



**STRATEGI SUSTAINABILITAS BISNIS CV RIDAKA
PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

SUCI FITRIYANI
NIM.2013216033

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2020

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan





**STRATEGI SUSTAINABILITAS BISNIS CV RIDAKA
PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

SUCI FITRIYANI
NIM.2013216033

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2020

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan





**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suci Fitriyani

Nim : 2013216033

Judul : STRATRGI SUSTAINABILITAS BISNIS CV RIDAKA
PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti hasil dari plagiasi atau dulikasi, maa saya siap menerima sanksi dari akademik.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 November 2020

Yang Menyatakan,

METERAI
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Suci Fitriyani

2013216033

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Izza, M.s.i

Banyurip Gg.3C Rt 05/Rw 10 No.38 Kec. Pekalongan Selatan 51131 Kota Pekalongan.

Lamp : 2 (Dua) Ekslembar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Suci Fitriyani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Suci Fitriyani

NIM : 2013216033

Program Studi : Ekonomi Syariah

JUDUL : Strategi Sustainability Bisnis Cv Ridaka Kota Pekalongan Dalam Perspektif Bisnis Islam.



Demikian ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

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

Wassalamualaikum Wr Wb

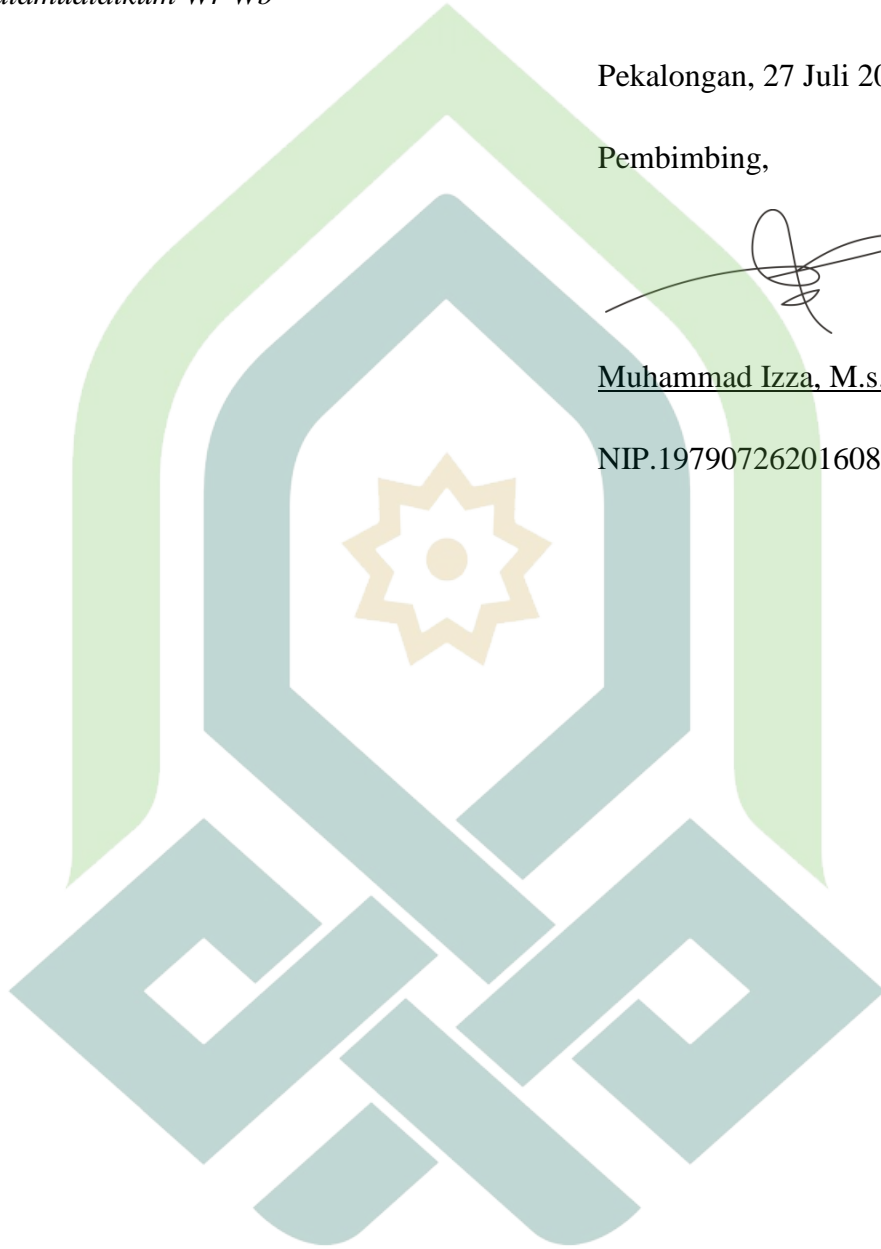
Pekalongan, 27 Juli 2020

Pembimbing,



Muhammad Izza, M.s.i

NIP.19790726201608D1096





PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN

Pedoman yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama RI No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0543/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum di serap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistic atau Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Set
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es



ص	Sad	S	Dan ye
ض	Dad	D	Es (dengan titik dibawah)
ط	Ta	F	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Ze (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
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	Ya

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan kepada saya sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini.

