DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi
- Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Merencanakan kegiatan bisnis memerlukan ide dan mempertimbangkan risiko yang ada, tetapi memiliki ide tidaklah cukup, menjiwai sikap perilaku seorang wirausaha juga dibutuhkan untuk memiliki karakteristik yang kuat dalam mendorong keberhasilan yang diharapkan. Dalam memproyeksikan sebuah ide bisnis, beberapa aspek diperlukan dalam mendorong target keberhasilan agar tercapai, dikutip dalam sebuah wawancara kepada owner Batik Nivva Collection yang menjelaskan bahwa “tidak ragu dalam mengambil langkah, siap untuk tidak meratapi kegagalan, mengetahui mekanisme produk yang akan dipersiapkan untuk diluncurkan ke pasar, memahami *trend* dan segmentasi pasar.”¹

Bisnis tak hanya sekedar menyiapkan modal, namun ada beberapa aspek perencanaan yang diperlukan dalam membangun dan mempertahankan bisnis yang sudah berjalan, dibutuhkan segudang pengalaman dalam memulai sebuah bisnis untuk mendirikan, serta mempertahankannya ketika sudah berdiri untuk dapat selalu eksis dan memiliki daya saing yang kuat.

¹Wawancara Ibu Buning Fajriyah Pemilik Nivva Collection Pekalongan tanggal 5 September 2019 pukul 08:22 WIB.

Dalam Islam, bisnis sangat dianjurkan karena merupakan sebuah kegiatan dalam mencari nafkah. Bisnis sudah dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW dan para sahabatnya, sejak usia muda para sahabat sebagai muslim yang baik mengikuti cara berdagang Rasulullah yang mana bisnis bukan hanya sekedar mencari nafkah, tetapi juga menjalankan nilai-nilai yang dianjurkan dalam syariat Islam seperti menerapkan etika bisnis Islam.² Seseorang yang berbisnis memiliki penghasilan yang paling baik dari penghasilan yang lainnya, dalam suatu hadits dijelaskan:

“sesungguhnya sebaik-baiknya penghasilan para pedagang yang mana apabila berbicara tidak bohong, apabila diberi amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila membeli tidak mencela, apabila menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila menagih hutang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan” (HR. Al Baihaqi).³

Kegiatan bisnis merupakan sebaik-baiknya profesi, hal ini diperkuat dalam sebuah periwayatan hadits yang menjelaskan bahwa: “Nabi SAW, ditanya oleh salah seorang sahabatnya: ya Rasulullah penghasilan apakah yang paling baik? Beliau menjawab, penghasilan seseorang dari jeri payah tangannya sendiri dan setiap jual beli yang *mabrur*” (HR. Ahmad).⁴ Periwayatan sebuah hadits tersebut menjelaskan bahwa manusia sebagai makhluk sosial yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan satu sama lain, fakta menjelaskan bahwa bisnis juga menjadi mata pencaharian yang banyak dipilih oleh beberapa masyarakat yang sudah bosan menjadi seorang pegawai/karyawan atau bahkan memang tak memiliki minat sama sekali menjadi seorang bawahan disuatu

² Buchari Alma, “*Pengantar Bisnis*,” Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 13.

³ Yusanto, Muhammad Ismail, “*Menggagas Bisnis Islami*,” Gema Insani, 2002

⁴ Fauzia, Ika Yunia, “*Etika Bisnis Dalam Islam*,” Prenada Media, 2018



perusahaan negeri/swasta.⁵ Ketika bisnis dikaitkan dengan prinsip-prinsip dasar agama seperti dalam pembahasan ekonomi syariah yang mengkaitkan dengan norma-norma etika perekonomian dalam sistem Islam. Aktivitas perekonomian berbasis syariah merupakan salah satu praktik ekonomi yang menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam keislaman yang harus dijalankan oleh para pelakunya dalam hal yang menyangkut kegiatan berproduksi, konsumsi dan berbisnis.⁶

Sistem bisnis yang menggunakan nilai-nilai keislaman tentunya juga dapat memperluas dan membudaya menjadi salah satu pegangan atau pedoman pada suatu lingkungan, hal ini dapat membuat aktivitas perekonomian di lingkungan yang menerapkannya menggunakan norma-norma yang terkandung dalam perekonomian secara Syari'ah. Semakin bisnis Islami dikenal dan dimunculkan, maka akan memunculkan perekonomian yang ideal dalam sistem lingkungan yang islami, mulai dari tata keuangan dan tata pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) agar tidak menyimpang dari sesuatu yang dilarang oleh syari'at Islam.

Dengan maraknya para pelaku usaha yang menerapkan etika bisnis dalam islam semata-mata mengharap ridho agar segala amal kegiatan dalam usahanya menjadi baik sesuai dengan syari'at yang terkandung dalam islam dan menghindarkan adanya hal yang bertentangan atau tersembunyi dengan kewajiban terhadap agama. Sebagai seorang

⁵ Ma'ruf Abdullah, "*Manajemen Bisnis Syariah*," Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014, hlm. 3.

⁶ M. Moefad, "*Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Sosial*," Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA, 2007, hlm. 17



muslim/muslimah yang sudah mengetahui gambaran ruang lingkup etika bisnis yang dianjurkan dalam agama jika aktivitas berbisnisnya masih melakukan penyimpangan maka tidak akan membawa mudharat bagi yang bersangkutan.⁷

Umumnya pelaku usaha menginginkan profit (keuntungan) yang sebesar-besarnya dalam melakukan aktivitas bisnis, untuk mewujudkannya beberapa rancangan dalam mengelola aktivitas bisnis akan dilakukan agar tujuan yang menjadi target pelaku usaha dapat terproyeksikan. Usaha yang dijalankan tentunya harus dapat diterima oleh konsumen, untuk mencapai hal tersebut produk yang dimiliki oleh pelaku usaha harus bisa masuk ke pasar sesuai dengan segmen yang sudah diperkirakan dan ditetapkan sebagaimana rancangan strategi yang sudah dibuat sebelumnya. Banyaknya hambatan untuk bisa menawarkan produk yang dibuat pelaku usaha ke pasar agar dapat di terima konsumen, seperti adanya pesaing yang menjual produk yang sejenis, perlu adanya strategi pemasaran dan manajemen SDM pada karyawan yang dimiliki oleh pelaku bisnis pada unit produksi agar menciptakan produk yang unggulan dan berkualitas.

Ketika produk yang dibuat oleh pelaku usaha sudah masuk ke pasar, selanjutnya pelaku usaha akan berhadapan dengan pesaing, untuk dapat bertahan dipasar, dan mempertahankan segmen maka pelaku usaha harus mampu meningkatkan daya saing agar dapat memenangkan pasar.

⁷ Wazin, "Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)," Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014, h. 13



Tetapi dengan adanya pesaing, para pelaku bisnis juga akan termotivasi untuk terus mengembangkan bisnis yang dimilikinya dengan inovasi dan kreatifitasnya dalam menciptakan produk yang diharapkan oleh konsumen yang menjadi segmennya.

Berbagai cara dilakukan ditujukan guna mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya, namun sering kali para pelaku usaha mengabaikan etika dalam aktivitas yang menyangkut jalannya bisnis. Seperti contoh, banyak ditemukan para pelaku bisnis yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Sebagaimana dalam syari'at menjelaskan Rasulullah telah memberikan tauladan tentang bagaimana menerapkan etika bisnis yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadist, selain itu sifat tauladan Rasul dalam bisnis diantaranya *syaja'ah* (Kondisi yang mewujudkan secara *bathiniyah* dan *lahiriyah* untuk berbuat dan tidak berbuat yang siap dengan menerima berbagai risiko) dan *qana'ah* (sikap merasa cukup atau menerima dengan apa yang didapatkan serta menjauhkan diri dari sifat terus merasa kekurangan) juga menjadi dasar yang bisa dijadikan panutan dalam menjalankan aktivitas tersebut. Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendhalimi dan tidak pula didhalimi.⁸

Ditemukan banyaknya pelaku bisnis yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Perilaku menyimpang ditemukan di berbagai usaha, terutama dalam salah satu usaha yang

⁸ Jusmaliani, et al., "Bisnis Berbasis Syariah," Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 51.



menjadi fokus peneliti yakni dalam dunia batik, diantara penyimpangan yang terjadi seperti barang yang dijual terdapat kecacatan yang tersembunyi, serta kurangnya transparansi bentuk spesifikasi produk yang dijual seperti kualitas yang terkandung pada sebuah produk yang ditawarkan, sehingga seringkali konsumen membeli produk tak sesuai dengan nilai harga yang diharapkan.

Dalam jual beli yang dianjurkan dalam Islam yang berprinsip pada nilai etika, penjual diwajibkan menanggung terhadap kecacatan yang tersembunyi pada produk yang dijualnya sebagai wujud dari loyalitas bisnis dan bertanggung jawab. Produk yang tak dapat dipakai untuk keperluan yang diharapkan konsumen maka akan menimbulkan ketidakpercayaan, sehingga seandainya si pembeli mengetahui bentuk kecacatan pada produk yang ditawarkan penjual tersebut, ia tidak akan kembali membeli barang tersebut atau bahkan tidak akan sama sekali membelinya selain dengan harga yang dibawah standar pasar.