1. Motivator terbaikku yaitu kedua orang tua tercinta Bapak dan Ibu serta Adikku yang selalu memberi dukungan baik moril maupun immaterial. Yang selalu mendoakan, memberi motivasi dan memberikan yang terbaik untukku.
2. Teman hidupku mas Arief Nur Susetyo yang selalu memberikan doa, perhatian, motivasi dan dukungan yang tiada henti, dan selalu men support aku dalam ke adaan apapun.
3. Dosen pembimbing Bapak M. Izza M,s,i yang telah membimbing skripsi ini hingga selesai.
4. Saudara-saudaraku terutama Mbak Zuhrotun Nisa' yang selalu support dan memfasilitasi apa yang aku butuhkan saat mengerjakan skripsi hingga selesai.
5. Almameterku tercinta IAIN Pekalongan.
6. Sahabat-sahabatku, Sari Agustin, Nur Aini, Mudmainah, Maharani Dita Agustianti yang selalu menemani dan menghilangkan jenuh sesaat saat mengerjakan skripsi hingga selesai.





MOTTO

Kegagalan adalah cara Tuhan untuk mengajarkan kita tentang pantang menyerah, kesabaran, kerja keras dan percaya diri.

(Winni Veriana)



ABSTRAK

Fitriyani, Suci. 2020. Strategi Sostenabilitas Bisnis Cv. Ridaka Pekalongan Dalam Perspektif Bisnis Islam. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah. Program Studi Fakultas dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing Bapak M. Izza, M,s.i.

Dunia bisnis yang berkembang sangat pesat ditandai dengan banyaknya pengusaha dalam berbagai macam produksi dan menawarkan berbagai macam produk yang sejenis yaitu produk kerajinan. Untuk mewujudkan sustainability bisnis, Cv. Ridaka Pekalongan harus memperhatikan nilai-nilai keislaman untuk memenangkan persaingan dan keberlanjutan usahanya. Perilaku dalam berbisnis tidak luput dalam adanya nilai moral dan nilai etika dalam bisnisnya, Islam sangatlah penting karena untuk mengintegrasikan dimensi moral dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Data yang dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan segala sesuatu strategi sustainability bisnis dalam perspektif bisnis Islam dan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah tingkat strategi sustainability bisnis yang digunakan pada Cv. Ridaka Pekalongan juga tidak lepas dari persaingan pasar ataupun marketing mix yang secara umum meliputi persaingan produk, persaingan harga, persaingan pasar, persaingan promosi, dll. Strategi sustainability bisnis yang dilakukan oleh Ridaka yaitu memproduksi kerajinan kerajinan dengan menjaga kualitas produk dan menambah inovasi atau kreatifitas baik dari segi warna atau corak. Menciptakan produk kerajinan yang berbeda dari kerajinan-kerajinan lain dari segi kemasan, harga dan pelayanan. Dari segi tempat yang strategis dan promosi yang sampai luar negeri menjadikan Ridaka banyak pelanggan yang memesan produk-produknya. Strategi sustainability yang dilakukan Cv. Ridaka Pekalongan sesuai dengan ajaran Islam yang telah berpegang pada prinsip-prinsip ketauhidan, prinsip keseimbangan, prinsip tanggung jawaban.

Kata Kunci : Strategi Sustainability Bisnis, Bisnis Islam, Pengusaha kerajinan





KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia dan nikmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Strategi Sustainability Bisnis Cv. Ridaka Pekalongan dalam Perspektif Bisnis Islam” ini dengan baik, sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada nabi Agung kita Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafaatnya di yaumul kiamah.

Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memeberikan bantuan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih ditunjukkan kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade dedi Rohayana, M.Ag. sSelaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM.M. Hafidz Ma’shum, M.Ag. selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drs. Hj. A. Tabagus Surur , M.Ag. Selaku wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongn.
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A. Selaku wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
6. Bapak Agus Fakhrina, M.S.I Selaku ketua jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
7. Happy Sista Devy, M.M selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
8. Bapak Abdul Aziz, M.A.g Selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dari awal sampai akhir perkuliahan.





9. Bapak M. Izza, M.si Selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabra meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memeberikan bimbingan, petunjuk, dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
10. Ibu Thuraya A. Kadir Selaku Pimpinan sekaligus pemilik Cv. Ridaka Pekalongan.
11. Bapak Nazie A. Kadir Selaku Kabag. Produksi sekaligus pemilik Cv. Ridaka Pekalongan.
12. Kedua orang tuaku, adekku, dan seluruh keluarga besarku terimakasih atas doanya.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bentuk bantuan baik moril maupun materil.

Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahNya, serta membalas segala amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlimpah, Amin.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari segala bentuk pengarahannya yang membangun guna memperbaiki skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya bisa berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
KERANGKA TEORI.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Konsep Pemasaran.....	12
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	14
3. Sustainabilitas Bisnis.....	19
4. Konsep Dasar Bisnis Islam.....	23
5. Prinsip-Prinsip Bisnis dalam Islam.....	26
6. Strategi Sustainabilitas Bisnis.....	29
7. Strategi dan Analisis SWOT.....	30
8. Strategi Sustainabilitas dalam Islam.....	33



B. Kajian Pustaka Terdahulu.....	38
C. Kerangka Berfikir	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
B. Sumber Data	46
C. Metode Pengumpulan Data.....	47
D. Metode Pengolah Data.....	49
E. Teknik Analisis Data.....	50
F. Analisis Keabsahan Data.....	50
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Profil Cv. Ridaka Pekalongan	55
1. Sejarah Cv. Ridaka Pekalongan.....	55
2. Visi, Misi dan Tujuan Ridaka.....	57
3. Prestasi dan Penghargaan.....	58
4. Letak Geografis Cv. Ridaka Pekalongan.....	58
5. Struktur Organisasi Cv. Ridaka Pekalongan.....	59
B. Strategi Sustainability Bisnis Cv. Ridaka Pekalongan	60
C. Strategi Sustainability Bisnis Cv. Ridaka Pekalongan Dalam Perspektif Bisnis Islam.....	80
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	109





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan usaha di masa perekonomian seperti sekarang ini, seorang para wirausaha harus mampu menghadapi tantangan dan persaingan yang semakin ketat. Seorang wirausahawan dituntut untuk mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalankannya dengan baik. Seorang wirausahawan adalah seorang yang memiliki keahlian untuk menawarkan ide hingga komoditas, baik berupa produk atau jasa dan dengan kreativitasnya, sehingga pengusaha akan mampu berkomunikasi dan menguasai beberapa panduan kecakapan manajerial, serta mengetahui teknik menjual yang strategis mulai dari pengetahuan tentang produk, ciri khas produk dan daya saing produk terhadap produk sejenis dengan baik.¹

Apabila kita memiliki sebuah bisnis, pastilah kita menginginkan agar bisnis kita bisa sustainable atau berkelanjutan. Namun, sebagian besar dunia ini didominasi oleh pemikiran jangka pendek, pandangan mengenai banyaknya masalah yang dihadapi manusia sekarang, serta membiarkan individu atau kelompok melakukan sesuatu tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari perbuatannya dimasa mendatang merupakan fakta yang menyedihkan. Kata “berkelanjutan” memiliki kata “hijau” yang melekat

¹ Jurnal ilmiah Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Vol. 10 No. 2, Desember 2011.

padanya. Kata berkelanjutan sendiri menggambarkan atau memberikan arti sebuah proses atau tindakan kelanjutan jangka panjang, menyebabkan atau

mengizinkan sesuatu berlanjut dalam jangka waktu tertentu, dan sebuah proses atau tindakan yang membuat sesuatu tetap berjalan atau membuat sesuatu tetap berjalan, dari beberapa pengertian diatas “berkelanjutan” atau sustainability melibatkan proses dan tindakan yang menjaga perusahaan dari waktu ke waktu.²

Secara garis besar, bagaimana sebuah perusahaan dapat berkelanjutan tidak hanya mengenai hijauanya lingkungan. Memang benar bahwa lingkungan. Memang benar bahwa lingkungan tetap harus menjadi perhatian utama karena setiap bisnis dan kehidupan membutuhkan sumberdaya yang berasal dari lingkungan.³ Namun, berkelanjutan sebuah bisnis selain lingkungan juga mencakup bidang hukum, keuangan, ekonomi, industry, social, material dan perilaku.⁴

Dalam menjalankan sebuah bisnis pasti akan ada keuntungan dan kerugian, selain itu ada kesuksesan dan kegagalan. Kegagalan dalam bisnis itu salah satu hal yang paling ditakuti oleh semua pelaku bisnis. Tidak ada pengusaha atau pelaku bisnis yang menginginkan sebuah kegagalan dalam menjalankan bisnisnya. Tanpa disadari kegagalan dapat terjadi karena beberapa penyebab, diantaranya : perencanaan yang kurang matang, dalam menjalankan bisnis, perencanaan adalah hal penting yang harus dilakukan

² Scott, J. T. . The Sustainable Business 2nd Edition. UK : Greenleaf Publishing Limited Th. 2013.

³ “Strategi Berkelanjutan Perusahaan Pengembangan Perumahan Dengan Penerapan Metode ISI ACCELERATOR” Jurnal Vol. 3 No. 1 h 2015





pertama kali. Rencana bisnis tidak perlu sempurna, namun harus tepat dan dipikirkan secara matang. Dengan melakukannya perencanaan, anda dapat menemukan bagaimana bisnis anda mencapai tujuan. Yang kedua takut mengambil risiko, setiap kegiatan pasti memiliki sebuah risiko, salah satunya adalah kegiatan bisnis. Banyak perusahaan yang gagal menjalankan bisnis karena takut mengambil risiko, misalnya risiko dalam menghadapi persaingan, risiko dalam masalah keuangan, segmentasi pasar yang kurang baik, dll.⁵

Menurut Ratnawati (2007) keberlanjutan perusahaan dapat terlihat dari tingkat penjualannya yang meningkat dan bagaimana dukungan asset terhadap peningkatan penjualan serta bagaimana dana yang tersedia (berupa current liabilities, dbt, retainedearnings dan new sales) terhadap pertumbuhan asset.

Hendriyeni (2014) menyatakan bisnis berkelanjutan adalah bisnis yang memastikan bahwa semua aktivitas dan proses produksinya mempertimbangkan kondisi social (people) dan lingkungan (planet), dan tetap memperoleh keuntungan (profit).⁶

Dalam hal bisnis selama ini banyak orang memahaminya sebagai suatu bisnis yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak – banyaknya. Hukum ekonomi yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku hingga bahan yang digunakan.

⁵ Ibid.,

⁶ *Profesionalisme Akuntan Menuju Sustainable Business Practice*. Bandung. 20 Juli 2017.



Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah, serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dengan adanya nilai moral atau nilai etika bisnis agar menciptakan bisnis yang berkelanjutan.

⁷ Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan), termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan terwujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.⁸

Pada dasarnya yang kita hadapi sekarang di masyarakat adalah perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya nilai etika dalam bisnis.

Bagi kalangan ini bisnis adalah kegiatan manusia yang bertujuan mencari laba

⁷ Ma'ruf Abdullah, " *Wirausaha Berbasis Syariah* " (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2013) hlm. 36-39

⁸ Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol 6 No 1, Januari 2014 hlm 117.

semata – mata. Bisnis telah ada dalam system dan struktur dunianya yang “baku” untuk mencari pemenuhan hidup sehingga bisnis tidak seiring dengan etika. Berbagai bentuk kecurangan terjadi pada bisnis seperti rendahnya solidaritas, tanggung jawab social dan tingkat kejujuran, saling curiga, persaingan tidak sehat, penunggakan utang, sogok menyogok, komersialisasi birokrasi bahkan memotong relasi saingan untuk mematikan usaha bisnis lain.⁹

Selain itu, kepuasan pelanggan juga menjadi prioritas utama bagi para pengelola usaha agar usahanya bertahan dan tidak tergeser oleh persaingan bisnis yang ketat. Sehingga hal yang perlu dilakukan oleh pengelola adalah selalu mendengarkan keluhan para pelanggan dan cepat untuk memperbaiki produk yang dikeluhkan secara berkelanjutan. Jika para pelanggan merasa puas dengan pelayanannya maka mereka akan merekomendasikan hal-hal positif kepada teman atau kerabatnya, kemudian mereka akan kembali lagi lain waktu untuk berkunjung kembali dan mereka akan semakin loyal terhadap produk tersebut. Menurut Lupoyoadi (2013) dengan meningkatkan kualitas atribut produk dan pelayanan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat dan akan membangun keberlanjutan dan berbisnis.¹⁰

Demikian halnya bagi pengusaha kerajinan di Cv. Ridaka kota Pekalongan. Cv. Ridaka Pekalongan merupakan industri yang bergerak dibidang tenun dan kerajinan kreatif dengan memanfaatkan bahan limbah. Cv. Ridaka berdiri sejak tahun 1940 dan beralamat di JL. Agus Salim, lego VI No.

⁹ Norvadewi, Bisnis Dalam Perspektif Islam,.. hlm. 34.

¹⁰ Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan keempat. Gramedia Pusaka Utama: Jakarta 2006.





4 Pekalongan. Nama RIDAKA diambil dari nama pemiliknya yaitu Bapak A. Kadir (dibaca dari belakang). Perusahaan ini kurang lebih telah 79 tahun berdiri dan sekarang mempunyai karyawan kurang lebih 30 orang. Sebagai usaha kecil yang telah lama berdiri, tentunya ridaka telah melakukan pencatatan keuangan. Pencatatan yang dilakukan masih tergolong sederhana, hanya berupa pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran. Usaha tenun dan kerajinan kreatif ini didirikan dengan menggunakan modal sendiri kurang lebih Rp 750.000.000 dan selama ini ridaka belum pernah melakukan pinjaman tambahan modal ke perbankan maupun non perbankan.¹¹