Konsumen biasanya akan menggali informasi tentang produk sebelum memutuskan untuk membelinya, hal yang paling sederhana mulai dari *brand image* (citra merek), loyalitas merek, aspek pelayanan merek dan kualitas pada produk yang ditawarkan, maka ketika konsumen yang benar-benar teliti mengharapkan penjual untuk memberikan informasi yang transparan agar dapat menilai bagaimana produk tersebut dapat memenuhi keinginannya. Namun sebaliknya jika konsumen yang kurang akan sebuah informasi mengenai produk yang diinginkannya rentan



terhadap penyimpangan-penyimpangan seperti ketidakjujuran pada produk yang ditawarkan sehingga hal tersebut dapat merugikan konsumen.⁹ Nilai kejujuran adalah hal yang harus diutamakan untuk menciptakan sebuah kepercayaan agar menancap dibenak konsumen selain dapat membuat konsumen merasa yakin produk yang ditawarkan produsen dapat memenuhi keinginannya juga dapat membuat konsumen untuk terus berlangganan. Perihal dalam nilai kejujuran juga pernah dipraktekkan langsung oleh nabi Muhammad SAW dalam berdagang, diantaranya menjalankan etika yang sesuai dengan ketentuan syari'at hal ini bertujuan sebagai acuan para pelaku usaha untuk dapat meniru tauladan yang sudah dicontohkan.

Kota di provinsi Jawa tengah yaitu Kota Pekalongan merupakan salah satu kota yang dikenal sebagai “Kota Batik”, dimana mayoritas penduduknya mata pencahariannya berasal dari dunia industri perbatikan. Kota Pekalongan terkenal dengan kota batik nomor 1 di dunia. Batik Pekalongan menjadi sangat khas karena merupakan bentuk budaya yang terus-menerus dilestarikan dari sejak zaman dahulu hingga sekarang dimana sepenuhnya didukung oleh adanya ratusan pengusaha bermodal kecil dan pengusaha bermodal besar. Dampaknya batik Pekalongan menyatu erat dan membudidaya dengan kehidupan masyarakatnya, dan sebagian besar proses produksi batik sudah banyak dikerjakan di rumah-

⁹ Rafik Isa, “*Etika Bisnis Islam*,” Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, hlm. 72



rumah karena mayoritas Kota Pekalongan berpenghasilan dari dunia perbatikan.

Warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia diantaranya adalah batik. Sebelum masuknya kebudayaan India bangsa Indonesia telah mengenal teknik membuat kain batik, oleh sebab itu motif kain batik pun sangat menawan. Dalam sebuah wawancara yang dikutip dari salah satu pakar budayawan Prof. Dr. R.M. Sutjipto Wirjosuparta yang menyatakan bahwa:

“Kata BATIK berasal dari gabungan dua kata dalam bahasa Jawa. Kata pertama adalah AMBA, yang bermakna menulis. Sedangkan kata kedua adalah TITIK yang berarti titik. Sehingga, apabila kedua kata tersebut digabungkan akan lahir makna sebagai menulis titik-titik indah di atas kain. Batik adalah salah satu warisan budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Batik juga merupakan salah satu hasil produksi bangsa Indonesia yang tengah populer dan digandrungi oleh segala jenis lapisan masyarakat Indonesia baik dari kalangan menengah kebawah sampai kalangan menengah keatas. Ada beberapa batik Indonesia yang namanya sudah melambung tinggi hingga bahkan ke mancanegara. Batik-batik tersebut terkenal karena motif, warna serta tingkat kesulitan pembuatannya batik yang dikenal dari dulu sampai saat ini tentunya mempunyai banyak jenis motif dan nama-nama yang berbeda pada setiap daerahnya. Nama-nama batik tersebut bahkan telah menjadi maskot atau ikon di tiap-tiap daerah kota asalnya, seperti Batik Mega Mendung, Batik motif Truntun, Batik Jlamprang, dan Batik Motif Sido-Mukti.”

Kota Pekalongan memiliki banyak pusat perbelanjaan batik, mulai dari skala kecil (pasar ecer) hingga skala besar (pasar grosir), diantaranya pasar yang paling dikenal di kota Pekalongan seperti pasar batik di Gedung Pengusaha Perbatikan Indonesia Pekalongan (PIIP), Pasar Batik Gamer, Pasar grosir Setono, Kampung Batik Kauman, dan Kampung Batik Pesindon. Batik kontemporer banyak diterima dikalangan generasi muda



sehingga dapat menyuguhkan kreasi batik lebih inovatif yang bertujuan agar batik bisa diterima semua kalangan baik dalam negeri bahkan luar negeri. Dengan berbagai harga yang ditawarkan tentunya dapat mengukur bagaimana batik bisa diterima dengan baik oleh konsumen atau tidak, sehingga masyarakat kota pekalongan yang mayoritas menekuni usaha batik dengan berbagai ragam inovasi produk dapat memilih segmen yang sesuai dengan apa yang ditargetkan.

Daerah Krpyak merupakan salah satu daerah yang terletak di Jalan Jlamprang Kota Pekalongan. Mayoritas seluruh warga di daerah Krpyak memiliki usaha batik di rumah. Selain itu pekerjaan di bidang ini merupakan pekerjaan yang turun menurun, dari generasi ke generasi berikutnya. Usaha tersebut dilakukan dari berbagai kalangan masyarakat, dari produsen besar sampai produsen skala menengah. Dengan banyaknya masyarakat yang bergelut di dunia usaha batik, para pengusaha harus pintar-pintar dalam menjual barang dagangannya dimana pengusaha harus bersaing dengan pengusaha lain agar mendapatkan pembeli atau pelanggan. Oleh karena itu, pedagang harus bersikap baik dalam memasarkan dagangannya. Para pedagang diuntut untuk jujur dan mempunyai etika dalam berbisnis.

Nivva Collection adalah perusahaan yang bergerak dibidang batik yang didirikan oleh ibu Buning Fajriyah yang berlokasi di Jalan Jlamprang Krpyak Kidul Gang 7 Kota Pekalongan. Usaha ini sudah berjalan selama 17 tahun mulai sejak tahun 2002 sampai sekarang. Karyawan yang bekerja



disana \pm 30 orang, untuk bagian produksi seperti pemotongan sampai finishing \pm 10 orang dan yang bekerja diluar \pm 20 orang. Jam operasional karyawan mulai bekerja jam 8 pagi sampai 4 sore, kalau lembur sampai jam 5 sore. Produk Nivva Collection yaitu daster, dari berbagai model, warna dan ukuran dari remaja sampai ukuran jumbo dewasa. Bahan yang digunakan yaitu seperti rayon, stretch dan monalisa. Proses produksi mulai dari pemotongan, menjahit, *finishing*, *quality control*, dan *packing*. Setelah itu disusun menjadi tumpukan, masing-masing tumpukan terdiri dari 10 warna dan model daster yang sama lalu di jadikan dalam satu ikat.¹⁰

Daftar List Harga Barang

Tabel 1.1

NO	MODEL	HARGA/PCS
1.	Daster Batik	Rp. 45.000 - 65.000
2.	Daster Bali	Rp. 28.000 - 43.000
3.	Daster Piyama	Rp. 90.000 - 120.000
4.	Daster Long Dress	Rp. 75.000 – 100.000
5.	Daster Arab	Rp 120.000 – 185.000
6.	Daster Kelelawar	Rp. 50.000 – 90.000
7.	Daster Payung/umbrella	Rp 55.000 – 75.000

Sumber: Pemilik Usaha Batik Nivva Collection Krapyak Pekalongan.

¹⁰ Wawancara Ibu Buning Fajriyah Pemilik Nivva Collection Pekalongan tanggal 5 September 2019 pukul 08:30 WIB.



Etika yang berasal dari tindakan-tindakan yang khususnya sesuai dengan ajaran tentang penerapan moral bersumber dari ajaran agama Islam.¹¹ Dalam aturan-aturan bisnis islam menegaskan bahwa tidak diperbolehkan bertindak yang melanggar nilai-nilai yang tertulis maupun tidak tertulis. Agama Islam menerapkan nilai-nilai yang dianjurkan untuk diikuti setiap muslim dan muslimah dalam menjalankan bisnis yang ditekuninya, diantaranya dilandasi dengan hukum-hukum dalam kegiatan ekonomi bisnis menurut sumber-sumber dari Al-qur'an dan Hadits Nabi.¹² Dalam firman Allah Q.S Al-Maidah Ayat 8 yang artinya :

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”¹³

Inspirasi difungsikan guna menggugah pelaku bisnis untuk mengembangkan jenis usaha yang sesuai dengan syari'at Islam. Model bisnis yang muncul secara islami akan memberikan contoh kepada para pelaku usaha lainnya dalam menciptakan perdagangan yang sehat dan berprinsip pada kebebasan, tanggung jawab dan keadilan.¹⁴

Kepercayaan dalam hubungan bisnis adalah hal yang utama dimana diperuntukan guna menciptakan transparansi dalam transaksi

¹¹ Agus Arijanto, “*Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*,” (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 52

¹² Irham Fahmi, “*Etika Bisnis*,” (Bandung: Alfabeta, 2015), 3.