Menurut hasil wawancara dengan pemilik ridaka, dalam keuangan ridaka memang masih menggunakan bank konvensional tetapi hanya dimanfaatkan sebagai sarana untuk transfer dan menyimpan uang (saving). Dan sebagai pembisnis muslim, ridaka berusaha tidak memakai hasil dari bunga bank tersebut. Dalam menjalankan bisnisnya, ridaka lebih memilih merekrut karyawannya sendiri berdasarkan kebutuhan. Keterampilan dasar menenun menjadi syarat utama untuk menyeleksi karyawan.¹² Keterampilan lainnya akan diajarkan oleh pemilik ridaka secara bertahap. Ridaka memiliki 25 karyawan dengan pembagian tugas masing-masing. Untuk mempertahankan karyawan, ridaka selalu memperhatikan karyawannya. Besarnya gaji diberikan sesuai dengan bagian kerja masing-masing karyawan. Sistem pengupahannya ada yang bersifat harian maupun borongan.

¹¹ www.ridaka.com

¹² Hasil Wawancara dengan Ibu Thuraya A Kadir tanggal 14 Februari 2020

Upah karyawan diberikan setiap hari Kamis, tidak menuntut keyakinan bahwa dengan adanya pendapatan tersebut dapat meningkatkan perekonomian karyawan, karena pendapatan sehari-hari karyawan dapat berubah-ubah terutama untuk para pekerja borongan. Maka yang perlu di analisis adalah dengan adanya strategi pengembangan tersebut dapat meningkatkan pendapatan karyawan, kesejahteraan dan menopang ekonomi karyawan atau justru strategi pengembangan tersebut tidak mampu menjadi mesin dalam hal pertumbuhan atau kesejahteraan karyawan yang memadai.¹³

Selain strategi pengembangan usaha yang diterapkan, kompensasi juga merupakan faktor yang memengaruhi motivasi kerja. Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atau jasa yang telah diberikan kepada perusahaan. Dengan adanya pemberian kompensasi yang pantas mampu membantu perekonomian karyawan serta menambah pendapatan karyawan bekerja.¹⁴ Kemudian, persaingan juga merupakan hal yang lazim ada disetiap bisnis yang dilakukan. Seperti halnya Cv. Ridaka Pekalongan dengan pengusaha-pengusaha kerajinan mempunyai pesaing yang sama dalam bidang kerajinan. Untuk itu Cv. Ridaka Pekalongan membutuhkan strategi agar tetap bisa bersaing dengan pengusaha kerajinan lainnya dengan menerapkan pedoman-pedoman strategi yang baik. Dengan mengandalkan kualitas dari masing-masing pengusaha kerajinan.¹⁵

¹³ Hasil wawancara dengan Pemilik Ridaka Ibu Thurata A. Kadir, tanggal 12 Oktober 2019

¹⁴ Ibid,

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Nazie selaku Kabag. Produksi pada 20 Februari 2020.



Tidak hanya strategi persaingan, keberlanjutan bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen ditentukan juga oleh pemilihan strategi pemasaran, Cv. Ridaka memanfaatkan peluang untuk mengidentifikasi setiap konsumen dalam prosesnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Tujuan utama Cv. Ridaka menyusun strategi pemasaran adalah untuk menjaga kelangsungan hidup serta kemajuan dan keunggulan dalam bisnis yang semakin kompetitif agar pelanggan berkenan melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu dengan latar belakang di atas yang telah penulis jabarkan, Alasan penulis membahas tentang sustainabilitas adalah menurut penulis setiap perusahaan harus mempunyai tahapan-tahapan kelanjutan untuk kedepannya, semua upaya harus di fokuskan agar perusahaan dapat bertahan hidup dalam kondisi dimana permintaan menurun dan biaya keuangan semakin tinggi. Kemudian penulis mencoba mengulas dalam bentuk tulisan berupa proposal skripsi. Dengan judul **“STRATEGI SUSTAINABILITAS BISNIS CV. RIDAKA PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM”**



B. Rumusan Masalah

Dari pembahasan uraian diatas, maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahannya, yaitu :

1. Bagaimana segmentasi pasar pada Cv. Ridaka Pekalongan?
2. Bagaimana strategi sustainabilitas bisnis Cv. Ridaka Pekalongan?
3. Bagaimana strategi sustainabilitas bisnis Cv. Ridaka Pekalongan dalam Perspektif Bisnis Islam.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian penulisan proposal skripsi ini dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui segmentasi pasar pada Cv. Ridaka Pekalongan.
- b. Untuk mengetahui strategi sustainabilitas bisnis yang ada pada Cv. Ridaka Pekalongan.
- c. Untuk mengetahui strategi sustainabilitas bisnis Cv. Ridaka dalam Perspektif Bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian pasti ada manfaat yang diharapkan dapat tercapai. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi secara umum dan ilmu ekonomi Islam khususnya.





- 2) Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai strategi.
- 3) Memberikan gambaran strategi sustainabilitas menurut perspektif ekonomi islam.
- 4) Dapat bermanfaat selain sebagai bahan informasi juga sebagai literatur atau bahan informasi ilmiah.

b. Manfaat Praktis

- 1) Dapat memberikan informasi yang faktual berkaitan dengan strategi sustainabilitas bisnis.
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk pengusaha kerajinan yang ada di Pekalongan dan sekitarnya.
- 3) Sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha dalam mengambil keputusan khususnya mengenai kebijakan strategi pemasaran di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika proposal skripsi ini diciptakan untuk memberikan informasi yang ada, agar bisa memberikan gambaran yang jelas pada setiap bab. Sistematika proposal skripsi untuk jenis penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini merupakan bagian awal yang menjelaskan semua kegiatan penelitian. Pembahasan dalam bagian ini menguraikan prolog permasalahan yang mendasari penelitian secara sistematis terdiri dari: latar belakang

masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Kerangka Teori

Berangkat dari bagian sebelumnya, kemudian penyusun menguraikan tentang Konsep pemasaran, Marketing Mix, Strategi Sustainabilitas Bisnis, Analisis SWOT, dan Strategi Sustainabilitas Bisnis Islam. Selain landasan teori sebagai bahan referensi penelitian ini, terdapat pula hasil penelitian relevan dari penelitian terdahulu.

BAB III : Metode Penelitian

Metode penelitian berisi setting tempat penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, instrument data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab iv, merupakan bab yang menguraikan hasil penelitian dan pembahasan dari si penulis. Dalam bab ini berisi tentang hasil-hasil penelitian dan pembahasan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi terhadap pemilik usaha Cv. Ridaka Pekalongan.

BAB V: Penutup

Merupakan akhir dari penulisan penelitian dalam bentuk skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran guna memberikan masukan bagi pihak yang terkait, khususnya bagi pihak Cv. Ridaka Pekalongan.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian diatas, Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup dan mendapatkan laba yang maksimum. Berhasil tidaknya mencapai tujuan tersebut tergantung dari keahlian merek dibidang pemasaran, produksi dan bidang-bidang lain yang menunjang tercapainya tujuan tersebut.¹

Untuk mencapai Bisnis yang berkelanjutan (Sustainability) dimulai dengan melakukan segmentasi pasar, analisis lingkungan seleksi pasar untuk segmentasi pasar dan pengembangan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (Marketing Mix) adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Bauran pemasaran merupakan suatu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditunjukkan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Cv. Ridaka Pekalongan merupakan usaha yang bergerak di bidang tenun dan kerajinan kreatif dengan memanfaatkan bahan limbah, berdiri sejak 1940 dan beralamat di JL. Agus Salim, lego VI No. 4 Pekalongan.

¹ Kotler dan Armstrong (2001 : 7)



Dapat disimpulkan bahwa strategi sustainabilitas bisnis yang telah digunakan Ridaka dalam mempertahankan ekstensi (keberadaan) usahanya adalah dengan menggunakan beberapa strategi yang meliputi: Strategi konsentrasi, strategi pengembangan produk, strategi integrasi vertical, strategi Diversifikasi, pengembangan pasar, inovasi. Ridaka juga menerapkan strategi dalam setiap bidang fungsionalnya yang meliputi strategi operasi, strategi SDM, strategi keuangan, serta strategi pemasaran.

Strategi-strategi tersebut secara garis besar sudah sesuai dengan teori yang ada. Strategi yang di terapkan dalam Cv Ridaka Pekalongan telah sesuai dengan Strategi Sustainabilitas dalam Bisnis Islam, diantaranya ialah : Strategi konsentrasi, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, strategi inovasi, strategi vertical, strategi diversifikasi konsentrik, dan strategi fungsional.

Keberhasilan bisnis yang dijalankan Ridaka tidak hanya bergantung pada strategi-strategi diatas, akan tetapi dalam pelaksanaannya, Ridaka juga menerapkan nilai-nilai Islam di dalam strategi bisnisnya agar tetap berkelanjutan (sustainability). Sebagaimana yang di anjurkan oleh Rasulullah. Terlihat dari adanya sifat kejujuran, professional, rela sama rela dalam penentuan harga, menjauhi praktik riba dalam keuangannya, tidak meninggalkan ibadah ditengah menjalankan aktivitas bisnisnya, menjaga hubungan tali silaturahmi baik dengan karyawan maupun pesaing, menyalurkan sebagian hartanya untuk orang yang membutuhkan, serta

tetap menjaga kelestarian alam yang telah Allah berikan. Sehingga hal inilah yang menjadi kunci utama ketahanan dalam bisnis Ridaka.