¹³ Umar Sulaiman, “*Islam Kosmopolit*,” (Yogyakarta: Freshbooks, 2012). hal. 40.

¹⁴ Agus Arijanto, “*Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*,” (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 52



perdagangan. Pada dasarnya proses bisnis harus menyelaraskan etika yang telah disepakati dari pihak penjual atau pembeli dan disesuaikan dengan pedoman yang diterterakan dalam ajaran Islam.¹⁵ Menurut M. Djakfar, (2007). Prinsip dasar dalam etika bisnis Islam bagi pelaku bisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam penelitian ini,¹⁶ di antaranya:

1. Prinsip Keesaan (Tauhid)

Prinsip utama etika bisnis islam dan yang membedakan dengan etika bisnis konvensional adalah konsep ketuhanan/ ketauhidan. Ismail Raji al Faruqi menegaskan bahwa untuk bersaksi bahwa tiada tuhan selain Allah, adalah meyakini bahwa ia sendirilah sang pencipta yang memberikan wujud kepada segala sesuatu.¹⁷ Setiap tingkah laku dan perbuatan manusia tidak akan pernah luput dari ketentuan Allah SWT.¹⁸

Seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Hadid :4, bahwa:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ
فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ
يَعْلَمُ مَا يَلْجُ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ
مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ السَّمَاءِ وَمَا يَعْرُجُ
فِيهَا وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007,h.86.

¹⁶ Djakfar, M. “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*”, (2007).

¹⁷ Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 82.

¹⁸ Gemala Dewi, et al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005),h. 30.

Artinya : “ *Dialah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa: Kemudian Dia bersemayam di atas ‘Arsy. Dia mengetahui apa yang masuk ke dalam bumi dan apa yang keluar daripadanya dan apa yang turun dari langit dan apa yang naik kepada-Nya. Dia bersama kamu dimana saja kamu berada. Dan Allah maha melihat apa yang kamu kerjakan* ”.¹⁹

Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy dari ayat ini menjelaskan bahwa, Allah melihat semua perbuatan manusia dimana saja manusia berada. Lafal ini adalah suatu perumpamaan bahwa ilmu Allah itu meliputi semua apa yang diperbuat manusia, walaupun dimana saja berada. Allah senantiasa memperhatikan semua perbuatan dan senantiasa melihat perbuatan manusia. Tidak ada sesuatu pun yang tersembunyi baginya.²⁰

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu homogeneous whole atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.²¹

Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, kegiatan bisnis

¹⁹QS. Al-Hadid :4.

²⁰ Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur’anul Majid An-Nur* 5, h. 4104.

²¹Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h.35.



manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan, dan dalam rangka melaksanakan titah Tuhan dalam Al-Qur'an juga disebutkan bahwa tauhid merupakan filsafat fundamental dari ekonomi Islam.²² Sistem etika Islam, yang meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan, selalu tercermin dalam konsep tauhidullah (pemahaesaan Allah) yang dalam pengertian absolut, hanya berhubungan dengan Tuhan. Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal sebagai berikut: pertama, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. Kedua, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. Ketiga, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

Prinsip ini dapat dipahami sebagai adanya kesatuan pemilikan manusia dengan pemilikan Tuhan, dimana kekayaan merupakan amanah dari Allah. SWT. Oleh karena itu, didalam kekayaan terkandung makna bahwa ada kewajiban sosial yang perlu ditunaikan kepada yang berhak menerimanya. Dengan demikian, ketauhidan sangat diperlukan dalam etika bisnis Islam, karena mencerminkan

²²Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h.11.



bahwa seseorang yang mengakui ke-Esaan Allah SWT akan selalu berperilaku yang sesuai dengan perintah Allah SWT.²³

2. Prinsip Kejujuran

Prinsip etika atas dasar kejujuran yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan prinsip penting. Bahkan prinsip ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis manakala diinginkan bisnisnya mendapat kepercayaan dari partner dan masyarakat.

Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya. Dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, dalam hubungan kerja dan sebagainya.²⁴

Kejujuran merupakan kualitas dasar kepribadian moral. Bersikap baik terhadap orang lain tetapi tanpa kejujuran adalah kemunafikan dan sering beracun. Oleh karena itu, seorang pebisnis harus berlaku jujur yang dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan kelemahan, kekurangan, serta kelebihan barang yang ia ketahui kepada orang atau mitranya, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat oleh orang lain.

²³Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h 43.

²⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013) h 91.



3. Prinsip Keadilan

Prinsip etika bisnis islam yang kedua yaitu keseimbangan dan keadilan. Dimana diartikan sebagai perbuatan yang berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengajui kesalahan dan perlihatkan komotmen keadilan,persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, tidak bertinda melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.²⁵

Keseimbangan merupakan “konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan dirugikan”.²⁶ Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, diharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.²⁷

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggung jawabkan. Prinsip ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Prinsip yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupanya.

²⁵ Mudjiarto dan Alias Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 62.

²⁶ Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 117.

²⁷ Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45.



Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku seseorang. Islam telah menetapkan nilai keadilan dalam semua aspek ekonomi Islam. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah).²⁸

Konsep keadilan ini dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keadilan dapat diartikan sebagai seruan atau perintah kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan dalam bisnis yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

4. Prinsip Kehendak Bebas (ikhtiar/free will)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, dengan ketentuan tidak mengakibatkan kerugian bagi kepentingan kolektif, sehingga kepentingan individu dibuka lebar, tidak ada batasan pendapatan bagi seseorang sehingga akan mendorong seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk

²⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 222.



memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih.

Dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan orang banyak. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.²⁹

5. Prinsip Pertanggung jawaban (responsibility)

Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis Individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat.³⁰

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia

²⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 220.

³⁰ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 41.



perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Segala kebebasan dalam melakukan segala aktivitas oleh manusia tidak lepas dari pertanggung-jawaban yang harus diberikan manusia atas aktivitas yang dilakukan. Dalam bermuamalah manusia harus memiliki suatu tanggung jawab untuk dapat meningkatkan usahanya, sebab dengan adanya tanggung jawab maka usaha yang dilakukan dapat berjalan dengan baik.

6. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.³¹

Keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (leniency) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.³²

Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutangi utangnya. Kedua,

³¹ Faisal Badroen et.al., *Etika Bisnis.*, h. 102.

³² Rafik Issa, ...h. 45



menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Prinsip di atas dapat dipahami bahwa prinsip-prinsip tersebut sangat berkaitan erat dalam melakukan bisnis. Sebab perjalanan bisnis tidak selalu mulus, tidak menutup kemungkinan akan ada permasalahan yang timbul. Selanjutnya, diharapkan agar manusia dapat berpedoman pada prinsip-prinsip tersebut, sehingga aktivitas yang dijalankan manusia tidak akan terlepas dari norma-norma Islam yang diridhai Allah SWT.

Persaingan yang kompetitif didasarkan pada kinerja para pelaku usaha dalam memaksimalkan promosi yang ditawarkan dan kualitas produk yang diciptakan.³³ Permasalahan yang terjadi di daerah Krapyak adalah permainan harga para produsen besar yang menjual batik dibawah harga standar, sehingga merusak pangsa pasar yang berdampak terhadap para produsen kecil yang memiliki omzet penjualan minim, hal tersebut mengakibatkan mengalami kebangkrutan, maka pengoptimalan para produsen kecil dalam promosi dan produksi perlu untuk ditingkatkan hal ini diperuntukan guna produk yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen dalam membeli produk yang diluncurkan.

Realita yang ada pada pelaku bisnis usaha di Pekalongan masih terdapat pelaku bisnis yang belum menerapkan aturan bisnis Islam,

³³ Muhammad Nejatullah Siddiqi, "Kegiatan Ekonomi Dalam Islam," Jakarta : Bumi Aksara, 1996, hlm. 5



dalam hal ini keempat sifat Rasulullah dalam berperilaku bisnis yaitu shidiq, amanah, tabligh, fatonah. Kurangnya mengutamakan asas kejujuran dalam mengemukakan asal usul produk secara transparan, kurangnya keramahan kepada konsumen yang sekedar melihat-lihat produk maupun sekedar bertanya harga serta meminta penjelasan terkait produk yang dijual, dan terkadang kurang memperhatikan kualitas produk secara keseluruhan serta manajemen keuangan dan produksi yang kurang sesuai dengan prosedur yang seharusnya.

Permasalahan tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui **“Perilaku Bisnis Pengusaha Batik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis akan membahas yang berkaitan dengan Perilaku bisnis pengusaha batik dalam perspektif etika bisnis islam dengan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Perilaku Bisnis Pada Pengusaha Batik di Krapyak Kidul Kota Pekalongan?
2. Bagaimana Perilaku Pengusaha Batik menurut Perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah yang terdapat diatas bertujuan membahas poin-poin yang hendak ingin diteliti oleh peneliti, diantaranya:



1. Untuk mengetahui Perilaku Bisnis Pada Pengusaha Batik Krapyak Kidul Kota Pekalongan.
2. Untuk mengetahui Perilaku Bisnis Pada Pengusaha Batik Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam di Krapyak Kidul Pekalongan.

D. Batasan Masalah

Permasalahan dalam lingkup mengenai perilaku bisnis pengusaha mengacu pada pengelolaan tenaga kerja batik nivva collection. Lokasi tempat penelitian di Jl. Jlamprang Krapyak Kidul Kota Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

Adanya pengkajian ini ditujukan guna memberikan nilai-nilai manfaat, yaitu:

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan tentang riset yang dilakukan perihal pengetahuan mengenai “Perilaku Bisnis Pengusaha Batik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

b. Bagi Praktisi

Adanya penelitian ini penulis berharap dapat dipergunakan sebagai gambaran dan landasan teoritis dalam mengevaluasi penelitian yang sejenis.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi terutama mengenai perilaku bisnis dan

penerapan etika yang sesuai dalam aktivitas perekonomian, serta dapat dijadikan bahan landasan teoritis untuk riset selanjutnya terkait dengan objek yang sejenis.

F. Landasan Teori

1. Konsep Dasar Perilaku Bisnis

a. Pengertian Perilaku Bisnis

Perilaku merupakan sebuah tanggapan atau reaksi yang terwujud dari seorang individu dalam mengungkapkan pergerakan bersikap tidak cuma badan atau sekedar ucapan. Dalam kamus bahasa Indonesia menyebutkan bahwa perilaku manusia adalah tindakan-tindakan dari individu yang mempunyai arti dalam pengungkapannya baik yang dapat diamati maupun tidak. Perwujudan dari kebutuhan individu terjadi karena dorongan keinginan yang mengartikan penyesuaian tentang peran manusia sebagai makhluk sosial.³⁴

Manusia memiliki karakteristik perilaku yang dapat dimengerti melalui semacam alat atau metode seperti bermimpi, berkhayal, berpikir, takut dan bersedih. Hubungan masing-masing individu berhubungan dengan sikap dan tata perilaku yang menyangkut tentang perbuatan kontinuitas antar satu dengan yang lainnya, manusia memiliki beberapa keunikan dalam suatu

³⁴Depdiknas, "Kamus Besar Bahasa Indonesia," Jakarta: Pusat Bahasa Edisi Keempat, 2009.



tindakan yang dilakukan, seperti beraktivitas, berinteraksi sosial dan lain sebagainya.

Aktivitas merupakan bentuk manifestasi pada psikis manusia dalam menjalankan kehidupan, tindakan tidak timbul dengan sendirinya, melainkan adanya stimulus yang diakibatkan pada sebuah rangsangan untuk melakukan sebuah tindakan. Individu yang berpikir dan berusaha untuk mencari berbagai kesempatan dalam mengembangkan sebuah potensi terutama dalam dunia bisnis akan bertindak sebagaimana mestinya untuk memanfaatkan sejumlah peluang yang bisa di ambil.³⁵

Pengambilan sebuah risiko dalam menjalankan bisnis berawal dari niat yang berasal dari dorongan manifestasi keinginan, hal ini juga mempengaruhi cara berpikir individu tentang bagaimana mencari dan memanfaatkan kesempatan-kesempatan dari peluang yang ada, dan untuk meminimalisir munculnya risiko pengalaman dan pematangan konsep perlu dipersiapkan sebelumnya.³⁶

Pada dasarnya berwirausaha memang sudah dianjurkan dalam agama Islam, landasan teoritis yang menganjurkan diantaranya QS. Hud: 61, QS. Al-Mulk: 15, QS. Al Jumuah: 10, QS. Al-Anbiya: 125, dan QS. Ar-Ra'du:11. Manusia diperintah untuk mengelola bumi dan seisinya, dengan kata lain bentuk

³⁵ Bambang Syamsul Arifin, "Psikologi Sosial," hlm.2.

³⁶ Gregory M, Griffin Ricky, "Perilaku Individu, Perilaku Organisasi," Jakarta: Salemba Empat, 2013, hlm. 63.



pengelolaan yang dimaksud yakni memakmurkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA).³⁷

Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang mendorong pada tindakan-tindakan yang mengarah pada tujuan menghasilkan uang, melalui proses pemberian layanan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi) untuk menghasilkan nilai tambah pada tingkat tertentu.³⁸ Melalui bisnis individu dapat mempersiapkan masa pensiun kerja (hari tua) dengan lebih baik untuk menikmati standar hidup. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Media usaha seperti alat dan penunjang lain yang berhubungan dengan aktivitas bisniis diperlukan agar dapat mencapai target tujuan secara maksimal, namun juga menghindari bentuk penyimpangan yang mengejar keuntungan semata.³⁹

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

³⁷Ma'ruf Abdullah, "*Wirausaha Berbasis Syariah*," Banjarmasin: Antasari Press, 2011. Hlm 45.

³⁸Siti Nur Fatoni, "*Pengantar Ilmu Ekonomi*," (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 123.

³⁹Agus Ariyanto, "*Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*," (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 52.



telah dipahami sebagai sebuah disiplin ilmu yang mandiri dan karenanya terpisah dari bisnis.⁴⁰

Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁴¹ 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.⁴²

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.⁴³

b. Pengertian dan Konsep Dasar Strategi Persaingan

Pengaplikasian sebuah persepsi yang menancap (moto) “Pembeli adalah raja”, yang artinya bahwa individu yang memiliki pemahaman tentang hal demikian merupakan buah pikiran yang sudah maju satu langkah kedepan. Untuk mencapai pada target

⁴⁰ Veithzal Rivai Zainal dkk, “*Islamic Marketing Management*”....hlm. 4.

⁴¹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 21.

⁴²M. Ma’ruf Abdullah, “*Manajemen Bisnis Syariah*,”BanjarMasin: Aswaja Pressindo, 2014, hlm. 55.

⁴³ Veithzal Rivai Zainal dkk, “*Islamic Marketing Management*,” Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017, hlm. 108.



bisnis yang ingin dicapai, strategi dipersiapkan guna menghadapi pesaing yang ada. Strategi merupakan sebuah rancangan dalam mengonsep bagaimana jalannya suatu bisnis dalam mencapai tujuan. Adanya strategi memberikan arah kejelasan yang tentunya bertujuan untuk memprediksi kemungkinan-kemungkinan yang ada dalam memperoleh tingkat pendapatan tertentu dan kerugian yang akan dihadapi. Konsep strategi yang tidak jelas akan mengakibatkan keputusan yang diambil akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan lain.

Kata “*Strategy*” berasal dari kata kerja bahasa Yunani, yakni “*stratego*” yang berarti “merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber yang efektif”⁴⁴. Sedangkan menurut Crown Dirgantoro mengemukakan bahwa strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti “kepemimpinan dalam ketentaraan”⁴⁵. Istilah ini dahulu dipakai dalam hal ketentaraan.

Dalam mencapai tujuan yang menjadi harapan pelaku usaha, menentukan taktik untuk dapat memenangkan persaingan pasar dibutuhkan keputusan yang tepat, salah satunya yakni dengan membuat strategi yang mengacu pada tindakan dan keputusan. Proses pengambilan keputusannya sendiri diperlukan sebuah rancangan yang matang dilihat dari pengalaman dan riset dari

⁴⁴ Azhar Arsyad, “*Pokok Manajemen: Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan dan Eksekutif*” (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2002), hlm. 26.

⁴⁵ Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus, dan Implementasi* (Jakarta: Grasindo, 2001), hlm.5.



pelaku usaha, hal ini difungsikan untuk membantu mendukung arah yang sejalan dengan target bisnis yang diharapkan.

Sebuah perusahaan ataupun organisasi harus memiliki strategi untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi disusun melalui perencanaan-perencanaan organisasi dengan tahapan berupa analisis lingkungan eksternal maupun internal. Perencanaan mencerminkan tingginya kinerja dari suatu perusahaan. Melalui perencanaan, perusahaan diharapkan memiliki kejelasan akan arah tujuannya. Hal tersebut tercemin dari perencanaan yang dituangkan melalui visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan. Bagi sebuah perusahaan, keberadaan visi dan misi akan menjadi pembeda antara perusahaan yang satu dan yang lainnya.

Kompetisi merupakan ajang perlombaan dalam meraih tujuan tertentu, sama halnya dengan bisnis, persaingan usaha merupakan hal yang sudah biasa terdengar karena menjadi hal yang mempengaruhi dalam aspek bisnis.⁴⁶ Pengelolaan SDM dan SDM tidaklah mudah, maka adanya strategi bisnis ditujukan guna meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam memenangkan persaingan, melakukan bentuk strategi

⁴⁶ Basu Swasta, Ibnu Sujoito, *“Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern,”* (Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000), h.22.



khusus yang efektif diperuntukan agar mendapat hasil yang maksimal.⁴⁷

Sebuah ajang persaingan merupakan bentuk perbutan posisi mempertahankan pasar. Sifatnya sendiri tidak mudah tertiru karena tiap pelaku bisnis memiliki karakteristik dan kreatifitas yang berbeda-beda. Adanya pesaing segi positifnya juga membuat pelaku usaha semakin menumbuhkan jiwa inovasi pada produk yang diproduksinya.⁴⁸

c. Pengertian dan Konsep Dasar Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika merupakan seperangkat bentuk yang membedakan antara yang baik dan buruk, benar dan salah. Sebagaimana prinsip yang umum adalah prinsip yang membenarkan individu mengaplikasikan bentuk manifestasi tindakan yang sesuai dengan apa yang dianjurkan dalam islam.⁴⁹

Sepanjang sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Tidak dapat disangkal bahwa sekarang ini etika bisnis mendapat perhatian yang besar sampai menjadi disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Hadirnya etika dalam dunia bisnis sangat diharapkan oleh semua pihak hal tersebut

⁴⁷ Novita Sa'adatul hidayah, "*Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*", (Semarang: Skripsi Universitas Negeri Walisongo, 2015), hlm.15.

⁴⁸ Wibowo Kuntjoroadi, "*Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan*," 3844, Vol. 16, No.1. Januari: 2009, hlm.46.

⁴⁹ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Jurnal IAIN Walisongo Semarang, 2011.



dikarenakan semua orang ingin memperoleh perlakuan yang etis dalam melakukan transaksi perdagangan.

Praktik-praktik yang dilarang tidak akan terjadi jika dilandasi dengan etika yang tinggi, karena etika memiliki kendali yang intern dalam hati seseorang yang menerapkan etika. Pelaku bisnis yang bisnisnya dilandasi dengan nilai keagamaan akan mengetahui bahwa perilaku etis dalam bisnis akan memberikan kepuasan tersendiri baik di dunia maupun di akhirat.⁵⁰ Dalam bisnis,

1) Etika Islam memiliki manfaat sebagai berikut:

- a) Etika Bisnis Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan suatu lembaga bisnis yaitu mencari keuntungan dengan tuntutan moralitas.
- b) Etika Bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.⁵¹

2) Indikator-indikator Etika Bisnis:

- a) Indikator Etika Bisnis menurut ekonomi adalah apabila perusahaan atau pebisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

⁵⁰ Junni Priansa, *Manajemen...*, hlm. 200.

⁵¹ Muhammad, "*Etika Bisnis Islam*," Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, hlm. 60-61.



- b) Indikator Etika Bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku. Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.
- c) Indikator Etika Bisnis menurut hukum. Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seseorang pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.
- d) Indikator Etika Bisnis berdasarkan ajaran agama. Pelaku bisnis dianggap beretika bilamana dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.
- e) Indikator Etika Bisnis berdasarkan nilai budaya. Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada disekitar operasi suatu perusahaan, daerah dan suatu bangsa.
- f) Indikator Etika Bisnis menurut masing-masing individu adalah apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.



d. Perilaku Pebisnis Syariah

Perilaku yang mencerminkan bagaimana tatanan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam merupakan bentuk gambaran dari perilaku Pebisnis Syariah. Hal ini menjelaskan bahwa individu yang taat akan menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan nilai-nilai ketauhidan dan keimanan. Setiap bisnis yang dijalankan harus didasari dengan pegangan atau prinsip yang kuat agar tidak mudah goyah dengan kondisi dan situasi yang ada sehingga tidak mudah terpengaruhi dengan hal-hal yang bersifat menyimpang.

Aktivitas dalam berbisnis yang mengutamakan nilai-nilai keislaman akan menjadikan amal shaleh pelaku usaha semakin bernilai tinggi dan hal ini juga dapat menghindarkan dari segala sesuatu yang akan bersifat buruk yang akan mengganggu tingkat keimanan.

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.⁵²

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.⁵³

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 melalui tolok ukur moralitas dan nilai etika yang berlandaskan pada nilai-nilai sosial dalam agama.⁵⁴

3) Dilakukan dengan sungguh-sungguh

Dilakukan dengan sungguh-sungguh maksudnya semata-mata mengharap ridha Allah, bukan untuk pamer, ria,

⁵²M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen ...*, hlm. 23.

⁵³ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen ...*, hlm. 23.

⁵⁴ Veithzal Rivai Zainal dkk, "*Islamic Marketing Management*," Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017, hlm. 80.



dan sebagainya.⁵⁵ 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.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu yang berkaitan dengan Perilaku Bisnis Pengusaha dan yang relevan dengan Penelitian yang diajukan berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian antara lain :

Hirifti Nopita Sari 2017 dalam penelitiannya yang berjudul perilaku jual-beli aksesoris handphone dalam perspektif etika bisnis islam (studi anissa cell di desa jenggalu kecamatan sukaraja kabupaten seluma). Hasil penelitian menjelaskan bahwa perilaku penjual aksesoris Handphone di Toko Anissa Cell Desa Jenggalu Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma dalam padangan prinsip etika bisnis Islam masih terdapat unsur penipuan (gharar) dalam menjelaskan kondisi aksesoris Handphone yang sebenarnya atau tidak terbuka terhadap spesifikasi barang yang dijual sehingga terjadi kerugian terhadap pihak pembeli.⁵⁶ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang objek usaha yang

⁵⁵ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen ...* , hlm. 24.

⁵⁶Hirifti Nopita Sari, "*Perilaku Jual-Beli Aksesoris Handphone Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*," Skripsi 2017, hlm. 22.

diteliti adalah cell aksesoris handphone yang mana berbeda dengan penelitian yang akan diajukan objek yang diteliti adalah home industri batik.

Ermawati Usman 2007 dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Produsen dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen)” menjelaskan bahwa perpaduan antara nilai moral, agama, pendidikan dan aspek lainnya membawa dampak bagi kesejahteraan ekonomi umat. Kesejahteraan ekonomi dapat dinilai dari bertambahnya produksi dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi, yaitu alat-alat produksi yang halal dalam tuntunan syar’i.⁵⁷ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang perilaku bisnis pengusaha, strategi persaingan bisnis islam berdasarkan perspektif etika bisnis islam. Sedangkan penelitian ini membahas tentang nilai-nilai etika bisnis dalam perilaku produsen.

Siti Mina Kusnia 2015 dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” menjelaskan bahwa pemahaman para pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis Islam disimpulkan tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Kedua perilaku pedagang di pasar tradisional

⁵⁷ Usman, E. “Perilaku Produsen dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen).” *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 4(3), 207-216, 2007.



Ngaliyan Semarang telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang meliputi ibadah sholat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa membeli, menepati janji dan bertanggung jawab.⁵⁸ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang objek usaha yang diteliti adalah pasar tradisional yang mana berbeda dengan penelitian yang akan diajukan objek yang diteliti adalah Home Industri sehingga dapat di ambil kesimpulan sudah/belum nilai-nilai ekonomi islam diterapkan dan kaitannya terhadap kemajuan usaha dan omset pemilik usaha yang diteliti.

Sesha Ayu Permatasai, Muhammad Nafik H.R 2015 dalam penelitiannya yang berjudul "Perilaku Muslimah : Muslimah Berkeluarga Anggota IWAPI Di Kota Surabaya" menjelaskan bahwa Anggota IWAPI tersebut dalam aktivitas dan strateginya dalam berbisnis telah menjalankan karakter yang harus dimiliki oleh pengusaha muslim yang diambil dari 4 sifat Nabi Muhammad SAW yaitu jujur, amanah, fatonah dan tabligh. Dan secara garis besar anggota IWAPI tersebut termotivasi dalam berbisnis karena ingin memiliki fleksibilitas waktu agar dapat mengatur antara keluarga dan berbisnis. Sehingga berbisnis dan berumah tangga menjadi

⁵⁸ Siti Mina Kunia, "Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." Skripsi Jurusan Ekonomi Islam. UIN Walisongo Semarang, 2015.



berjalan dengan seimbang agar sesuai dengan ajaran Islam.⁵⁹ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menerapkan aktivitas dan strateginya dalam berbisnis yang sesuai dengan ajaran Islam dengan mewujudkan keadilan dalam melakukan kegiatan bisnis, bedanya adalah objek yang diteliti dalam penelitian sebelumnya lebih mengutamakan pemberdayaan tenaga kerja ibu-ibu rumah tangga. Sedangkan SDM yang ada pada penelitian yang akan di ajukan ini adalah Tenaga kerja yang terdidik dan rata-rata usia produktif.

Rahmat Fuazi 2019 dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu (Studi Kasus Bengkel Sis Brewok)”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Prilaku pelayanan jasa di bengkel S.B di Kota Bengkulu masih buruk atau kurang baik. Hal ini peneliti buktikan berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan sela 1 minggu di bengkel S.B tentang pelayanan jasa yang di teraapkan melalui wawancara kepada 10 orang nasabah yang melakukan service kendaraan di bengkel tersebut. Jasa semata-mata ditentukan oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas yang baik.⁶⁰ Kesamaan tujuan dari penelitian ini sama, yaitu sama-sama mendeskripsikan cara melayani yang sesuai dan suatu pekerjaan dilakukan dalam pekerjaan berbisnis yang tidak sesuai, sedangkan perbedaannya

⁵⁹Sesha Ayu Permatasai, Muhammad Nafik H.R, “*Perilaku Muslimah : Musimah Berkeluarga Anggota IWAPI Di Kota Surabaya.*” *Jestt Vol. 2 No. 11 November 2015.*

⁶⁰Rahmat Fuazi, “*Perilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu,*” Skripsi 2019, hlm. 4.



terletak pada lokasi penelitian dan penelitian berfokus terhadap pelayanan jasa bengkel sis brewok.

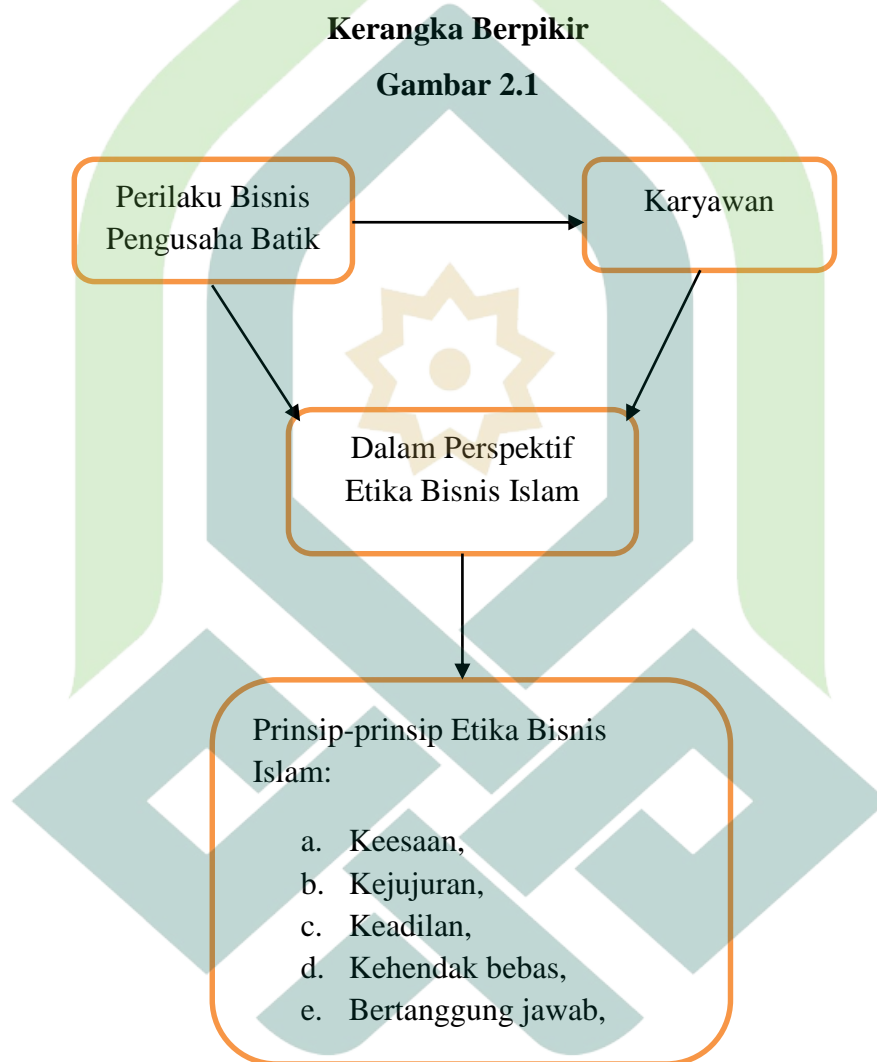
Tamamudin Tahun 2016 dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Produksi Industri Batik Kota Pekalongan Menurut Etika Produksi Islam” menjelaskan bahwa etika sangat penting untuk diterapkan dalam proses produksi untuk meminimalisir kegiatan produksi yang salah yang menimbulkan kerugian. Sifat untuk manusia dan kecintaan akan terhadap dunia merupakan salah satu hal yang membuat manusia bertindak tidak sesuai dengan aturan atau etika, sehingga aturan nilai dan norma memiliki posisi yang sangat penting dalam mengontrol tindakan agar tidak menimbulkan kemudratan bagi manusia lain.⁶¹ Kesamaan tujuan dari penelitian ini sama, yaitu sama-sama mendeskripsikan sifat perilaku manusia merupakan salah satu hal yang membuat manusia bertindak tidak sesuai dengan aturan atau etika, sehingga aturan nilai dan norma memiliki posisi yang sangat penting dalam mengontrol tindakan manusia, bedanya Perbedaannya adalah Analisis Pembahasannya jika penulis menganalisis etika perilaku produksi menurut islam berdasarkan keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan.tetapi penelitian yang diajukan menganalisis perilaku pebisnis syariah berdasarkan niat yang ikhlas karena Allah, tata cara pelaksanaannya sesuai syariah, dan dilakukan dengan sungguh-sungguh.

⁶¹ Tamamudin, “Perilaku Produksi Industri Batik Kota Pekalongan Menurut Etika Produksi Islam.” *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No.2. IAIN Pekalongan 2016.



H. Kerangka Berpikir

Penelitian ini berjudul Perilaku bisnis pengusaha batik dalam perspektif etika bisnis islam. Untuk memudahkan pembahasan mengenai penelitian yang hendak dilakukan maka dibuat skema atau kerangka berfikir seperti dibawah ini:



I. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Kualitatif

Jenis penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif, penelitian ini merupakan dalam metode kualitatif, penelitian dilakukan dengan teknik penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasil penelitian ini memberikan gambaran luas dan mendalam mengenai unit sosial tertentu. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶²

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan objek dengan mencatat apa yang ada dalam objek penelitian kemudian memasukkannya dengan sumber data yang ada dalam objek penelitian.⁶³

Maka dari pernyataan diatas peneliti diharuskan ikut andil dalam keterlibatan penelitian dan juga aktif dalam pengumpulan data penelitian. Dan intinya adalah untuk mengetahui informasi terkait Perilaku Bisnis Pengusaha Batik dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁶²Sudarwan Damin, *Menjadi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2002, h. 55.

⁶³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta 2006, h. 12

a. Data Primer

Memperhatikan sumber utama dalam objek penelitian merupakan proses dalam pengumpulan sebuah data yang difungsikan guna mendapat data secara riil dalam sebuah penelitian, hal ini merupakan bentuk definisi dari data primer.⁶⁴

Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui bentuk wawancara secara langsung antara peneliti dengan objek yang menjadi target penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber yakni pelaku usaha, karyawan dan konsumen. Diantara banyaknya sejumlah bisnis yang ada, fokus penelitian yang menjadi kajian adalah bisnis batik, dan salah satu *brand* yang menjadi fokus penelitian adalah batik nivva, dan diantara batik Fifatex, batik ikam, batik canting cantik, batik risa, batik surya sulung, batik visa, batik seni hadida, batik runa, batik dewi jelita, dan batik niwa adalah konsumen dari batik niva yang juga masuk dalam data primer dari penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak

⁶⁴Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008, h. 103

lainnya.⁶⁵ Data yang diperoleh saya sebagai peneliti diantaranya berasal dari dokumen-dokumen, catatan-catatan, laporan-laporan serta arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian.

3. Populasi dan Teknik Sampling

Populasi terdiri atas sekumpulan obyek yang menjadi pusat perhatian, yang dari padanya terkandung informasi yang ingin diketahui.⁶⁶ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan sekaligus pemilik usaha batik nivva collection.

Pada teknik pengambilan sampel penelitian ini, teknik yang digunakan yakni teknik *cluster sampling*. Teknik pengambilan sampel ini digunakan bilamana populasi tidak terdiri dari individu-individu, melainkan terdiri dari kelompok individu atau *cluster*. Teknik *sampling* pengelompokan individu digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas.

Dengan kata lain teknik penelitian yang akan menjadi responden dalam penelitian yang berdasar pada kriteria tertentu.⁶⁷

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kriteria sampel diantaranya:

- a. Karyawan tersebut tinggal di Desa Krapyak.
- b. Berprofesi sebagai karyawan selama kurang lebih 5 tahun atau lebih.

⁶⁵Husain Umar, "Reseach Metod's in Finance and Banking," Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002,h.82

⁶⁶W Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2014), hlm. 76.

⁶⁷Syamsunie Carsel, *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*, (Yogyakarta: Penebar Media Pustaka, 2018), hlm. 96.



Batik nivva collection desa Krapyak Kidul memiliki jumlah karyawan dan konsumen sebanyak 30 orang, peneliti akan mengambil sampel sebanyak 10 informan yang telah memenuhi kriteria diatas.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam menyusun skripsi ini menggunakan perolehan hasil dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Oleh karena itu pengumpulan data merupakan langkah paling penting metode penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu:

a. Pengamatan (observasi)

Metode penelitian ini dimaksud untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang di teliti untuk mendapatkan hasil yang diinginkan untuk melengkapi penulisan yang dilakukan sehingga dalam hal ini lembaga terkait tidak memberikan data fiktif mengenai kondisi pada saat itu.

Dengan cara ini diharapkan data yang di dapatkan sesuai dengan keadaan sesungguhnya dalam hal ini peneliti meninjau langsung lokasi penelitian untuk melihat secara langsung kondisi dan keadaan lapangan.

b. Wawancara (interview)

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan menggunakan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang di namakan interview guide (paduan wawancara).⁶⁸

Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan di Perusahaan Batik yang akan menjadi narasumber adalah pemilik, karyawan dan konsumen Pengusaha Bisnis Batik. Wawancara dilakukan berkisar mengenai Perilaku Bisnis Pengusaha Batik dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, dokumen-dokumen, notulen, agenda dan data lain sebagainya.⁶⁹

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran serta fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumentasi, memilih dokumen

⁶⁸Husain Umar, "Research Method's in Finance and Banking," Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002, hlm.116

⁶⁹Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik," Jakarta: Rineka Cipta, 1996, hlm.231.



sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan-hubungkan dengan fenomena lain.

Dokumen yang dimaksud disini adalah dokumen yang berkaitan dengan data mengenai Perilaku Bisnis Pengusaha Batik dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

5. Teknik Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai alat pengecekan keabsahan data yang diperoleh. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁷⁰

Penelitian ini melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi metode. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang valid. Triangulasi sumber data dilakukan dengan derajat kepercayaan beberapa informan dengan menggunakan metode pengumpulan data yang sama. Dalam hal ini, peneliti mengecek derajat kepercayaan sumber dengan melakukan wawancara pada informan yang berbeda-beda sesuai dengan subyek yang sudah diketahui. Sedangkan pengecekan data dengan menggunakan

⁷⁰M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 319-323.



triangulasi metode didapat dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya.

A. Langkah-langkah Penelitian

Menurut Moleong ada tiga tahapan dalam melakukan penelitian, diantaranya⁷¹:

a) Tahap Pra Penelitian

Dalam tahap ini peneliti melakukan survey pendahuluan berupa penjajakan lapangan tentang latar penelitian, mencari data yang berkaitan dengan topik penelitian sampai perizinan yang harus dipenuhi.

b) Tahap Pekerjaan Lapangan

Dalam tahap ini peneliti memasuki dan memahami lapangan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dilapangan.

c) Tahap Analisis Data

Tahap analisis data merupakan tahap melakukan serangkaian proses analisis berdasarkan rumusan data teori dalam usaha membahas permasalahan yang ada untuk menarik kesimpulan.

6. Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif, yaitu apa yang dinyatakan oleh informan secara tertulis atau lisan, dan

⁷¹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian ...* hlm. 127-151.



juga perilaku yang nyata yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Analisis data yang dilakukan biasanya bersifat manual.⁷² Sehingga dalam analisis data ini peneliti akan mendeskripsikan segala sesuatu tentang Perilaku Bisnis Pengusaha Batik dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Alat analisis data dalam penelitian ini adalah analisa data deskriptif kualitatif, yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut⁷³ :

- a. Mengumpulkan data-data yang berasal dari hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi.
- b. Mengklarifikasi materi data dengan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi.
- c. Pengeditan dengan menelaah data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan.
- d. Menyajikan data yang telah dideskripsikan secara verbal kemudian diberi penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan

⁷²Haris Herdiansyah, “*Metodelogi Penelitian Kualitatif*,” (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 48.

⁷³ Haris Herdiansyah, “*Metodelogi Penelitian*” ... hlm. 334.



J. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing mempunyai titik berat yang berbeda, namun dalam satu kesatuan yang saling melengkapi.

Berikut ini garis besar sistematika penulisan penelitian yang akan dilakukan yaitu:

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bagian awal penulisan yang terdiri atas yaitu Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II :LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan landasan teori yang mengenai pengertian Perilaku Bisnis dalam Perspektif Islam, Pengertian Batik, Etika Bisnis Islam, Konsep Dasar Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Ekonomi Islam, dan Perilaku Pebisnis syariah.

BAB III :GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi mengenai objek penelitian dalam hal ini mencakup gambaran umum Sejarah pendiriannya, Letak Geografis, Visi dan misi, Struktur perusahaan, Sarana dan Prasarana, Perilaku Bisnis Pengusaha Batik.



BAB IV :HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang uraian mengenai Analisis Perilaku Bisnis Pengusaha Batik dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

BAB V :PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup, yang berisi kesimpulan dari hasil analisis deskriptif perilaku bisnis pengusaha batik dalam perspektif etika bisnis islam. Saran-saran atas permasalahan yang ada untuk penelitian selanjutnya dan penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa dari sebagian perilaku pengusaha batik nivva collection di Krpyak Kidul Pekalongan sudah sesuai menerapkan etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari perilaku-perilaku pengusaha yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti perilaku pengusaha yang mengistirahatkan karyawannya bekerja ketika mendengar suara adzan berkumandang lalu melaksanakan shalat tepat waktu dan menganjurkan untuk bersedekah. Pengusaha juga berperilaku adil terhadap karyawannya dalam masalah pemberian gaji maupun dalam bekerja, dan berperilaku jujur dalam melayani konsumen dengan berkata sesuai dengan kenyataan produk.

Pengusaha percaya bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pedagang lain dan memberikan hak kepada pembeli dan menghormati setiap keputusan pembeli. Perilaku pengusaha yang bertanggung jawab atas barang yang telah dibeli oleh konsumen yang apabila ada cacat, maka akan digantikan dengan barang yang baru pada keesokan harinya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti akan menyampaikan saran-saran agar menjadi lebih baik untuk kedepannya, yaitu:

1. Bagi pengusaha batik nivva collection di Krapyak Kidul Pekalongan, diharapkan dalam menjalankan bisnis yang dijalankan tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam. Dan hendaklah tetap mengontrol kegiatan dalam bekerja agar tidak ada karyawan yang lalai dalam menjalankan kewajibannya yang sesuai aturan agama Islam.
2. Sebaiknya karyawan diharapkan tidak lalai dalam menjalankan kewajibannya sebagai pekerja muslim dan bersikap jujur atau terbuka dalam bekerja contohnya tidak berbohong kepada bosnya tentang barang yang dibuatnya itu menghasikan produk yang tidak sempurna/cacat.
3. Sebaiknya perilaku pengusaha dalam menjalankan bisnis selalu berpegang teguh pada etika bisnis Islam dalam kondisi bisnis apapun. Hal tersebut dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Akram Khan. 1996. *Economic Message of The Qur'an*. Kuwait: Islamic Book Publisher.
- Agus Arijanto. 2011. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arikunto. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhar Arsyad. 2002. *Pokok Manajemen: Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan dan Eksekutif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Buchari Alma. 2012. *Pengantar Bisnis*. (Bandung: Alfabeta).
- Dirgantoro. 2001. *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo.
- Gregory M , Griffin Ricky. 2013. *Perilaku Individu, Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husain Umar. 2002. *Research Method's in Finance and Banking*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Haris Herdiansyah. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Irham Fahmi. 2014. *Manajemen Strategis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ibnu Sujojto, Basu Swasta. 2000. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.
- Jusmaliani, et al. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Lexy J. Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.





- Ma'ruf Abdullah. 1992. *Manajemen Bisnis Syariah*. Banjarmasin: Aswaja Pressindo.
- Muhammad dan Alimin. 2004. *Etika dan perlindungan konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPF.
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta : Penerbit Gema Insani Press.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- M. Moefad. 2007. *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Social*. Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA.
- Muhammad Nejatullah Siddiqi. 1996. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nurul Hak. 2011. *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Teras Cetakan I.
- Noor Shodiq Askandar. 2013. *99 Great Ways Menjadi Pengusaha Muslim Sukses*. Jakarta: penerbit erlangga.
- Rafik Isa. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Siti Nur Fatoni. 2014. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sudarwan Damin. 2002. *Menjadi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Veithzal Rivai Zainal dkk. 2012. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: PT Bumi Aksara.



JURNAL DAN SKRIPSI

- Azizah Mubaroh. (1998). "*Etika Periklanan Dalam Bisnis Islam.*" Jurnal Jesi. Volume III, No 1 A Sony Keraf.
- Ahmad Afan Zaini. (2014). "*Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Ekonomi Islam.*" Jurnal Ummul Qura. IV (2).
- Dewi Yuliati. (2010). "Mengungkap Sejarah dan Motif Batik Semarang." Paramita: Historical Studies Journal 20 (1).
- Dapertemen Agama RI. "*Al-Qur'an dan Terjemahnya.*" Surabaya: Karya Agung.
- E. Juliyani. (2016). "*Etika Bisnis Islam Perspektif Islam.*" Jurnal Ummul Qura 7(1), 63-74.
- Ermawati Usman. (2007). "*Perilaku Produsen dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen).*" Jurnal HUNAFa Volume 4 No. 3/September 210.
- Fitri Amalia. (2014). "*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil.*" *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah.*
- Fajar Ciptandi, Agus Sachari, Achmad Haldani. (2016). "*Fungsi dan Nilai pada Kain Batik Tulis Gendhog Khas Masyarakat di Kecamatan Kerek, Kabupaten Tuban, Jawa Timur.*" Panggung 26 (3).
- Gemala Dewi, et al. (2005). "*Hukum Perikatan Islam di Indonesia.*" Jakarta: Kencana.
- Isa Maryati. (2020). "*Peran Kesenian Batik Lokal Di Surakarta Untuk Meningkatkan Destinasi Wisatawan Lokal Dan Domestik.*" KERATON: Journal of History Education and Culture 1 (2).
- Leni Putri Lusiani, Faisyal Rani. (2012). "*Model Diplomasi Terhadap UNESCO Dalam Mematenkan Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia Tahun 2009.*" Jurnal Transnasional 3 (2).



- Mufatiroh, S. (2019). "Strategi Promosi Pada Perusahaan Konveksi Cv. Tri Dewa Nusantara Tulungagung Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Ekonomi Islam."
- Muhammad Saifullah.(2011). "*Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah.*"Jurnal IAIN Walisongo Semarang.
- Novita Sa'adatul hidayah. (2015). "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam". Semarang: Skripsi Universitas Negeri Walisongo.
- Wazin. (2014). "*Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)."Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No.1 Januari- Juni.
- Robby Hidajat.(2004) "*Kajian Strukturalisme Simbolik Mitos Jawa Pada Motif Batik Berunsur Alam.*"Jurnal Bahasa dan Seni 32 (2), 29-303.
- Sampurno. "Manajemen Stratejik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan."Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sri Nawatmi. (2010). "*Etika Bistis Dalam Perspektif Islam.*"Fokus Ekonomi 9 (1), 24402.
- Sirman Dahwal. (2013). "*Etika Bisnis Menurut Hukum Islam.*"Jurnal (Suatu Kajian Normatif).
- Siti Mina Kusnia.(2015). "*Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.*" Skripsi Jurusan Ekonomi Islam. UIN Walisongo Semarang.
- Sesha Ayu Permatasai, Muhammad Nafik H.R. (2015)". *Perilaku Muslimah : Musimah Berkeluarga Anggota IWAPI Di Kota Surabaya.*" Jestt Vol. 2 No. 11 November.
- Syed Nawab Haidar Naqvi.(2003). "*Menggagas Ilmu Ekonomi Islam.*" Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy. “*Tafsir Al-Qur’anul Majid An-Nur* 5.”

Tri Joko Utomo. (2010). “Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel.” *Jurnal fokus ekonomi* Vol. 5 No. 1 Juni.

Tamamudin. (2016). “*Perilaku Produksi Industri Batik Kota Pekalongan Menurut Etika Produksi Islam.*” *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No.2. IAIN Pekalongan .

Usman, E. (2011). “*Perilaku Produsen dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen).*” *HUNAF: Jurnal Studia Islamika*, 4(3), 207-216.

Umar Sulaima. (2012). “*Islam Kosmopolit.*” Yogyakarta: FRESHBOOKS.

Umar Chadhiq. (2007). “*Memahami Perilaku Konsumen Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis.*” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 2 No. 3, April.

Wibowo Kuntjoroadi. (2009). “*Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan.*” 3844, Vol. 16, No.1. Januari.

SUMBER LAIN

Wawancara dengan Ibu Buning Fajriyah selaku pemilik usaha batik Nivva Collection Pekalongan tanggal 5 September 2019, pukul 08:30 WIB di Krpyak Kidul Kota Pekalongan.





LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA

PEMILIK

Nama : Ibu Buning Fajriyah

Alamat: Krapyak Kidul Gang 07 Pekalongan

1. Kapan berdirinya usaha batik ini bu?
2. Bagaimana sejarah berdirinya usaha batik ini dari berdiri sampai sekarang?
3. Berapa jumlah pekerja di usaha batik Ibu ini?
4. Apa saja fasilitas yang terdapat di usaha batik Ibu?
5. Berasal dari mana sajakah pekerja di usaha batik ini?
6. Barang apa saja yang diproduksi?
7. Apa saja permasalahan yang dihadapi di usaha batik ini bu?
8. Apakah perilaku pengusaha sudah sesuai dengan etika bisnis Islam?

Prinsip Ketauhidan

1. Apakah Ibu percaya bahwa rizki telah diatur oleh Allah SWT?
2. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat, bagaimanakah sikap Ibu?
3. Bagaimanakah bentuk ketakwaan Ibu kepada Allah SWT?

Prinsip Keseimbangan

1. Apa tindakan Ibu jika barang dagangan yang Ibu tawarkan ada yang cacat?
2. Bagaimana cara Ibu melayani pembeli dalam menawarkan produk?

Prinsip Kehendak Bebas

1. Apa yang Ibu lakukan jika pembeli tidak jadi membeli walaupun anda sudah mempromosikan barang yang anda semaksimal mungkin?



2. Apakah Ibu pernah memberikan harga yang lebih rendah dari harga teman-teman anda di pasaran untuk menarik pembeli?

Prinsip Tanggung Jawab

1. Bagaimana sikap Ibu jika ada pembeli yang membeli dengan jumlah besar? Dan bagaimana cara menarik itu pembeli agar menjadi pelanggan?
2. Bagaimana bentuk tanggungjawab Ibu ketika ada barang yang dipilih pembeli ada yang rusak/cacat?

Prinsip Ihsan

1. Bagaimana sikap Ibu dalam melayani pembeli? Bagaimana sikap Ibu ketika ada pembeli yang suka marah atau membanding-bandingkan harga?
2. Apakah Ibu memberikan tenggang waktu pembayaran kepada pelanggan lama jika tidak bisa membayar secara tunai? Kenapa?

KARYAWAN

Nama: Zakiyah

Profesi: Karyawan Produksi/menjahit

Alamat: Klego Gang 03

1. Dimanakah alamat anda tinggal?
2. Menempatkan bagian apa anda dalam bekerja?
3. Sudah berapa lama anda bekerja di usaha batik ini mbak?
4. Bagaimana sikap anda dalam bekerja sebagai pekerja muslim?
5. Bagaimana sikap atau perilaku pemilik usaha kepada karyawan? Apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam?



KONSUMEN

Nama : Riska

Alamat : Poncol Baru

1. Apakah dalam transaksi jual-beli, penjual menjelaskan kondisi produk yang sebenarnya ?
2. Bagaimana tanggung-jawab produsen, jika Bapak/ibu tidak puas atau mengalami kecacatan terhadap produk yang dibeli ?
3. Apakah ketentuan harga yang produsen tetapkan sudah seimbang (adil) dengan kualitas produk yang Bapak/ibu beli ?
4. Apakah Bapak/ibu pernah merasa dirugikan setelah membeli produk di batik nivva ?
5. Bagaimana tanggapan produsen, jika Bapak/ibu datang untuk return barang karena barang yang dijual tidak sesuai dengan penjelasan, apakah masih bersifat ramah ?



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Diah Yanuarti
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 27 Januari 1996
Alamat : Poncol Gang Kemangi 14D
RT/RW : 004/009
Kel/Desa : Poncol
Kecamatan : Pekalongan Timur
No. HP : 08588418 3208
Email : Diahyanuarti27@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

- SDN PONCOL 07 Pekalongan Tahun 2001 - 2006
- SMPN 10 Pekalongan Tahun 2007 - 2009
- MAN 03 Pekalongan Tahun 2010 - 2013
- IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan
Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2015

B. DATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung : Amat Syaini
Pekerjaan : Karyawan
Alamat : Poncol Gang Kemangi 14D
RT/RW : 004/009
Kel/Desa : Poncol
Kecamatan : Pekalongan Timur
2. Ibu Kandung : Kumiatus
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Poncol Gang Kemangi 14D
RT/RW : 004/009
Kel/Desa : Poncol
Kecamatan : Pekalongan Timur



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : DIAH YANUARTI

NIM : 2013115192

Fakultas/Jurusan : FEBI/ EKONOMI SYARIAH

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 (.....)

**“PERILAKU BISNIS PENGUSAHA BATIK DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM (STUDI KASUS DI KRAPYAK KIDUL KOTA PEKALONGAN)”**

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

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, November 2020



DIAH YANUARTI
NIM. 2013115192