Tidak hanya memikirkan keuntungan (profit), akan tetapi mencoba memberikan manfaat bagi lingkungan maupun masyarakat sekitar, dan terlebih tidak meninggalkan nilai-nilai aturan Islam dalam menjalankan bisnisnya.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas, penulis memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Cv. Ridaka, yaitu:

1. Dengan melihat kondisi persaingan bisnis seperti saat ini, alangkah lebih baiknya Ridaka terus meningkatkan kreatifitas dan inovasinya, serta melakukan perbaikan-perbaikan terhadap strategi yang digunakan dengan menyesuaikan kondisi Ridaka saat ini.
2. Cv. Ridaka memperluas ruangan showroom atau mengubah penataan sesuai dengan kriteria produk, agar pembeli bisa melihat produk dengan leluasa.
3. Bermitra dengan perbankan syariah, karena transaksi yang ada di bank syariah tidak menggunakan system bunga melainkan menggunakan system bahi hasil.



DAFTAR PUSTAKA

- Agam, Chandra. 2016. *Analisis Strategi Bisnis Restoran Begadang*, Bandar Lampung. Akuntansi, 1584.
- Amalia Fitri. 2014. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol 6 No 1.
- Amenda, T. 2013. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Annisa, L. 2008. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Restoran Cibiru, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten". Skripsi. Program Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Astuti, A.D & Juwenah (2017). *Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan yang tergabung dalam LQ 45 Tahun 2012-2013*. *Journal of Accounting and Finance*, Vol. 2 No. 01, 301-313.
- Bestivano, Wildham. 2013. "Pengaruh Ukuran perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas perusahaan terhadap perataan laba pada perusahaan yang terdaftar di BEP" UNIVERSITAS NEGERI PADANG
- Data Direktorat IKM 2016. Dinas Koperasi, Industri dan Perdagangan Kabupaten Pesawaran.
- Dewinta, I. A. R., & Setiawan, P. E. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap tax avoidance*. *E-Jurnal*



- Fajriyah, Lailatul. “*Strategi Pengembangan Usaha Pada CV. Wiramitra Kab. Sidoarjo*” Studi Ekonomi FKIP UNEJ.
- Fransisco Szekly & Marianna Knirsh. 2005. *Responsible Ledearsip and Corporate Social Responsibility : European Management Journal* Vol. 23, No. 6 PP. 628-647.
- Habibi, N. (2017). “*Pengaruh Profitabilitas san Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan*” . Skripsi. Jurusan Akuntansi Syariah, FE, IAIN.
- Hapsari, H., Endah, D., dan Tuti Karyani. 2008. *Peningkatan Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak Mononjaya*. Jurnal Agrikultura, Vol.19, No.3, p. 208-215.
- Hasibuan, 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia : Pengertian Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta : PT. Toko Gunung agung. Hasibuan, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Edisi Revisi. Jakarta.
- Hesta Rina H.T 2016 “*Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Batu Bata Cv. BMS di Lampung Tengah*” Pearce Robinson, 2000. *Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1* Jakarta: Binpura Aksara.
- Hesta Rina H.T. 2016. “*Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Batu Bata CV. BMS di LampungTengah*” Universitas Lampung .



- Ikhsan, Sadik, dkk. 2011. “Analisis SWOT Untuk Merumuskan Strategi Pengembangan Komoditas Karet di Kabupaten Pulau Pisau, Kalimantan Tengah”. Banjarmasin: Jurnal Agribisnis Vol.1
- Indiyani, E. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu Akuntansi*, Volume 10, 333-348.
- Indriwati, P dan Raharja, S. 2011. “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa di Bekasi”. Jurnal Manajemen . Fakultas
- Iqbal Alzaohar, Muhammad. 2018 “ Analisis Strategi Bisnis Cv. Gema perkasa Abadi di Bandar lampung “Universitas Lampung,.
- Jurnal 2015. *Konsep Sustainability Dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility* Universitas Jember Cahyandito, M. F. (2010). *Pembangunan Berkelanjutan, Ekonomi dan Ekologi, Sustainability Communication dan Sustainability Reporting*. Jurnal Bisnis dan Manajemen.
- Jurnal Ekonomi Bisnis Islam.Keraf. 2015. AL TIJARY.Vol 01 No.01.
- Jurnal Vol. 3 no. 1 2015 “ Strategi Berkelanjutan Perusahaan Pengembang Perumahan Dengan Penerapan Metode ISI ACCELERATOR”
- Khusnita, Amalia. 2011. *Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Bersaing (Studi Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Jember)*, Jember.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Prenhalindo. Jakarta.



- Kuncoro, Mudrajad.2008. *Harian Bisnis Indonesia*. Oktober. Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Luhur, M. B 92017). “*Pengaruh Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan dengan Protabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*” Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Madura, Jeft. 2007. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis, 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* . Jakarta: PT Bumi Aksara. Sutrisno, Hadi. , *Metode Research* Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Martoyo, Susilo. 1987. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Yogyakarta: PT BPFE.
- Menteri Koperasi dan UKM RI, Peraturan Menteri Koperasi dan UKM RI No.07/Per/M.KUKM/VII/2015 *Tentang Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2015-2019*.
- Mulyadi, N (2010). *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta CV.
- Munandar, Aris“ *Analisis Strategi dan Model Pengembangan Produk Kerajinan Kulit CV Mitra Tani Farm di Kab. Bogor* “ Universitas Bogor.
- Mustika, 2009. *Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Kentang (Solanum tuberosum L.) Pada PT. Dafa Teknoagro Mandiri Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor Jawa Barat*. Program Sarjana Ekstensi Agribisnis, Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.



- Nurhayati, N , Hubeis, M dan Raharja, S. 2012. “*Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu di Kabupaten Jawa Barat*”.
Jurnal Manajemen. Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor.
Vol.7 No.2.
- Porter, M. 1997. *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*.
Jakarta: Erlangga.
- Porter, ME. 1997. *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*.
Terjemahan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan
Keempat belas. Gramedia Pusaka Utama. Jakarta.
- Reny Maulidia Rahmat, dengan judul “*Strategi Pemasaran Pada PT. koko Jaya
Prima Makassar*” Universitas Hasanudin Makassar, th 2012.
- Riski, Senja Yola, 2016. “*Strategi Pengembangan Usaha dan peningkatan
Kesejahteraan Ekonomi Karyawan dalam perspektif Islam*” (Skripsi
Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam
Lampung.
- Saputra. 2012. *Metodologi Penelitian: kuantitatif, Kualitatif, dan tindakan*,
Bandung:Rafika Aditama.
- Sari, Tiara Kartika. 2016. *Strategi Pengembangan PT. Sayuran Siap Saji Di Desa
Sukamanah Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor*.
- Steiner, GA dan Miner, JB. 1997. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Edisi
Kedua. Erlangga. Jakarta.



- Suhar Saputra Uhar. 2012. *Metodologi Penelitian: kuantitatif, Kualitatif, dan tindakan.*, Bandung:Rafika aditama.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metode penelitian Bisnis dan Ekonomi* Yogyakarta: Pustaka Baru Pers. Narkubo Cholid, 2007, *Metode Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara
- Suryono, H., & Prastiwi, A. (2011). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan.(Studi PadPerusahaan–Perusahaan yang Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI).*
- Susanto, AB. 2008. *Visi dan Misi, Langkah Awal Menuju Strategic Manajemen.* The Jakarta Consulting Group. Jakarta.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. Jakarta: Tazkia Institute. 1999. Bank Syariah Wacana Ulama dan Cendekiawan.
- Taufiq, Moh. dept. sales ekspor . 2019. *Hasil Wawancara : Usia Perusahaan Pt. Pismatex.*Szekly, Fransisco & Knirsh, Marianna. 2005 “ *Responsible Ledearsip and Corporate Social Responsibility : European Management Journal* Vol. 23, No. 6 PP.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran.* Edisi Kedua. PT Andi. Yogyakarta. Umar, H. 2003. *Stategic Management in Action.* Cetakan Ketiga. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tri, W. 2013.” *Strategi Pengembangan Industri Kripik Di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang.*” Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Semarang.



Widiarta, A. 2011. *Analisis Keberlanjutan Praktik Pertanian Organik di Kalangan Petani* (Kasus: Desa Ketapang, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang, Propinsi Jawa Tengah). Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Wijaya, Yonathan Wiliem. 2015. “*Evaluasi Strategi produksi percetakan PT. Surya*” *Sentra Sarana Malang dengan pendekatan SWOT analisis manajemen bisnis*” AGORA Vol. 3

Williem, Yonathan. 2015. “*Evaluasi Strategi Produksi Percetakan PT SURYA SENTRA SARANA MALANG Dengan Pendekatan SWOT Analysis Manajemen Bisnis*”. Malang: AGORA Vol.3





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : SUCI FITRIYANI
Tempat/Tgl. Lahir : Pekalongan, 18 Januari 1999
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : JL. KH A Dahlan Gg 18 No 43, Tirto Pekalongan

IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Kahardi
Nama Ibu : Umi Malekha
Alamat : JL. KH A. Dahlan Gg 18 No. 43, Tirto Pekalongan

RIWAYAT PENDIDIKAN

2004 – 2010 : SDN Tirto 03
2010 – 2013 : MTsS HIFAL
2013 – 2016 : SMK N 3 Pekalongan



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
 Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
 Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
 KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : SUCI FITRIYANI
 NIM : 2013216033
 Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH
 E-mail address : kembalikefitrii@gmail.com
 No. Hp : 085868065351

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
 yang berjudul :

STRATEGI SUSTAINABILITAS BISNIS CV RIDAKA PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 November 2020

METERAI
 TEMPEL
 6000
 SUCI FITRIYANI
 NIM.2013216033

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
 Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD