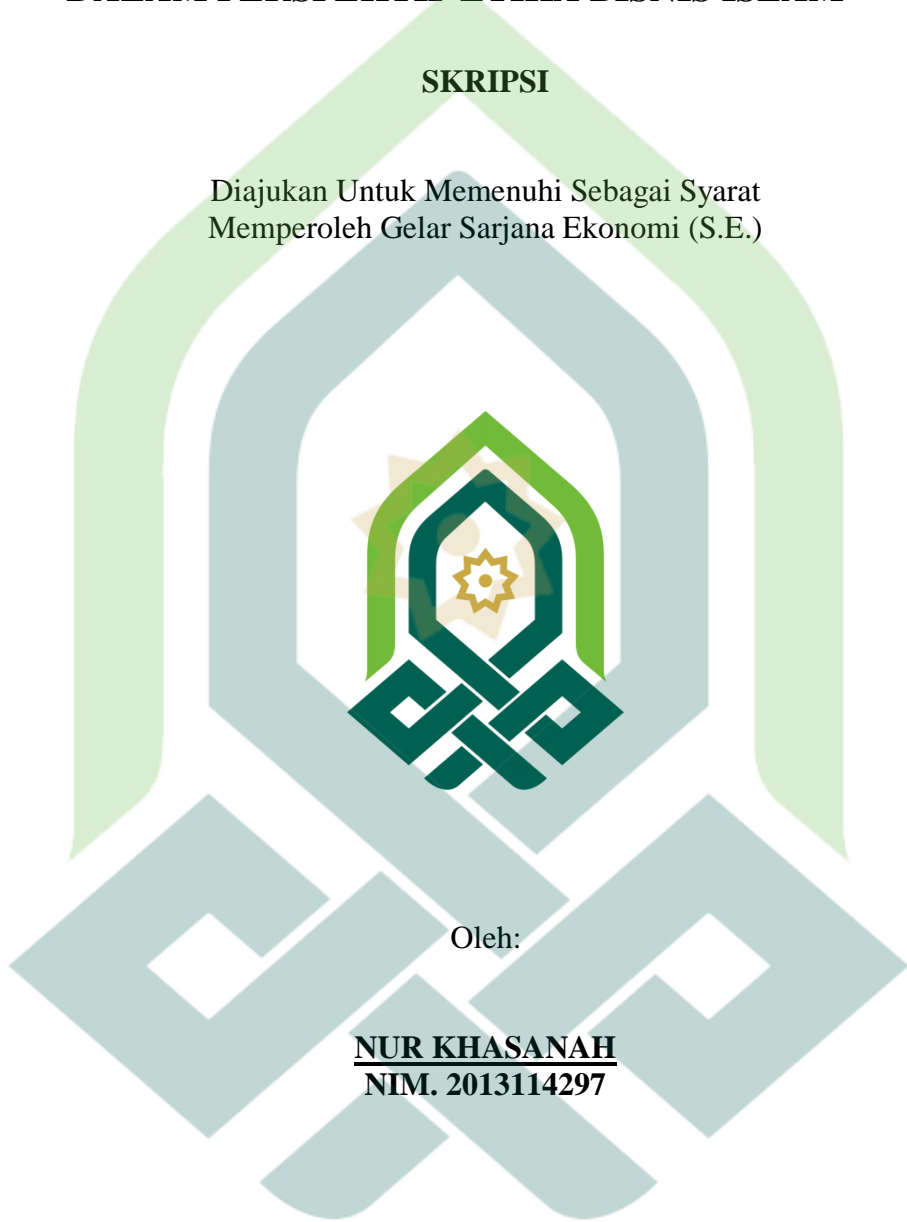


**ANALISIS STRATEGI BERSAING
HOME INDUSTRY BATIK “FAARO” PEKALONGAN
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NUR KHASANAH
NIM. 2013114297

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



**ANALISIS STRATEGI BERSAING
HOME INDUSTRY BATIK “FAARO” PEKALONGAN
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NUR KHASANAH
NIM. 2013114297

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : NUR KHASANA H

NIM : 2013114297

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI BERSAING *HOME INDUSTRY*
BATIK “FAARO” PEKALONGAN DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Desember 2018

Yang Menyatakan



NUR KHASANA H

NIM. 2013114297

NOTA PEMBIMBING

M. Nasrullah, M.SI.

Jl. H. Hasyim Asyari No 22 Kemplong Wiradesa

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nur Khasanah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah
di-
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari:

Nama : Nur Khasanah
NIM : 2013114297
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : Analisis Strategi Bersaing *Home Industry* Batik
"FAARO" Pekalongan dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam.

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

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

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Pekalongan, 27 Desember 2019

Pembimbing,



Muhammad Nasrullah, M.SI.
NIP.198011282006041 003



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

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax (0285) 423418

PENGESAHAN

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

Nama : NUR KHASANAH

NIM : 2013114297


Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI BERSAING *HOME*
INDUSTRY BATIK “FAARO” PEKALONGAN
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM.

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 17 Januari 2019 dan dinyatakan LULUS
serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Ali Amin Isfandiar, M. Ag
NIP. 19740812 200501 1 002


Nur Fani Arisnawati, MM

Pekalongan, 17 Januari 2019

Disahkan oleh

Dekan,




Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H

NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi 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 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, sebagaian dilambangkan dengan tanda, dan sebagaian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er



ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ء	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal lengkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	أِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = 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 diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

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



Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badī'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

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 *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*



PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH yang maha kuasa, berkat dan rahmat, Detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikanNYA hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

- Kedua orang tuaku. Bapak Surdi dan Ibu Muirah. beliau adalah dua insan yang selalu saya cintai, saya banggakan dan saya hormati. Yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, yang selalu mendoakan, memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini.
- Kakak-kakakku tersayang Mas Azam, Mbak Khumaroh, Mbak Atik, Mas Eron dan adik Dhofir yang selalu memberikan dukungan dan semangat. Keponakanku Nadya, Fairel dan Rifka yang selalu mengisi hari-hariku penuh dengan canda dan tawa
- Seluruh keluarga besarku. Terimakasih atas doa dan dukungannya
- Temen-temen seperjuangan khususnya ekos G 2014 yang sangat mengesankan selama perkuliahan, susah senang dirasakan bersama-sama.
- Teman-teman KKN POKJA angkatan 44 Kelompok 13 Gamer.
- dan seperjuanganku yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih untuk kalian semua





MOTTO

وَهَزِيءَ إِلَيْكَ بِجِدْعِ النَّخْلَةِ تُسْقِطُ عَلَيْكَ رُطْبًا غَنِيًّا

“Dan goyanglah pangkal pohon kurma itu ke arahmu, niscaya (pohon) itu akan menggugurkan buah kurma yang masak kepadamu”

(QS. Maryam : 25)

Strategi bukan hanya perkara menjadi yang baik pada apa yang anda lakukan. strategi adalah perkara menjadi berbeda dalam hal apapun yang anda lakukan

(Michael Porter)

Tindakan adalah kekuatan. Tidak ada keberhasilan tanpa kerja keras

ABSTRAK

Khasanah, Nur. 2018. Analisis Strategi Bersaing *Home Industry* Batik FAARO Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Dosen Pembimbing : M. Nasrullah, S.E., M.SI

Dewasa ini perusahaan dihadapkan pada kondisi persaingan yang semakin meningkat dalam keterbukaan bisnis. Kondisi ini menuntut perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan sesuatu yang bernilai lebih dibanding yang dilakukan pesaing. Selain itu dalam bersaing harus meneladani nilai etika bisnis islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW mengingat bahwa pemilik dan produsen-produsen Batik FAARO adalah seorang muslim.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing di *Home Industry* Batik FAARO Pekalongan dan bagaimanakah strategi bersaing di Home Industry Batik FAARO Pekalongan dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam analisis data penulis melakukan validasi data dengan menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing diferensiasi yang dilakukan yaitu pada bahan yang digunakan untuk produksi batik, yaitu dengan menggunakan katun saten karena produk itu berbeda dengan yang lainnya serta jarang digunakan oleh produsen batik lainnya dan tidak mudah ditiru karena ketersediaan bahannya yang masih langka. selain itu motif yang digunakan adalah hasil dari padupadan antara motif klasik dengan modern sehingga batik akan terkesan modern dan bukan pakaian orang jaman dulu lagi. Inovasi inilah yang dicoba oleh Batik FAARO dalam mengembangkan produknya agar bisa terus *survive* dan berkembang. Sedangkan strategi bersaing yang dilakukan oleh Batik FAARO sudah sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam mulai dari cara menghadapi pesaing, produk yang diciptakan, pelayanan, dan Kontribusi terhadap masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Etika Bisnis Islam



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Home Industry Batik FAARO Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir nanti, amin.

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

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH. M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Agus Fahrina, M.SI, selaku Kepala Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
4. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
5. Bapak M. Nasrullah, S.E. M.SI selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.

6. Ibu Dr. Hj Susminingsih M.Ag selaku Dosen Wali

7. Seluruh Dosen dan Karyawan IAIN Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi

8. Pimpinan dan karyawan Batik FAARO yang telah menyediakan waktu dan memberikan jawaban untuk diwawancara

9. Bapak Aidin dan Ibu Eni selaku pihak dari Dinperinaker Kota Pekalongan dan Kelurahan Buaran yang telah bersedia memberikan data mengenai batik di Buaran Pekalongan

10. Seluruh pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 27 Desember 2019

Penulis



NUR KHASANAH
NIM. 2013114297



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	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	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Kajian Penelitian Terdahulu	10
F. Kerangka Teoritik.....	17
G. Metode Penelitian.....	18
H. Sistematika Penulisan.....	24
BAB II LANDASAN TEORI	26
A. Strategi Bersaing	26
1. Pengertian Strategi Bersaing	26
2. Teori Strategi Bersaing.....	27
3. Analisis Pesaing.....	36
4. Strategi Bersaing Dalam Islam.....	38
B. EtikaBisnis Islam.....	44
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	44
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam.....	47
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	48



BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN	52
A. Profil Batik FAARO Pekalongan	52
1. Sejarah Batik FAARO	52
2. Visi dan Misi Batik FAARO	53
3. Struktur Organisasi Batik FAARO	54
4. Tugas dan Wewenang Jabatan	54
5. Macam-Macam Produk Batik FAARO	56
6. Letak Geografis Batik FAARO	57
7. Alamat Batik FAARO	57
B. Pemasaran Batik FAARO	58
C. Kondisi Persaingan Batik FAARO dengan Lainnya	59
BAB IV ANALISIS	63
A. Strategi Bersaing <i>Home Industry</i> Batik “FAARO” Pekalongan	63
B. Analisis Strategi Bersaing <i>Home Industry</i> Batik “FAARO” Pekalongan	66
C. Analisis Strategi Bersaing <i>Home Industry</i> Batik FAARO Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	84
BAB V PENUTUP	100
A. Simpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	107



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Industri Batik di Buaran Kota Pekalongan Tahun 2017	3
Tabel 3.1	Data Produk Batik FAARO.....	52
Tabel 3.2	Strategi Industri Batik dalam Menghadapi Persaingan	56
Tabel 4.1	Data Penjualan Produk di Batik FAARO Tahun 2015-2017.....	79
Tabel 4.2	Temuan Lapangan.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Teoritik	14
Gambar 1.2	Triangulasi Sumber	19
Gambar 1.3	Triangulasi Metode.....	20
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Batik FAARO.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara Batik FAARO Pekalongan
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara Batik Lainnya (Pesaing Batik FAARO).
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara Pelanggan Batik FAARO
- Lampiran 4 Pedoman Wawancara Masyarakat sekitar Batik FAARO
- Lampiran 5 Hasil Wawancara Batik FAARO Pekalongan, Batik Lainnya (Pesaing Batik FAARO), Reseller Batik FAARO Pekalongan & Masyarakat sekitar Batik FAARO Pekalongan.
- Lampiran 6 Surat Pengantar dan Izin Penelitian
- Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 8 Daftar Informan
- Lampiran 9 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan salah satu ciri bangsa Indonesia yang dapat memberdayakan sumber daya manusia. Di Indonesia, hampir setiap daerah memiliki batik khas daerahnya, masing-masing daerah memiliki motif dan corak yang berbeda. Pada khususnya di Pekalongan dengan industri batik kian menjamur menjadikan kota kota ini dikenal sebagai sentra batik di Indonesia. Dalam industri batik tersebut melibatkan masyarakat pekalongan yang memang sebagian besar bekerja di sektor batik.

Semenjak diresmikan oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009 sebagai warisan budaya Indonesia dan bagian dari *World Heritage*, batik menemukan momentumnya untuk menjadi produk andalan Indonesia. Jika UNESCO sebagai organisasi dunia sudah mengakui batik sebagai kekayaan asli budaya Indonesia, maka sebagai bangsa Indonesia seharusnya juga memiliki rasa memiliki, bangga dan semakin mencintai batik. Ini membuktikan bahwa batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia, bukan milik bangsa lain dan tidak bisa diklaim bangsa lain.¹

Batik menjadi tumpuan perekonomian masyarakat Kota Pekalongan. Industri batik Pekalongan prospeknya masih menjanjikan dibandingkan industri batik daerah yang lain. Kota Pekalongan berkembang menjadi pusat

¹Ika Sekartaji, Wakhid Slamet Ciptono “Analisis Strategi Bersaing Rumah Batik Danar Hadi Surabaya”, *Tesis* (Jogjakarta: Universitas Gajah Mada, 2013).

batik terbesar di Jawa. Dari data pemerintah kota Pekalongan pada tahun 2014 terdapat 861 jumlah industri batik yang tersebar di 14 kelurahan dan menampung 12.004 orang tenaga kerja. Selain itu nilai produksi batik sebesar 279.787,526 (dalam jutaan rupiah) dan jumlah Asset/investasi sebesar 38.316,8555 (dalam jutaan rupiah) menjadikan perekonomian Kota Pekalongan semakin baik.² Ini membuktikan bahwa usaha dibidang ini memang sangat menjanjikan, khususnya dibidang industri batik.

Kelurahan Buaran merupakan salah satu wilayah yang sebagian masyarakatnya bekerja di industri batik, baik yang hanya memproduksi kain batik saja maupun memproduksi aneka pakaian batik. Hal ini terjadi seiring berkembangnya industri batik yang didistribusikan sampai ke manca negara (Negara lain). industri batik ini mulai berkembang pesat di Kelurahan Buaran sejak tahun 2003 lalu, meskipun kerajinan batik sudah dikenal masyarakat luas sejak jaman dahulu.³ Karena sebagian besar warganya yang merupakan pengusaha batik maka wilayahnya terkenal dengan hasil batikannya.

²Nur Istikhathu Fadlillah, "Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi danUMKM dalam Pengembangan Industri Kreatif Batik di Kota Pekalongan",*Tesis* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016)

³Sri Rosdiana, "Pemanfaatan Tenaga Kerja Anak Pada Industri Batik di Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan (Kasus di Industri "Faaro" dan "Ghinata)",*Skripsi*(Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2010)



Tabel 1.1

Jumlah Industri Batik di Buaran Kota Pekalongan Tahun 2017

NO	Nama Industri Batik	Alamat	Tahun Mulai Beroperasi	Jenis Produk
1	Batik Alfiani	Buara Gg. 1 RT.04/01	2002	Aneka pakaian batik
2	Batik Divfa Collection	Buaran Gg. 3	2003	Aneka pakaian batik
3	Batik Alimin	Buaran Gg. 1/87	2008	Aneka pakaian batik
4	Batik Ridwan	Buaran Gg. 1/26	2009	Aneka pakaian batik
5	Batik Niswa	Buaran Gg. 2	2014	Aneka pakaian batik
6	Batik Dzikrullah	Buaran Perum KCVRI No. 16 RT. 05/02	2015	Aneka pakaian batik
7	Batik Faaro	Buaran Gg. 1/03	1999	Aneka pakaian batik

Sumber : Kantor Kelurahan Buaran dan Dinperinaker Kota Pekalongan Tahun 2017.

Tabel diatas menunjukkan jumlah industri batik di desa Buaran yang hanya menghasilkan produk sejenis yaitu aneka pakaian batik yang produksinya masih berjalan dan bertahan hingga sekarang. Jika dilihat dari tahun mulai beroperasinya, menunjukkan bahwa Batik FAARO yang terbilang paling lama dibandingkan dengan batik lainnya. Selain itu Batik FAARO juga melakukan produksinya (*finishing*) secara mandiri seperti pemotongan, pengobrasan, penjahitan dan pengemasan.

Dewasa ini perkembangan industri semakin pesat, dimana di satu pihak terjadi persaingan yang tajam antar produsen dan dilain pihak adanya sikap konsumen yang semakin kritis. Hal ini menuntut setiap industri untuk selalu inovatif dan kreatif dalam mengelola usahanya. Terutama dalam menawarkan sesuatu yang bernilai lebih dibanding yang dilakukan pesaing.



Batik FAARO merupakan sebuah *home industry* yang berada di kelurahan Buaran Kota Pekalongan yang menghasilkan sebuah produk pakaian jadi yang selalu mengikuti perkembangan *trend*. Produk dari Batik FAARO sangat beragam dengan harga yang berkualitas. Pakaian batik adalah produk utama yang dihasilkan oleh Batik FAARO. Produk yang ditawarkan berupa pakaian batik baik pria maupun wanita dengan jenis batik seperti cap, tulis hingga kombinasi printing. Seiring berjalannya waktu Batik FAARO telah melakukan inovasi untuk mengembangkan produknya. Inovasi produk yang dilakukan oleh Batik FAARO adalah untuk tetap bisa *survive* sehingga otomatis akan meningkatkan omset penjualan dan memperluas pasar serta berusaha untuk mampu menarik minat beli konsumen melalui produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang menyesuaikan dengan *trend* nya.⁴

Hal ini terbukti bahwa dari penjualan produknya mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Dari tahun 2015-2017 yaitu tahun 2015 mencapai Rp. 1.444.653.500, tahun 2016 mencapai Rp. 1.865.558.500, dan ditahun 2017 mencapai Rp. 2.275.606.500. Tentu saja tidak sedikit pesaing dari Batik FAARO ini, sehingga memunculkan persaingan antar industri batik. Persaingan inilah yang dicoba oleh Batik FAARO. Seiring dengan kondisi persaingan industri batik yang semakin kompetitif saat ini, keberhasilan batik FAARO dalam mengembangkan usahanya tentunya memiliki serta

⁴Muhtarom, Pemilik Home Industri Batik Faaro, Wawancara Pribadi, Pekalongan, senin, 19 Februari 2018, Pukul 12.45 WIB.

menerapkan strategi bersaingnya agar dapat menghadapi persaingan di industri batik saat ini.⁵

Meskipun sudah banyak pengusaha batik yang kini menjadi pesaingnya dan menjual produk batiknya di toko maupun di pasaran, namun produk dari Batik FAARO mampu membuktikan bahwa produknya dapat berkembang dan bersaing dengan dengan batik lainnya. Penerapan strategi bersaing yang tepat dapat menjadikan suatu produk dapat diterima oleh konsumen dan semua itu tidak terlepas dari konsep etika bisnis islam, mengingat bahwa pemilik dari Batik FAARO adalah seorang muslim yang sudah menunaikan haji serta para staff dan karyawan yang hidup dalam komunitas muslim.

Untuk menunjang sukses atau tidaknya suatu usaha yang sedang dijalankan tentu saja diperlukan strategi yang baik agar bisa melahirkan sebuah strategi bisnis yang tepat untuk mempertahankan diri dari para kompetitor baik pesaing lama maupun pendatang baru di industri batik agar mampu bertahan hidup dan harus terus berkembang karena bisnis tidak akan berjalan dengan baik jika tidak didukung dengan strategi bersaing yang tepat.

Menurut Chandler strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai sebuah tujuan.⁶

⁵ Muhtarom, Pemilik Home Industri Batik Faaro, Wawancara Pribadi, Pekalongan, senin, 19 Februari 2018, Pukul 12.45 WIB.

⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep perencanaan strategic untuk menghadapi abad 21*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 4.

Keunggulan bersaing penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan.⁷ Terdapat strategi bersaing yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk yaitu; strategi bersaing Michael Porter dan strategi bersaing yang diajarkan oleh Rosulullah Saw.

Strategi bersaing menurut Porter, jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tinggi atau produk dengan biaya rendah, bukan dua-duanya. Berdasarkan prinsip ini, Porter menyatakan terdapat tiga strategi generik yaitu strategi kepemimpinan Biaya Me-nyeluruh (*Overall Cost Leadership*), Diferensiasi (*Differentiation*), dan Fokus (*Focus*).⁸

Cost Leadership adalah strategi dimana perusahaan berjuang untuk menjadi produsen dengan biaya paling rendah dibandingkan dengan pesaingnya dalam industri itu.⁹ Diferensiasi adalah perusahaan mampu menciptakan terhadap nilai tertentu pada konsumennya misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik dan lain sebagainya.¹⁰ Fokus adalah strategi dimana suatu perusahaan

⁷ M. Fuad, Christin H, *Pengantar Bisnis, Buku 2* (Jakarta : Salemba Empat, 2011), hlm. 84.

⁸ Husein Umar, *Strategi Manajemen In Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 34.

⁹ Aril Yusuf Hamani, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Edisi Pertama (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), hlm. 126.

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*,..., hlm. 206.

memilih satu atau beberapa segmen pasar, mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan minat pelanggan.¹¹

Rasulullah SAW Memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rosul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangannya. Itu bukan berarti Rosulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut.¹²

Terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dengan persaingan usaha. Terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karena peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya. Dalam bisnis, terjadi persaingan yang ketat, yang kadang-kadang menyebabkan pelaku usaha menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan usaha dan memenangkan persaingan.¹³

Dari uraian diatas terbukti bahwa strategi bersaing biaya rendah (*Cost Leadership*), diferensiasi, dan fokus dapat membangun keunggulan kompetitif dalam pengembangan produk, dan juga dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Tidak terlepas dari itu, prinsip strategi bersaing secara etika bisnis islam juga harus diperhatikan dalam berbisnis agar tidak ada pihak yang dirugikan.

¹¹ Aril Yusuf Hamami, *Pemahaman Strategi Bisnis ...*, hlm. 128.

¹² Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Cet.1 (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 93.

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 258.

Berawal dari situlah peneliti ingin mengetahui lebih jauh “Bagaimanakah penerapan strategi bersaing di *Home Industry* Batik FAARO Pekalongan sehingga usahanya bisa terus berkembang hingga saat ini dan penjualan tiap tahunnya meningkat dan bagaimana kesesuaian penerapan strategi bersaingnya dengan strategi bersaing dalam etika bisnis islam.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Bersaing *Home Industry* Batik “FAARO” Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi bersaing *Home Industry* Batik “FAARO” Pekalongan?
2. Bagaimana strategi bersaing *Home Industry* Batik “FAARO” Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi bersaing yang diterapkan pada *Home Industry* Batik “FAARO” dikota Pekalongan, dan
- b. Untuk mengetahui strategi bersaing pada *Home Industry* Batik “FAARO” di Pekalongan dalam perspektif etika bisnis islam

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini secara umum terdiri dari manfaat akademik atau teoritik yang berkaitan dengan hal-hal yang positif yang dapat dikembangkan oleh penelitian ini pada dunia pendidikan, dan manfaat praktis yaitu berkaitan dengan sumbangan positif yang dapat diberikan pada penelitian yang akan dilakukan pada kehidupan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun kegunaan atau manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Segi Teoritis

- 1) Untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya terkait tentang strategi bersaing.
- 2) Dengan mengetahui bagaimana perspektif etika bisnis islam tentang strategi bersaing dapat mengetahui bagaimana peran dan fungsi strategi bersaing yang sesungguhnya dalam pendidikan.

b. Segi Praktis

- 1) Sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan akan pentingnya strategi bersaing sebagai upaya meningkatkan kinerja perusahaan.
- 2) Sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha lain agar dapat mengetahui tentang perspektif etika bisnis islam tentang strategi bersaing yang dilakukan oleh perusahaan industri kerajinan batik "FAARO" di Kota Pekalongan.

- 3) Sebagai bahan referensi dan pengetahuan bagi siapa saja yang ingin mengetahui tentang strategi bersaing dimasa yang akan datang.

D. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian Ni Nyoman Resmi tahun 2011 dengan judul "*Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menang Dalam Kompetisi*". Hasil penelitiannya yaitu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan adalah melalui penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk, total *quality manajement*, atribut produk serta diferensiasi produk (mengharuskan perusahaan untuk mendiferensiasikan diri dari rivalnya. Tujuan dari peningkatan kualitas adalah agar produk tetap diminati, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen sehingga tujuan perusahaan untuk eksis, tumbuh, dan berkembang dapat dicapai. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Kasmiruddin tahun 2012 dengan judul "*Analisis Strategi Bersaing Bisnis Eceran Besar/ Modern (Kasus Persaingan Bisnis Ritel Di Pekanbaru)*". Hasil penelitiannya yaitu menggambarkan strategi bisnis yang diterapkan peritel guna menciptakan keunggulan bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menguraikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengefektifkan penerapan strategi keunggulan bisnis. Peritel modern menerapkan strategi diferensiasi untuk memperoleh

¹⁴Ni Nyoman Resmi, "Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menang Dalam Kompetisi", *Jurnal Sains dan Teknologi* (Vol. 3 No. 1 2012), hlm. 143.

keunggulan bersaing diantaranya menciptakan diferensiasi produk barang dagangan, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi citra perusahaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Nabila Desiana, Mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanudin yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing dalam Peningkatan Pangsa Pasar Pada PT. XL Mitra Abadi Utama di Makasar”. Hasil Penelitiannya yaitu, menunjukkan bahwa pangsa pasar setiap tahunnya meningkat. Faktor yang menyebabkan adanya kenaikan pangsa pasar sebab penjualan jasa provider kartu selulr meningkat setiap tahunnya dan dari hasil analisis mengenai formulasi swot yang dilakukan oleh PT. XL Mitra Abadi Utama Makasa nampak bahwa strategi yang dijalankan oleh perusahaan selama ini sehingga dapat menaikkan pangsa pasar adalah strategi pertumbuhan agresif. dimana dalam penerapan strategi pertumbuhan agresif memiliki keunggulan jika dibandingkan kelemahan dapat dapat dikatakan positif dan selain itu peluang lebih besar dari ancaman. Metode penelitian yaitu penelitian kualitatif.¹⁶

Penelitian Siti Amelia Sabil tahun 2012 yang berjudul “*Analisis Strategi Bersaing pada citra Kandedes Cake and Bakery di Malang Raya*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang digunakan Citra Kandedes Cake and Bakery di Malang Raya dan mengetahui dampak

¹⁵Kasmiruddin, “Analisis Bersaing Bisnis Eceran Besar/Modern (studi kasus pada persaingan bisnis ritel di Pekanbaru),” *Jurnal Aplikasi Bisnis* (Riau: Universitas Riau Vol. 3 No. 1, 2012), hlm. 1.

¹⁶Nabila Desiana, “Analisis Strategi Bersaing Dalam Peningkatan Pangsa Pasar Pada PT. XL Mitra Abadi Utama Makasar”, *Skripsi* (Makasar: Universitas Hasanudin Makasar, 2012).



implementasi strategi bersaing tersebut. Hasil penelitiannya yaitu, Citra Kendedes Cake and Bakery menerapkan strategi berdasarkan teori. Strategi umum di antaranya: 1. Strategi Frontal Attack (serangan dari depan), 2. Flanking Attack (serangan menyamping), 3. Encirclement Attack (serangan mengepung), dan 4. Bypass Attack (serangan lintas). Strategi khusus diantaranya: pemotongan harga, strategi produk yang lebih murah, strategi produk prestise, strategi pengembangbiakan produk, strategi inovasi produk, strategi penyempurnaan jasa, pelayanan, strategi inovasi distribusi, strategi penekanan biaya, dan strategi promosi yang intensif. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif.¹⁷

Penelitian Badriyah Mufidatun tahun 2005 yang berjudul “*Strategi Bersaing Pada Bauran Pemasaran PT Sunan Drajat Lamongan*”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi yang ditetapkan dan untuk membangun strategi yang relevan untuk ditetapkan PT Sunan Drajat Lamongan. Alat analisis yang digunakan adalah SWOT yang dihubungkan dengan *marketing mix* dan implementasi strategi pemasaran. Hasil penelitian diketahui bahwa PT Sunan Drajat Lamongan selama ini menggunakan strategi: *Pertama* menciptakan mekanisme peningkatan efisiensi yang terus menerus dalam pemanfaatan sumber daya perusahaan, *Kedua* melakukan peningkatan kualitas produk yang berkesinambungan melalui program penelitian, *ketiga* mencapai mencapai nilai sinergi yang optimal, keempat

¹⁷Siti Amelia Sabil, “Analisis Strategi Bersaing pada Citra Kendedes Cake and Bakery di Malang Raya”, *Skripsi* (Malang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012).



mengembangkan budaya perusahaan. penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.¹⁸

Penelitian Eka Deswita tahun 2008 yang berjudul “*Analisis Strategi Bersaing Jasa Consultant di Bandarlampung*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi bersaing yang dilaksanakan oleh PT. Sanjungan Consultant di Bandarlampung sudah tepat. Alat analisis yang digunakan adalah SWOT, Analisis matrik pertumbuhan bagian pasar BCG, Analisis siklus hidup produksi atau *Product Life Cycle* (PLC). Hasil penelitian diketahui bahwa strategi bersaing yang diterapkan oleh PT. Sanjungan Consultant Bandarlampung ini belum terlaksana dengan baik. Perusahaan disarankan mempertahankan keunggulannya dengan memanfaatkan peluang yang ada serta memperkecil kelemahan dan ancaman yang dimiliki. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif.¹⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo Kuntjoro Aji dan Nurul Safitri tahun 2011 yang berjudul “*Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial*”. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang bagaimana posisi bersaing Garuda terhadap pesaing dalam industry jasa penerbangan di Indonesia. Hasil penelitiannya berdasarkan matriks BCG posisi bersaing Garuda berada diposisi “*star*” yang berarti bahwa Garuda memiliki pertumbuhan *Long-run Opportunities*, yaitu Garuda akan memiliki

¹⁸Badriyah Mufidatun, “Strategi Bersaing Pada Bauran Pemasaran PT Sunan Drajat Lamongan”, *Skripsi*, (Malang: FE-UIN, 2005).

¹⁹Eka Deswita, “Analisis Strategi Bersaing Jasa Consultant di Bandarlampung”, *Skripsi*, (Bandarlampung: Universitas Bnadar Lampung, 2008).

pangsa pasar yang relative tinggi dalam pertumbuhan pasar industry transportasi udara yang relative tinggi. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.²⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Barkah Fitriadi tahun 2013 dengan judul “*Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Ongkowidjojo Malang)*” penelitian ini bertujuan untuk dapat melihat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal perusahaan dalam memperoleh keunggulan dibidangnya dengan menggunakan analisis Struktur Industri, *External Factor Analysis*, *Intenal Factor Analysis Summary*, analisis Matrik Internal Eksternal dan analisis Matrik *Grand Strategy*. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah PT. Ongkowidjojo Malang menerapkan bertahan dengan biaya rendah dalam kebijakan bersaingnya, yang berkonsentrasi pada perbaikan sumber daya dan penyempurnaan produk. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.²¹

Penelitian yang dilakukan oleh Fransiska Fortunata tahun 2014 dengan judul “*Analisis Strategi Bersaing Produk Private Brand dalam Bisnis Ritel Modern*”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi yang cocok untuk *Privat Brand* dalam meningkatkan minat beli konsumen agar bisa

²⁰Wibowo Kuntjoro Aji dan Nurul Safitri, “Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial”, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, (FISIP UI Vol 16. No. 1, 2011).

²¹ Barkah Fitriadi, “Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Ongkowidjojo Malang)”, *Jurnal Adinistrasi Bisnis*, (Malang: Universitas Brawijaya Vol 5. No.1, 2013).

bersaing dengan *national brand*/merek lainnya. Hasil penelitiannya adalah atribut kemasan adalah atribut yang paling tepat digunakan sebagai strategi bersaing untuk meningkatkan minat beli dan akhirnya bersaing dengan nasional/merek lainnya. Atribut kemasan dengan desain yang menarik dan informasi yang cukup lengkap dapat meyakinkan konsumen akan produk tersebut. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Uyunur Rohmawati Miladiyah tahun 2014 dengan judul “*Strategi Competitiv Advantage Untuk Membangun City Branding Kota Batu Sebagai Kota Wisata*” penelitian bertujuan untuk mengungkap aspek-aspek yang menjadi keunggulan Kota Batu dalam berkompetisi yaitu strategi yang digunakan dalam mengkomunikasikannya serta seberapa besar dampaknya bagi masyarakat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kota Batu memiliki tiga aspek unggul antara lain sektor geografis dan potensi sektor pertanian yang dikemas dalam pembangunan sektor pariwisata. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.²³

Penelitian yang dilakukan oleh Kana Lang tahun 2015 yang berjudul “*Strategi Menciptakan Daya Saing Nilai Produk Usaha Mikro di Manado (Studi Kasus UD. Kloemen Bakery)*”. Penelitian ini bertujuan untuk

²²Fransiska Fortunata, “Analisis Strategi Bersaing Produk Private Brand dalam Bisnis Ritel Modern”, *Jornal of Management Studiast*, (Universitas Ma Chung Vol. 8. No.2, 2014).

²³Uyunur Rohmawati Miladiyah, “Strategi Competitiv Advantage Untuk Membangun City Branding Kota Batu Sebagai Kota Wisata”, *Tesis*, (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2014).

mengetahui nilai-nilai apa saja yang dapat dilekatkan pada produk perusahaan bakery sebagai strategi untuk menciptakan daya saing usaha mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kloemen Bakery setelah menerapkan bisnis model kanvas. Hal ini dapat diketahui dari kinerja perusahaan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.²⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Amila Khusnita tahun 2011 dengan judul “*Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bersaing (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Jember)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana analisis SWOT dalam penentuan strategi bersaing. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor internal dalam menentukan strategi bersaing pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Jember terdiri dari kekuatan meliputi: tata kelola dan perilaku atau budaya Bank Syariah yang baik, iklim investasi positif dan semangat kerja tinggi, FDR normal, kontribusi positif terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.²⁵

²⁴Kana Lang, “Strategi Menciptakan Daya Saing Nilai Produk Usaha Mikro di Manado (Studi Kasus UD. Kloemen Bakery)”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, (Manado: Universitas Sam Ratulangi, Vol. 15. No.5, 2015).

²⁵Amila Khusnita, “Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bersaing (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Jember)”, *Skripsi*, (Universitas Jember, 2011).

Dari hasil pengkajian penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan. Dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh para peneliti diatas yaitu sama-sama membahas tentang strategi bersaing yang diterapkan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaan diantara penelitian diatas yaitu pada tujuan penelitian.

Perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan peneliti terdahulu terletak pada subjek dan objek masalah yang diteliti, kemudian rumusan masalah yang dikaji. Kemudian dapat dilihat dari fokus penelitian. Penelitian yang peneliti lakukan lebih berfokus pada penerapan strategi bersaing dalam mengembangkan produk untuk bisa terus berkembang dan meningkatkan penjualan. Kelebihan yang peneliti lakukan dibandingkan dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti membahas tentang strategi bersaing dalam mengembangkan produknya dan membahasnya dalam Konsep Etika Bisnis Islam.

E. Kerangka Teoritik

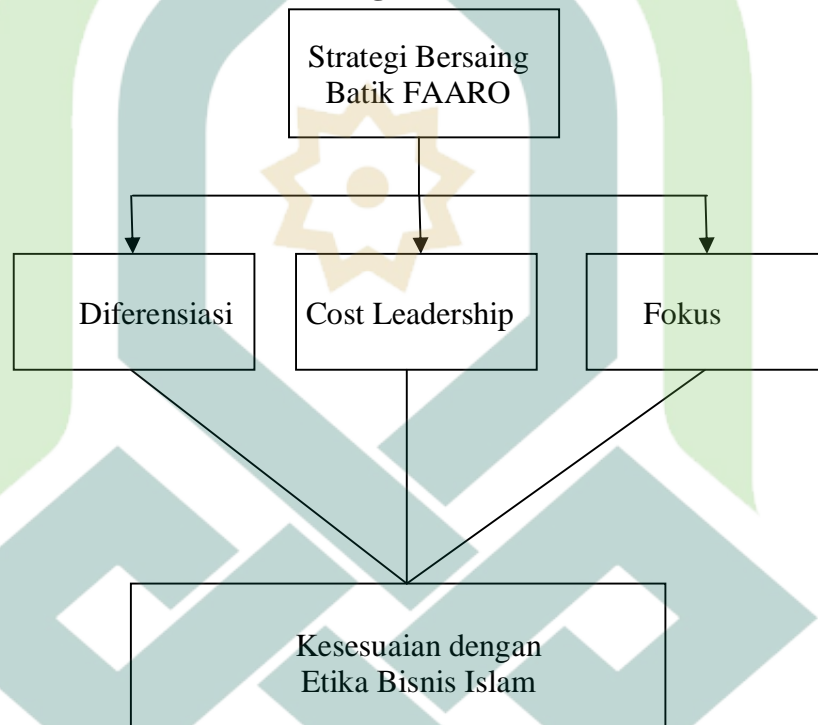
Batik FAARO Pekalogan membutuhkan strategi bersaing yang tepat dan harus memperhatikan segala komponen strategi bersaing terutama dalam mengembangkan produknya.

Strategi bersaing adalah suatu tindakan ofensif maupun dofensif untuk menciptakan posisi yang aman dalam distribusi, untuk mengatasinya yaitu dengan kekuatan persaingan dan oleh karena itu mendapatkan hasil laba atau investasi yang tinggi bagi perusahaan.²⁶

²⁶Michael Porter, *Strategi Bersaing*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 1990), hlm. 12

Selain itu dalam memilih strategi bersaing yang akan digunakan maka harus sesuai dengan etika bisnis islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Teori strategi bersaing dan etika bisnis islam dapat membantu penulis untuk mengkaji mengenai analisis strategi bersaing *Home Industry* Batik “FAARO” Pekalongan.

Gambar 1.1
Kerangka Teoritik



F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan jenis kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari wawancara sehingga yang menjadi

tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik tentang permasalahan perusahaan industri kerajinan batik “FAARO” di kota Pekalongan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reserach*). *Field Reseach* adalah penelitian yang dilakukan ditempat terjadinya gejala-gejala yang diselidiki.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah industri kerajinan batik “FAARO” yang berada di Desa Buaran Gg 20 RT 002/01, Buaran Kota Pekalongan.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung diperoleh dari sumber data di lokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam penelitian ini sumber informasi lapangan diperoleh dari observasi dan wawancara dengan pihak pimpinan, bagian produksi, karyawan bagian penjualan di Batik FAARO, dan pihak lain yang memberi informasi seperti pesaing, reseller dan masyarakat.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data bacaan.²⁷Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari data-data lain

²⁷S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT. BUMI Aksara, 2006), hlm.143.

seperti dokumentasi serta jurnal-jurnal yang terkait sebagai pendukung yang berhubungan dengan strategi bersaing Batik FAARO

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik:

a. Wawancara

Adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.²⁸ Teknik yang digunakan adalah berupa *interview* bebas terpimpin yaitu penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan, kemudian langsung dijawab oleh informan dengan bebas terbuka.²⁹ Dalam hal ini penulis memberikan pertanyaan kepada narasumber dari masing-masing pihak yang bersangkutan. Seperti : Pimpinan, bagian produksi, bagian penjualan serta para masyarakat, pesaing dan reseller Batik FAARO.

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan langsung di lapangan.³⁰ Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data-data secara jelas dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan sistematis. Dalam hal ini penulis melakukan observasi ke tempat objek

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung :ALFABETA CV, 2014), hlm. 384.

²⁹Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm.72.

³⁰Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Graha Indonesia, 1988), hlm. 212.

penelitian yaitu Batik FAARO Pekalongan yang merupakan salah satu cara untuk mendapatkan data primer.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, terutama arsip-arsip dan termasuk buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Adapun proses dokumentasi dalam penelitian ini guna mendapatkan data tentang dokumen-dokumen yang ada, dengan melalui sumber-sumber yang berkaitan dengan kajian yang dibahas.³¹

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya, sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang dijawab.

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh, ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: C.V. ALFABETA, 2012), hlm.222.

mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlakukan.

b. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dalam penelitian kualitatif. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan suatu data dengan data lainnya.

c. Menarik kesimpulan/verifikasi

Proses menemukan makna data yang bertujuan memahami tafsiran dalam konteksnya dengan masalah secara keseluruhan. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan mempelajari pola dan tema yang muncul dari data, pengelompokkan dan memperhatikan informasi yang tak terduga.³²

6. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan peneliti adalah Triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin

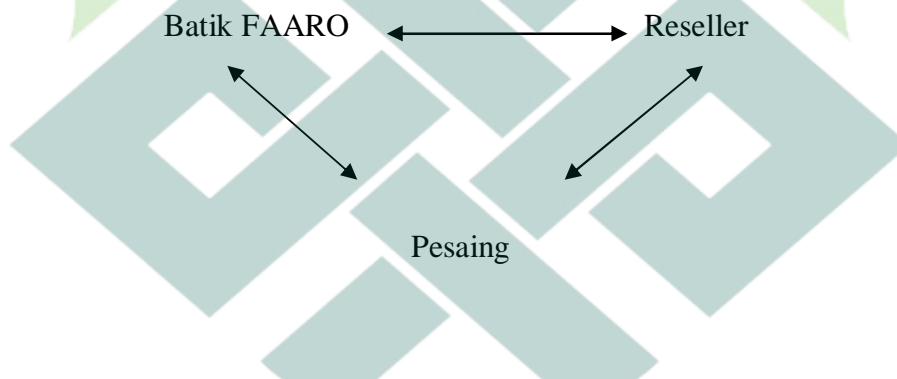
³²Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: bisnis dan ekonomi* (yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015), hlm. 34.

membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.³³

Peneliti menggunakan triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dilakukan dengan jalan:

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

Gambar 1.2
Triangulasi Sumber

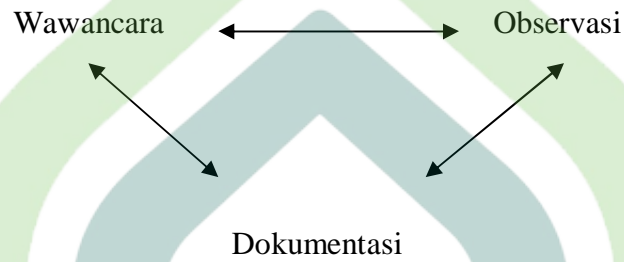


Selain itu penulis juga menggunakan triangulasi metode untuk menguji keabsahan data yang berhubungan dengan masalah penelitian yang diteliti penulis. Pengecekan data dengan menggunakan triangulasi

³³Lexy J. Moleoung, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm 330.

metode wawancara observasi dan dokumentasi yang dibandingkan hasilnya.³⁴

**Gambar 1. 3
Triangulasi Metode³⁵**



G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan penelitian ini merujuk pada Buku Pedoman Penulisan Skripsi IAIN Pekalongan. Untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan isi penulisan dalam penelitian ini, penulis menguraikan secara singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang pendahuluan yang berisi latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian penelitian terdahulu, kerangka teoritik, metode penelitian, sistematika pembahasan.

³⁴ Lexy J. Moleoung, *Metodologi Penelitian....*, hlm. 331

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan....*, hlm.372

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tinjauan pustaka meliputi landasan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu strategi bersaing, strategi bersaing yang diajarkan oleh Rasulullah serta etika bisnis islam.

BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan hasil penelitian mengenai Batik FAARO yang meliputi sejarah berdirinya Batik FAARO, lokasi usaha Batik FAARO, misi dan tujuan Batik FAARO, struktur organisasi Batik FAARO, Produk yang dihasilkan Batik FAARO, pemasaran Batik FAARO, serta persaingan yang dihadapi Batik FAARO.

BAB IV ANALISIS

Dalam bab ini menjelaskan mengenai strategi bersaing *Home Industry* Batik FAARO, analisis strategi bersaing *Home Industry* Batik FAARO serta analisis strategi bersaing *Home Industry* Batik FAARO dalam perspektif etika bisnis islam.

BAB VPENUTUP

Bab ini merupakan tahapan akhir dari penelitian skripsi yang berisi kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi bersaing yang dijalankan oleh *Home Industry* Batik “FAARO” adalah dengan strategi diferensiasi. Diferensiasi yang dilakukan yaitu meliputi bahan yang digunakan untuk produksi batiknya dan motif yang digunakan untuk batiknya. Diferensiasi bahan yang digunakan untuk produk batiknya adalah dengan menggunakan katun saten karena jarang sekali produsen batik dipekalongan yang menggunakan katun saten. bahan yang digunakan juga nyaman untuk dipakai. sedangkan untuk penggabungan motif klasik dengan kontemporer adalah motif yang kekinian dan mengikuti *trend*. Untuk penggunaan motif klasik dengan kontemporer adalah ide yang bisa ditiru, akan tetapi untuk bahan susah ditiru karena persediaannya yang masih langka.
2. Strategi bersaing yang dijalankan oleh *Home Industry* Batik FAARO telah sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam. Seperti:

Batik FAARO tidak pernah menganggap bahwa yang lain adalah pesaing. Batik FAARO menetapkan harga yang lebih tinggi bukan bermaksud untuk menyaingi siapapun, akan tetapi menjual produk dengan harga yang mahal karena mengutamakan kualitas yang bagus. Batik FAARO tidak pernah mengelompokkan siapa yang akan menjadi saingannya, sebaliknya Batik FAARO menjadikan mereka semua adalah sebagai motivasi untuk selalu berinovasi. Selain itu Batik

FAARO telah meneladani nilai-nilai berbisnis dalam etika bisnis islam seperti kejujuran, Signifikansi Sosial, Tidak melakukan sumpah palsu, Ramah, Tidak menjelekkkan bisnis orang lain, tidak mengganggu kegiatan ibadah, Tidak monopoli dan menjual barang yang suci dan halal.

B. SARAN

1. Bagi *Home Industry* Batik FAARO

Bagi Home Industry Batik FAARO diharapkan: selalu melakukan pengamatan terhadap pengembangan yang terjadi di industri batik agar lbih kreatif dan inovatif dalam melakukan pengembangan produk.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Jika peneliti ingin menggunakan tema yang sama hendaknya dikajilebih dalam lagi mengenai Etika Bisnis Islam nya karena di jaman sekarangbanyak orang yang dibutakan oleh materi sehingga tidak peduli denganaturan Islam dan hanya memikirkan kepentingan pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU:

- Amir, Taufiq. 2011. *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Wali Pers.
- Abdullah, Ma'ruf. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- Hariadi. 2005. *Strategi Manajemen*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Hutabarat, Jemsly dkk. 2006. *Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- H, Christin & Fuad, M. 2011. *Pengantar Bisnis, Buku 2*. Jakarta :SalembaEmpat.
- Hamani, Aril Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, Edisi Pertama*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keuntungan Kompetitif*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Syaefuddin, Lihar Ahmad M. 1987. *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Rajawali.
- Moleoung, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. 2006. *Metode Research*. Jakarta: PT. BUMI Aksara.
- Nazir, Muhammad. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Graha Indonesia.

- Pearce II, John A & Robinson Jr, Richard B. 2014. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. edisi 12 buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, Michael. 1990. *Strategi Bersaing*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Normadan Etika dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep perencanaan strategic untuk menghadapi abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. ALFABETA
- Sumarni, Murti & Wahyuni, Salamah. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: C.V. ALFABETA
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian : bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Umar, Husein. 2001. *Strategi Manajemen In Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Stategis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yusanto, Muhammad Ismail & Widjajakusuma, Karebet. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Cet.1. Jakarta: Gema Insani Press.

B. JURNAL

- Aji. Wibowo Kuntjoro & Safitri. Nurul. 2011. Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial. *Jurna Ilmu Administrai dan Organisasi*. Vol 16 No. 1

- Fitriadi. Barkah. 2013. Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Ongkowidjojo Malang. *Jurnal Adinistrasi Bisnis*. Vol 5. No.1
- Fortunata. Fransiska. 2014. Analisis Strategi Bersaing Produk Private Brand dalam Bisnis Ritel Modern”, *Jornal of Management Studi*. Vol. 8. No.2
- Istianah. 2015. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Beringharjo Yogyakarta. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*. Vol. 7 No.2
- Kasmiruddin. 2012. Analisis Bersaing Bisnis Eceran Besar/Modern (studi kasus pada persaingan bisnis ritel di Pekanbaru). *Jurnal Aplikasi Bisnis Universitas Riau*. Vol. 3 No. 1.
- Lang. Kang. 2015. Strategi Menciptakan Daya Saing Nilai Produk Usaha Mikro di Manado (Studi Kasus UD. Kloemen Bakery). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Universitas Sam Ratulangi*. Vol. 15. No.5.
- Resmi, Ni Nyoman. 2012. Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menang Dalam Kompetisi. *Jurnal Sains dan Teknologi*. Vol. 3 No. 1.
- Rohani, Dewi. 2013. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Karung (Bal-Balan) di Pasar Senapelan Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*. Vol. 3 No. 5.
- Utomo, Tri Joko. 2010. Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel. *Jurnal focus ekonomi*. Vol. 5 No. 1.

C. SKRIPSI DAN TESIS

- Desiana, Nabila Desiana. 2012. Analisis Strategi Bersaing Dalam Peningkatan Pangsa Pasar Pada PT. XL Mitra Abadi Utama Makasar. *Skripsi, (Makasar: Universitas Hasanudin Makasar)*.
- Deswita. Eka. 2008. Analisis Strategi Bersaing Jasa Consultant di Bandar lampung. *Skripsi, (Bandar lampung: Universitas Bandar lampung)*.

- Fadhilah, Nur Istikhatu. 2016. Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM dalam Pengembangan Industri Kreatif Batik di Kota Pekalongan. *Tesis*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang).
- Khusnita, Amalia. 2011. Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bersaing (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Jember”, *Skripsi*, (Univesitas Jember).
- Mufidatun. Badriyah. 2005. Strategi Bersaing Pada Bauran Pemasaran PT Sunan Drajat Lamongan. *Skripsi*, (Malang: FE-UIN)
- Miladiyah. Uyunur Rohmawati. 2014. Strategi Competitiv Advantage Untuk Membangun City Branding Kota Batu Sebagai Kota Wisata. *Tesis*, (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Putra. Yoan Santosa. 2016. Analisis Strategi Diferensiasi dan Aliansi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing dalam Menghadapi Pasar Global (Studi Kasus Pada Usaha Konveksi Jeans Merk Never Get Old Company di Kota Malang). *Tesis*, (Malang: Program Pascasarjana UM).
- Rosdiana, Sri. 2010. Pemanfaatan Tenaga Kerja Anak Pada Industri Batik di Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan (Kasus di Industri “Faaro” dan “Ghinata). *Skripsi*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang).
- Sekartaji, Ika & Ciptono, Wakhid Slamet. 2013. Analisis Strategi Bersaing Rumah Batik Danar Hadi Surabaya. *Tesis*, (Jogjakarta: Universitas Gajah Mada).
- Sabil, Siti Amelia. 2012. Analisis Strategi Bersaing pada Citra Kendedes Cake and Bakery di Malang Raya. *Skripsi*, (Malang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Khurriyatzahro, S. 2011. Analisis Persaingan Bisnis Pedagagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran), *Skripsi*, (kudus: STAIN Kudus),

D. WAWANCARA

Wawancara Pribadi dengan Muhtarom. Pemilik Batik FAARO Pekalongan. tanggal 19 Februari 2018. Pukul 13.10 WIB

Wawancara Pribadi dengan Tri Pudjo. Bagian Pemasaran Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 1 November 2018. Pukul 14.20 WIB

Wawancara Pribadi dengan Wawan. Bagian Produksi Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 11 November 2018. Pukul 13.15 WIB.

Wawancara Pribadi dengan Pipit. Bagian Penjualan Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 23 November 2018. Pukul 14.05 WIB.

Wawancara Pribadi dengan Lendy. Reseller Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 1 Desember 2018. Pukul 15.20 WIB.

Wawancara dengan Nazil. Reseller Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 1 Desember 2018. Pukul 14.35 WIB.

Wawancara dengan Kiki. Reseller Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 1 Desember 2018. Pukul 10.30 WIB.

Wawancara dengan Markha. Reseller Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 2 Desember 2018. Pukul 13.15 WIB.

Wawancara dengan Yuli. Reseller Batik FAARO Pekalongan. Tanggal 2 Desember 2018. Pukul 15.20 WIB.

Wawancara Pribadi dengan Dewi. Pemilik Batik Mekar Indah Pekalongan. Tanggal 19 Desember 2018. Pukul 13.35 WIB

Wawancara dengan Ani. Pemilik Batik Niswa Pekalongan. Tanggal 19 Desember 2018. Pukul 14.25 WIB

Wawancara Pribadi dengan Ilyas. Pemilik Batik Divfa Collection Pekalongan. Tanggal 19 Desember 2018. Pukul 15.50 WIB.

Wawancara dengan Sopanah. Masyarakat desa Buaran. Tanggal 14 Desember 2018. Pukul 14.15 WIB.

Wawancara dengan Yali. Masyarakat desa Buaran. Tanggal 14 Desember 2018. Pukul 14.15 WIB

Wawancara dengan Rohmat. Masyarakat desa Buaran. Tanggal 14 Desember 2018. Pukul 14.15





LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN KEPADA HOME INDUSTRY BATIK FAARO PEKALONGAN

1. Kapan dan bagaimana sejarah berdirinya batik FAARO?
2. Kapan Batik FAARO mulai melebarkan usahanya?
3. Dalam bentuk apa saja anda menjual produk batik? Dan menggunakan teknik apa saja yang digunakan untuk batiknya?
4. Produk apa sajakah yang dihasilkan oleh Batik FAARO?
5. Motif apa sajakah yang digunakan untuk batiknya
6. Bagaimana pemasaran di Batik FAARO?
7. Seperti apa persaingan yang dihadapi oleh Batik FAARO?
8. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk menghadapi persaingan?
9. Bagaimana inovasi dalam mengembangkan produknya?
10. Seperti apa keistimewaan yang ditonjolkan oleh produk batik FAARO dengan produk lainnya?
11. Bagaimana penetapan harga produk batik FAARO?
12. Bagaimana respon konsumen terhadap produk? Dan bagaimana langkah Batik FAARO dalam menetapkan harganya ketika produk tersebut dicari banyak konsumen?
13. Bagaimana cara Batik FAARO mengenalkan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan adalah produk yang berkualitas?
14. Bagaimana layanan yang diberikan batik FAARO untuk konsumen agar konsumen tetap loyal pada produknya?
15. Bagaimana tindakan Batik FAARO dalam meyakinkan kepada konsumen terhadap produknya?
16. Seperti apakah manfaat yang dihasilkan oleh Batik FAARO untuk masyarakat sekitar?



LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA KEPADA BATIK LAINNYA (PESAING BATIK FAARO)

1. Siapakah nama anda?
2. Apa nama brand untuk batik anda?
3. Sudah berapa lama kah batik anda berdiri?
4. Produk yang dihasilkan apa saja?
5. Menggunakan teknik apakah pada produk batik anda?
6. Bahan apa sajakah yang digunakan untuk produk batik anda?
7. Apakah anda menggunakan kain katun saten pada produk batik anda?
Alasannya?
8. Bagaimana strategi anda dalam menghadapi persaingan batik?
9. Bagaimana dengan penetapan harga pada produk batik anda?
10. Bagaimana dengan penjualannya dalam 3 tahun terakhir ini?
11. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?
12. Apakah ada kerjasama dengan Batik FAARO?
13. Bagaimana pendapat anda mengenai motif yang digunakan oleh Batik FAARO? Apakah motif dan modelnya bisa ditiru?



LAMPIRAN 3

PEDOMAN WAWANCARA KEPADA PELANGGAN BATIK FAARO PEKALONGAN

1. Siapakah nama anda?
2. Sudah berapa lama kah anda menjadi pelanggan batik faaro?
3. Apakah produk batik faaro adalah produk yang mengikuti trend dan nyaman saat dipakai?
4. Bagaimana dengan harga produk yang ditawarkan oleh batik faaro?
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh batik faaro?
6. Apakah batik faaro selalu menjelaskan tentang kesesuaian produknya?



LAMPIRAN 4

PEDOMAN WAWANCARA KEPADA MASYARAKAT SEKITAR BATIK FAARO

1. Siapakah nama anda?
2. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?
3. Apakah pekerja di Batik FAARO adalah mayoritas warga disini?
4. Apakah Batik FAARO selalu memberi zakat dan santunan kepada anak yatim?
5. Apakah warga disini sering memanfaatkan kain perca atau sisa potongan kain dari batik FAARO?



LAMPIRAN 5

A. Hasil wawancara dengan BATIK FAARO Pekalongan

1. Kapan dan bagaimana sejarah berdirinya batik FAARO?

“saya ini adalah orang jogja yang menikah dengan orang pekalongan dan memutuskan untuk tinggal bersama isteri dan mertua saya dipekalongan. Sebelum berdirinya Batik FAARO adalah dahulunya mertua saya itu bekerja sebagai buruh batiknya orang lain yang dikerjakan dirumahnya. Kemudian saya membantu melanjutkan pekerjaan beliau dengan mengubah konsep yang berbeda. Yaitu memproduksi batik untuk dijual dan dipasarkan sendiri dan membuat brand yang bernama Batik FAARO ditahun 1999. Tapi disamping saya memproduksi batiknya itu saya tetap dibantu oleh mertua saya karena mertua saya sudah berpengalaman dibidang batik dan saya membagi lokasi produksinya dibeberapa tempat seperti di daerah jenggot, samborejo dan wiradesa. Tetapi untuk finishing dilakukan digalerinya sendiri”

2. Kapan Batik FAARO mulai melebarkan usahanya?

“Pada tahun 2002 mulai melebarkan sayap usahanya ke kota-kota besar di seluruh Indonesia seperti Jogjakarta, Solo, Semarang, Surabaya, Bandung, Medan dan Jambi”

3. Dalam bentuk apa saja anda menjual produk batik? Dan menggunakan teknik apa saja yang digunakan untuk batiknya?

“sudah dalam bentuk pakaian jadi dan teknik yang digunakan teknik cap, tulis hingga kombinasi printing”

4. Produk apa sajakah yang dihasilkan oleh Batik FAARO?

“macam-macam pakaian dari pakaian pria dan wanita seperti Kemeja, Hem, Sarung, Celana, Gamis, Blus, Tunik, Gaun, Daster, Sackdress dsb”

5. Motif apa sajakah yang digunakan untuk batiknya?

“Motif yang kita gunakan kan hasil padupadan dari klasik ke kontemporer. Motif-motif kontemporer yang digunakan masih



mengikuti nama motif-motif klasik seperti kawung, seno, jlamprang, truntum, benji dan lain-lain, akan tetapi dari detail motifnya sudah dilakukan banyak inovasi dari motif klasik sehingga tidak menghilangkan tradisi batik karena umumnya batik mempunyai ciri khas tersendiri pada motifnya. Maka Batik FAARO tetap mempertahankan itu”

6. Bagaimana pemasaran di Batik FAARO?

“dipasarkan hampir ke kota-kota besar di Indonesia seperti: Jogjakarta, Solo, Semarang, Surabaya, Bandung, Medan, dan Jambi. Adapun produk yang dipasarkan di Pekalongan nya sendiri seperti di Pasar Grosir Setono, International Batik Center (IBC), dan di *Showroom* nya. Pemasaran yang dilakukan oleh Batik FAARO adalah pemasaran online dan offline. Untuk lebih ke pemasaran online yaitu dengan melalui sosial media seperti Instagram, Facebook, WhatsApp serta melalui lazada dan bukapalak. Selain itu Batik FAARO juga memperbanyak jaringan freelance agar ketertarikan orang untuk membeli produknya lebih besar.

7. Seperti apa persaingan yang dihadapi oleh Batik FAARO?

“menurut saya kesalahan dari orang pekalongan itu ya persaingan harga yang tidak sehat. Itu yang menjadikan kita kita tidak punya daya saing yang kuat salah satunya dipersaingan harga yang tidak sehat. Kebanyakan yang baru berdiri usahanya itu lebih suka jor-jor an. Mereka Cuma memikirkan keuntungannya saja padahal dilain waktu itu akan menjadi boomerang. Berbeda dengan produsen yang sudah lama yang tentunya akan mempertimbangkan berbagai macam dan tidak akan menjual murah. Untuk mengatasi itu kita lebih memilih mengexklusivkan diri yaitu dengan mencari khas kan diri walaupun produk kita lebih tapi kita berbeda salah satunya adalah dengan inovasi-inovasi”

8. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk menghadapi persaingan?

“kita melakukan inovasi-inovasi dalam produk. Seperti inovasi pada motif dan inovasi pada penggunaan bahan. Jadi kita bersaing bukan dari harga yang murah, tapi dengan berlomba-lomba memberi kualitas yang bagus. jadi kita akan terus termotivasi untuk selalu berkembang”



9. Bagaimana inovasi dalam mengembangkan produknya?

“dulunya itu produk batiknya lebih ke standar seperti cap. Kain juga standar yang masih pakai katun saja. Dengan berjalannya waktu kita terus selalu melakukan inovasi, kita mencoba menggunakan kain paris krn dulu pada jamannya kan belum dipakai untuk batik karena paris itu cenderung tipis dan transparan. Setiap orang kan kalau paris itu pasti bilanginya tipis, terawang, gampang sobek dan segala macam. Tapi kita mencoba mendongkrak pakem orang-orang yang ngiranya batik itu cuma dari katun/santung saja. Makanya kami bikin dari paris dan alhamdulillah sempat jadi trending pada tahun 2006 yang artinya kita jadi trendsetter dan itu sempat juga dijadikan patokan oleh produsen batik lainnya. Dulu paris cenderung dijadikan kerudung maka kami faaro menjadikannya batik. Tapi sekarang paris sudah tidak diproduksi lagi krn jaman dan trendnya kan berubah. Jadi kita mengembangkan inovasi lagi yaitu menggunakan kain katun saten. tapi kita tetap mengembangkan dari kain katun primis, rayon, twill dsb.”

10. Seperti apa keistimewaan yang ditonjolkan oleh produk batik FAARO dengan produk lainnya?

“kalau batik itukan umumnya dari katun, tetapi kita mencoba mengembangkan dari katun yang lebih ada polyesternya jadi kesannya kaya bukan batik tapi sebenarnya itu batik, dan selain itu kita tetap selalu bikin inovasi-inovasi lain seperti dalam hal motif, semakin bikin motif yang lebih kontemporer, yang lebih kekinian dan yang tidak pakem dari batik lama maka kita berusaha memadu padankan antara motif kontemporer dengan motif klasik. Inilah batik exclusive yang menjadi ciri khasnya dari faaro. Dilihat dari trend sekarang orang pingin make batik tapi yang kekinian. Jadi kita berusaha menciptakan model yang lebih kekinian. Selain itu kalau dari segi model dan motif yang kita kombinasikan itu mudah saja ditiru mbak. Teknik pembuatannyapun rata-rata sama. Cuma kita lebih ke inovasi saja seperti dalam hal motif klasik ke kontemporer, itu karena ide nya dari terinspirasi juga. Tapi mungkin lebih ke inovasi bahannya (katun saten) yang susah karena dipekalongan itu langka sehingga belum bisa memenuhi permintaan produksi, makanya kami selalu mencari suplier kain yang bisa mengadakan katun saten dari luar pekalongan antara lain solo, bandung higgs banjarmasin. Tetapi ya tetap saja bisa ditiru bukan tidak bisa ditiru soalnya bahannya kan masih beli bukan membuat sendiri. Hampir



semua produsen itu bahannya beli. Kita kan masih industri jadi bahannya tidak buat sendiri. kalau ada yang mau ikut-ikutan niru ya kita akan terus berinovasi lagi”

11. Bagaimana penetapan harga produk batik FAARO?

“harganya cenderung mahal karena otomatis bahannya lebih banyak. Di produksi batik lain pakai bahan 150cm – 160cm, kita pakai yang panjang yang 170cm. 10 cm itu bermakna sekali mbak itu bisa menaikkan harga kita ini karena produksi sendiri insya Allah lebih bagus diatas rata-rata produksi batik lain. dalam produksi yang untuk wanita, pada pemasangan lengan itu pake proses ngolongi/dikolongi. Kalau diluar (produksi batik lain) itu sistemnya bukan kolong, Kalau jahit blus wanita kaya jahit hem yang hanya disambung aja. Beda kalau blus wanita disini yang pakai sistem kolongan. Jadi lengan dibuat lingkaran dulu terus diterapkan, jadi kalau ukuran lengannya engga pas sama lingkaran maka lengannya akan jelek.”

12. Bagaimana respon konsumen terhadap produk? Dan bagaimana langkah Batik FAARO dalam menetapkan harganya ketika produk tersebut dicari banyak konsumen?

“Respon diciptakan di katun saten itu sangat bagus. dan bahkan kalau menjelang lebaran itu permintaannya selalu meningkat. Jadi sebelum jelang lebaran itu tiba, kami sudah jauh-jauh mempersiapkan dan meningkatkan produksinya untuk persediaan jelang lebaran itu dan kita menyesuaikan keadaan kalau produk itu masih bisa dijual dengan harga tinggi ya otomatis kita akan jual tinggi dan engga akan sehat kalau kita harganya malah dibawah. Maklum namanya juga lebaran toh untungnya bisa buat nutup yang dulu-dulu. Di batik kan kita engga menjual produk tapi menjual kreatifitas”

13. Bagaimana cara Batik FAARO mengenalkan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan adalah produk yang berkualitas?

“Katun saten adalah kain yang bagus saat digunakan sebagai bahan untuk pakaian. Dikarenakan katun saten adalah campuran antara katun (kapas) yaitu serat kain segala musim, dengan serat saten yang terkenal akan kemilauannya dan pemakaiannya terlihat lebih anggun. Katun saten tidak panas seperti pure saten (saten 100%) serat satennya hanya diambil sifat kilau Doffnya, serta tidak mudah kusut namun tetap



dingin karena bahan dasar katun mendominasi kain saten produk dari faaro ini terutama yang menggunakan kain katun saten ini, adalah kain yang bagus. Karena kita kan menyesuaikan iklimnya yang tropis jadi kita pilih kain yang punya daya serap bagus juga. Jadi selain itu juga agar batik itu tidak terkesan batik yang hanya dari katun saja maka kita pakai kain katun saten salah satunya. Selain itu ini lembut dan nyaman saat dipakai. Kalau batik itu kan umumnya dari katun, tetapi kita mencoba mengembangkan dari katun yang lebih ada polyesternya jadi kesannya kaya bukan batik tapi sebenarnya itu batik, dan selain itu kita tetap selalu bikin inovasi-inovasi lain seperti dalam hal motif, semakin bikin motif yang lebih kontemporer, yang lebih kekinian dan yang tidak pakem dari batik lama maka kita berusaha memadukan antara motif kontemporer dengan motif klasik. Inilah batik eksklusif yang menjadi ciri khasnya dari faaro. Dilihat dari trend sekarang orang pingin make batik tapi yang kekinian. Jadi kita berusaha menciptakan model yang lebih kekinian”

14. Bagaimana layanan yang diberikan batik FAARO untuk konsumen agar konsumen tetap loyal pada produknya?

“ya tentu saja kita selain memberi kualitas produk yang bagus kita juga bisa memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan engga membeda-bedakan. Itu yang paling utama. Selama kita sopan dan bisa bersikap baik pasti konsumen akan merasa senang kan”

15. Bagaimana tindakan Batik FAARO dalam meyakinkan kepada konsumen terhadap produknya?

“Pastinya kita akan mengunggulkan produk kita sesuai pada kenyataan saja dan menjelaskan secara apa adanya. Intinya engga membohongi konsumen kaya bilang iniloh dijamin lebih bagus daripada yang punya sana tapi kalau engga sesuai kenyataan ya namanya engga jujur. Istilahnya kita kalau jual itu ya jujur. Kepercayaan konsumen itu kan paling utama jadi kami berusaha jangan sampai buat konsumen kecewa dengan menjelaskan secara jujur sesuai pada kenyataannya”

16. Seperti apakah manfaat yang dihasilkan oleh Batik FAARO untuk masyarakat sekitar?

“Kalau dari segi secara lingkungan hidup kita masih bisa menjaga. Kita kan ada proses pemotongan kain yang nantinya sisa dari pemotongan itu akan menimbulkan sampah tapi kita



kumpulin sisa-sisa perca itu. Dan sisa-sisa itu bisa dimanfaatkan orang-orang disini kaya dibuat baju, aksesoris, dll. Banyak orang-orang sini yang kami persilahkan untuk ambil sisa kain perca untuk dimanfaatkannya. Dengan itukan sampah akan berkurang. Dan dalam hal kesejahteraan masyarakat, selama kita produksinya bagus, jualannya juga bagus maka otomatis akan membuka lapangan pekerjaan. Karena karyawan disini sebagian besar adalah masyarkat sini. Terus juga Alhamdulillah setiap tahun kita bisa memberikan zakat pada masyarakat sini dan menyantuni anak yatim”

B. Hasil wawancara dengan batik lainnya (pesaing Batik FAARO)

Informan 1, Tanggal 19 Desember 2018, Pukul 13.30 WIB

1. Siapakah nama anda?
“nama saya Dewi”
2. Apa nama brand untuk batik anda?
“Batik Mekar Indah”
3. Sudah berapa lama kah batik anda berdiri?
“sudah dari tahun 2001”
4. Produk yang dihasilkan apa saja?
“macam-macam pakaian yang sudah jadi”
5. Menggunakan teknik apakah pada produk batik anda?
“cap saja”
6. Bahan apa sajakah yang digunakan untuk produk batik anda?
“untuk bahan saya menggunakan katun”
7. Apakah anda menggunakan kain katun saten pada produk batik anda?
Alasannya?
“tidak. karena jarang sih mbak yang memproduksi. Disini juga langka kayaknya bahannya ya. Saya cuma memproduksi kaya seperti yang lain produksi saja”
8. Bagaimana strategi anda dalam menghadapi persaingan batik?
“strateginya dengan tetap menampilkan batik dengan ciri khasnya tersendiri saja yang katun. Batik kan ciri khasnya emang dari katun jadi saya ingin tetap menampilkan ciri khasnya. Sama menjaga kualitasnya”



9. Bagaimana dengan penetapan harga pada produk batik anda?
“saya tetap menjual batik dengan harga yang sesuai dengan modelnya mbak sama kualitasnya juga”
10. Bagaimana dengan penjualannya dalam 3 tahun terakhir ini?
“dari 3 tahun ini tidak mesti. Kadang naik kadang turun. Tapi tetap terus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk saya”
11. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?
“Batik faaro saya tau, belakang sini saja mbak”
12. Apakah ada kerjasama dengan Batik FAARO?
“tidak ada”
13. Bagaimana pendapat anda mengenai motif yang digunakan oleh Batik FAARO? Apakah model dan motifnya bisa ditiru?
“ini hasil kombinasi mbak. Kalau model dan motifnya ini bisa ditiru. Semua bisa meniru entah dalam model maupun motif mbak ”

Informan 2, Tanggal 19 Desember 2018, Pukul 14.20 WIB

1. Siapakah nama anda?
“Ani”
2. Apa nama brand untuk batik anda?
“Batik Niswa”
3. Sudah berapa lama kah batik anda berdiri?
“dari tahun 2008”
4. Produk yang dihasilkan apa saja?
“hanya pakaian-pakaian yang sudah jadi”
5. Menggunakan teknik apakah pada produk batik anda?
“pakai cap tapi juga ada yang printing”
6. Bahan apa sajakah yang digunakan untuk produk batik anda?
“saya lebih ke rayon saja”
7. Apakah anda menggunakan kain katun saten pada produk batik anda?
Alasannya?



“tidak produksi mbak. saya juga baru tau juga kalau ada batik dari katun saten. tapi disini langka kayaknya kalau katun saten”

8. Bagaimana strategi anda dalam menghadapi persaingan batik?
“saya tetap meyakini produk yang saya ciptakan. Karena yang ngatur rejeki itu Allah. Yang terpenting itu ya berdoa dan berusaha aja”
9. Bagaimana dengan penetapan harga pada produk batik anda?
“menyesuaikan mbak dengan kualitasnya”
10. Bagaimana dengan penjualannya dalam 3 tahun terakhir ini?
“kurang stabil karena banyak yang menjual batik sekarang. Tapi saya tetap berusaha semaksimal mungkin agar bisa terus bertahan”
11. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?
“iya saya tau batik faaro”
12. Apakah ada kerjasama dengan Batik FAARO?
“tidak ada mbak”
13. Bagaimana pendapat anda mengenai motif yang digunakan oleh Batik FAARO? Apakah motif dan modelnya bisa ditiru?
“Ini motifnya bisa ditiru mbak dan modelnya juga sama.”

Informan 3, Tanggal 19 Desember 2018, Pukul 15.45 WIB

1. Siapakah nama anda?
“Ilyas”
2. Apa nama brand untuk batik anda?
“Divfa Collection”
3. Sudah berapa lama kah batik anda berdiri?
“sudah dari tahun 2003”
4. Produk yang dihasilkan apa saja?
“macam-macam yang sudah jadi pakaian”
5. Menggunakan teknik apakah pada produk batik anda?
“Cap ada, printing juga ada”
6. Bahan apa sajakah yang digunakan untuk produk batik anda?



“bahannya pakai katun sama rayon”

7. Apakah anda menggunakan kain katun saten pada produk batik anda?

Alasannya?

“saya tidak memakai katun saten untuk batik saya karena itu bahannya langka dan saya lebih pakai kain yang biasa buat batik aja. Yang dipakai sama banyak orang

8. Bagaimana strategi anda dalam menghadapi persaingan batik?

“Ya saya mencari bahan yang murah biar bisa dijual murah, dan mencari bahan yang paling bagus biar bisa dijual yg menyesuaikan bahan juga. Jadi yang murah ada yang mahal juga ada. Sama bikin model-model yang sedang ngetrend”

9. Bagaimana dengan penetapan harga pada produk batik anda?

“ya seperti tadi, harga menyesuaikan bahan yang saya pakai”

10. Bagaimana dengan penjualannya dalam 3 tahun terakhir ini?

“masih terbilang belum stabil”

11. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?

“batik faaro saya tau”

12. Apakah ada kerjasama dengan Batik FAARO?

“tidak ada. Hanya sebatas teman saja”

13. Bagaimana pendapat anda mengenai motif yang digunakan oleh Batik FAARO? Apakah motif dan modelnya bisa ditiru?

“Bisa ditiru mbak model dan motifnya. Ini kan kombinasi ya, saya juga pakai motif yang kombinasi mbak jadi intinya bisa saja ditiru.

C. Hasil wawancara dengan pelanggan Batik FAARO Pekalongan

Informan 1, Tanggal 1 Desember 2018, Pukul 15.12 WIB

1. Siapakah nama anda?

“Lendy”

2. Sudah berapa lama kah anda menjadi pelanggan batik faaro?

“saya menjadi reseller di batik faaro kurang lebih udah 1 tahun”



3. Apakah produk batik faaro adalah produk yang mengikuti trend dan nyaman saat dipakai?

“Ya kalau menurut saya sih ini emang batik kekinian mbak. Bagus, makanya saya tertarik untuk membeli batik dari faaro ini. terus ini juga bahannya halus jadi akan terasa nyaman pas dipakai”

4. Bagaimana dengan harga produk yang ditawarkan oleh batik faaro?

“Harganya mahal. Tapi harga itu membawa rupa mbak. jadi ini biarpun mahal tapi kualitasnya bagus.”

5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh batik faaro?

“Ya selama ini pelayanannya yang diberikan baik. Ramah. Misal kalau saya sedang nunggu barang saya ditatain kadang saya sambil pingin lihat ini pingin lihat itu, selalu dilayanin meskipun kadang saya hanya melihat-lihat saja”

6. Apakah batik faaro selalu menjelaskan tentang keseuaian produknya?

“Selalu dijelaskan mbak produk ini gimana itu gimana yang penting kan sesuai artinya engga melebihi-lebihkan. Jadi alhamdulillah sih selama ini belum pernah kecewa. Jadi ketika saya jelaskan kembali sama konsumen saya, konsumen sayapun juga seneng karena produknya sesuai”

Informan 2, Tanggal 1 Desember 2018, Pukul 14.28 WIB

1. Siapakah nama anda?

“Nazil”

2. Sudah berapa lama kah anda menjadi pelanggan batik faaro?

“jadi reseller udah 8 bulanan kayaknya mbak”

3. Apakah produk batik faaro adalah produk yang mengikuti trend dan nyaman saat dipakai?

“Ini batiknya bagus mbak sesuai sama zaman. Pokoknya bagus lah. Bahannya ya tetep nyaman dipakai karena saya sendiri juga makai mbak. kalau engga nyaman atau gimana engga saya tawarkan ke konsumen dong”

4. Bagaimana dengan harga produk yang ditawarkan oleh batik faaro?

“Batiknya memang mahal tapi kualitasnya bagus”



5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh batik faaro?
“Iya ramah semua. Baik juga pelayanannya”
6. Apakah batik faaro selalu menjelaskan tentang kesesuaian produknya?
“Dijelaskan sesuai dengan keadaan produknya dan selama ini memang sesuai jadi saya selalu percaya. Sehingga saya bisa sering membeli produknya dan alhamdulillah konsumen saya juga merasa senang.”

Informan 3, Tanggal 1 Desember 2018, Pukul 10.27 WIB

1. Siapakah nama anda?
“kiki”
2. Sudah berapa lama kah anda menjadi pelanggan batik faaro?
“reseller sudah 2 tahunan”
3. Apakah produk batik faaro adalah produk yang mengikuti trend dan nyaman saat dipakai?
“Yaa bagus. kainnya juga halus dan nyaman, kalau katun saten ini kan engga kaku ya jadi kalau dipakai juga jatuhnya akan bagus”
4. Bagaimana dengan harga produk yang ditawarkan oleh batik faaro?
“Menurutku harganya mahal dibanding yang lain tapi kualitasnya bagus jadi engga masalah”
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh batik faaro?
“Ramah. Terus juga mbak-mbak nya sabar. Engga ada yang kemayu. Kalau lagi rame pun pelayanannya tetap bagus walau kadang saya masih ingin nanya-nanya tapi kalau mbak-mbaknya sedang keteter ya saya maklum. Tapi ya tetap dilayani dengan baik.”
6. Apakah batik faaro selalu menjelaskan tentang kesesuaian produknya?
“Sebelum membeli kan saya juga harus tau tentang produknya yang kiranya nanti konsumen saya bisa tertarik. Jadi sih selalu dijelaskan yang sesuai dengan fakta saja dan memang sesuai. Kalau saya masih terus menerus membeli produk faaro ya artinya konsumen saya percaya, alhamdulillah saya juga suka

sama batiknya makanya saya jadi salah satu reseller karena saya yakin konsumen saya juga pasti senang”

Informan 4, Tanggal 2 Desember 2018, Pukul 13.10 WIB

1. Siapakah nama anda?
“markha”
2. Sudah berapa lama kah anda menjadi pelanggan batik faaro?
“jadi reseller sudah hampir 1,2 tahun kayaknya”
3. Apakah produk batik faaro adalah produk yang mengikuti trend dan nyaman saat dipakai?
“Menurut saya bagus sih. dan nyaman saat dipakai saya emang paling banyak beli yang dari katun saten dibanding dari kain lainnya mbak”
4. Bagaimana dengan harga produk yang ditawarkan oleh batik faaro?
“Kalau dari harga itu lumayan mahal. Tapi kalau dari kualitasnya terbilang bagus”
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh batik faaro?
“Dilayani dengan baik dan ramah. Engga ada yang cuek disini mbak-mbaknya ramah semua jadi seneng. Semua terlayani dengan baik sih menurutku”
6. Apakah batik faaro selalu menjelaskan tentang keseuaian produknya?
“Iya selalu dijelaskan dengan baik dan sesuai dengan produknya mbak. Tidak pernah kecewa sih alhamdulillah. Dan konsumen saya juga puas

Informan 5, Tanggal 2 Desember 2018, Pukul 15.20 WIB

1. Siapakah nama anda?
“Yuli”
2. Sudah berapa lama kah anda menjadi pelanggan batik faaro?
“jadi reseller sudah 1,5 tahun”
3. Apakah produk batik faaro adalah produk yang mengikuti trend dan nyaman saat dipakai?
“Bagus mbak. Iya halus dan kalau dipakai nyaman”



4. Bagaimana dengan harga produk yang ditawarkan oleh batik faaro?
“Mahal mbak. tapi kualitasnya bagus”
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh batik faaro?
“Kan memang harus ramah sama pembeli ya, alhamdulillah saya selalu dilayani dengan baik disini dan ramah semua jadi saya kalau kesini ya merasa senang”
6. Apakah batik faaro selalu menjelaskan tentang kesesuaian produknya?
“Selalu dijelaskan pasti mbak. Dan yang dijelaskan juga sangat sesuai sama keadaan dan yang semestinya sama produknya. Jadi engga ada unsur penipuan saya rasa. Pokoknya sesuai aja dan sampai sekarang saya masih jadi pelanggan karena banyak konsumen saya yang minat”

D. Hasil wawancara dengan masyarakat disekitar Batik FAARO Pekalongan

Informan 1, Tanggal 14 Desember 2018, Pukul 14.15 WIB.

1. Siapakah nama anda?
“saya Sopanah”
2. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?
“ya tau dik, dekat sama sini. Tetanggan”
3. Apakah pekerja di Batik FAARO adalah mayoritas warga disini?
“Memang yang kerja difaaro itu banyak orang sininya dik. keponakan saya juga kerja disitu jadi tukang jahit”
4. Apakah Batik FAARO selalu memberi zakat dan santunan kepada anak yatim?
“setiap mau lebaran pak haji rutin memberi zakat. Kalau santunan itu kayaknya pas bulan muharam saja”
5. Apakah warga disini sering memanfaatkan kain perca atau sisa potongan kain dari batik FAARO?
“Kalau sisa kain itu tidak semuanya manfaatin hanya yang pingin saja dik”

Informan 1, Tanggal 14 Desember 2018, Pukul 14.15 WIB.



1. Siapakah nama anda?
“saya pak Yali”
2. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?
“batik faaro tau. Punyanya pak haji”
3. Apakah pekerja di Batik FAARO adalah mayoritas warga disini?
“Iya orang sini yang kerja disana banyak”
4. Apakah Batik FAARO selalu memberi zakat dan santunan kepada anak yatim?
“setiap tahun membagi zakat. dan santunan kepada anak-anak yatim”
5. Apakah warga disini sering memanfaatkan kain perca atau sisa potongan kain dari batik FAARO?
“Kalau yang sisa potongan kain itu kadang ada yang minta juga”

Informan 3, Tanggal 14 Desember 2018, Pukul 14.15 WIB

1. Siapakah nama anda?
“pak rohmat”
2. Apakah anda mengetahui Batik FAARO?
“nggih tau deket sini mbak”
3. Apakah pekerja di Batik FAARO adalah mayoritas warga disini?
“Lumayan banyak warga sini yang bekerja disana. Ada yang jahit ada yang ngelubangi juga mbak”
4. Apakah Batik FAARO selalu memberi zakat dan santunan kepada anak yatim?
“Kalau zakat setiap mau lebaran. Santunan buat anak yatim juga”
5. Apakah warga disini sering memanfaatkan kain perca atau sisa potongan kain dari batik FAARO?
“Sisa-sisa kain cuman kalau ada yang pingin ya dikasihkan”

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan





LAMPIRAN 8

DAFTAR INFORMAN

No	Informan	Usia	Posisi
1	Muhtarom	51 Th	Pemilik Batik FAARO
2	Wawan	49 Th	Bidang Produksi Batik FAARO
3	Tri Pudjo	30 Th	Bidang Pemasaran Batik FAARO
4	Pipit	26 Th	Bagian Penjualan Batik FAARO
5	Lendy	23 Th	Reseller Batik FAARO
6	Nazil	22 Th	Reseller Batik FAARO
7	Kiki	25 Th	Reseller Batik FAARO
8	Markha	23 Th	Reseller Batik FAARO
9	Yuli	27 Th	Reseller Batik FAARO
10	Dewi	41 Th	Pesaing Batik FAARO
11	Ani	35 Th	Pesaing Batik FAARO
12	Ilyas	52 Th	Pesaing Batik FAARO
13	Sopannah	57 Th	Masyarakat
14	Yali	60 Th	Masyarakat
15	Rohmat	42 Th	Masyarakat



DOKUMENTASI

1. SHOWROOM BATIK FAARO

Lokasi : Desa Buaran Gg 1 20 RT 002/01, Buaran, Pekalongan





2. PRODUKSI DAN FINISHING BATIK FAARO





3. TOKO BATIK FAARO

International Batik Center (IBC) Block R 8 & 9 Wiradesa, Pekalongan





4. WAWANCARA

Wawancara dengan Pemilik Batik FAARO



Nama : H. Muhtarom, S.Ag
Usia : 48 Tahun
Tanggal : 19 Februari 2018
Pukul : 13.10 WIB

Wawancara dengan Bidang Produksi Batik FAARO



Nama : Wawan
Usia : 39 Tahun
Tanggal : 11 November 2018
Pukul : 13.15 WIB



Wawancara dengan Bagian Penjualan Batik FAARO



Nama : Pipit
Usia : 26 Tahun
Tanggal : 23 November 2018
Pukul : 14.05 WIB

Wawancara dengan Pesaing Batik FAARO



Nama : Ani
Usia : 35 Tahun
Posisi : Pemilik Batik Niswa
Tanggal : 19 Desember 2018
Pukul : 14.25 WIB



Nama : Dewi
Usia : 41 Tahun
Posisi : Pemilik Batik Mekar
Tanggal : 19 Desember 2018
Pukul : 13.35 WIB



Nama : Ilyas
Usia : 52 Tahun
Posisi : Pemilik Batik Divfa Collection
Tanggal : 19 Desember 2018
Pukul : 15.50 WIB

Wawancara dengan Reseller Batik FAARO



Nama : Lendy
Usia : 23 Tahun
Tanggal : 1 Desember 2018
Pukul : 15.12 WIB



Nama : Kiki
Usia : 25 Tahun
Tanggal : 1 Desember 2018
Pukul : 10.27 WIB



Nama : Nazil
Usia : 22 Tahun
Tanggal : 1 Desember 2018
Pukul : 14.28 WIB



Nama : Markha
Usia : 23 Tahun
Tanggal : 2 Desember 2018
Pukul : 13.10 WIB



Nama : Yuli
Usia : 27 Tahun
Tanggal : 19 Desember 2018
Pukul : 15.20 WIB

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Nur Khasanah
Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 8 Juli 1994
Alamat : Ds. Silirejo RT. 21/04, Kec. Tirto, Kab. Pekalongan

Riwayat Pendidikan

SD Negeri 02 Silirejo : Lulus Tahun 2008

SMP Negeri 02 Tirto : Lulus Tahun 2011

SMK Ma'arif NU Tirto : Lulus Tahun 2014

IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S.1 Ekonomi

Syariah angkatan 2014

B. DATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung : Surdi
Pekerjaan : Dagang
Agama : Islam
Alamat : Ds. Silirejo RT. 21/04, Kec. Tirto, Kab. Pekalongan

Ibu Kandung : Muirah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Agama : Islam
Alamat : Ds. Silirejo RT. 21/04, Kec. Tirto, Kab. Pekalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Desember 2019

Yang membuat



NUR KHASANAH
NIM. 2013114297

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

: 998/In.30/J.IV.1/PP.00.9/11/2018

16 November 2018

: Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Pengelola Batik FAARO Pekalongan

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Nur Khasanah

NIM : 2013114297

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Pekalongan. Mahasiswa sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di
tempat lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul:
**"Analisis Strategi Besaing Home Industri Batik "FAARO" Pekalongan Dalam Perspektif
Etika Bisnis Islam"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan
mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

A.n Dekan

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Agus Fakhriana, M.S.I.

NIP. 197701232003121001

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini atas nama pimpinan Batik FAARO

Nama : H. Muhtarom, S.Ag

Jabatan : Pimpinan

Alamat : Buaran Gg 1 20 RT 002/01 Kec. Buaran Kota Pekalongan

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nur Khasanah

NIM : 2013114297

Fakultas : FEBI/ Ekonomi Syariah

Universitas : IAIN Pekalongan

Telah melakukan penelitian di Batik FAARO dalam rangka menyusun skripsi dengan judul “Analisis Strategi bersaing *Home Industry* Batik FAARO Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” yang dilaksanakan pada tanggal 19 Februari 2018 – 11 November 2018

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 24 Desember 2018

Pimpinan Batik FAARO



Batik Faaro
H. Muhtarom, S.Ag



**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN,
PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH**

Jalan Sriwijaya No. 44 Pekalongan 51111 Telp. (0285) 423223 fax (0285) 423223-303
Website: <http://bappeda.pekalongankota.go.id> email: bappeda@pekalongankota.go.id

SURAT REKOMENDASI RESEARCH / SURVEY

Nomor: 070/447/IX/2018

DASAR :

1. Surat Edaran Gubernur Jawa Tengah Nomor: 070/265/2004 tanggal 20 Februari 2009

I. MEMBACA :

1. Surat dari Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: 816/In.30/M.6/PP.00.9/09/2018 tanggal 26 September 2018 Perihal Izin Penelitian
2. Surat dari Kepala Kantor Kesbangpol Kota Pekalongan Nomor: 070/353/XI/2018 Tanggal 28 September 2018

III. Yang bertandatangan di bawah ini Kepala Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Pekalongan bertindak atas nama Walikota Pekalongan menyatakan **TIDAK KEBERATAN** atas pelaksanaan RESEARCH/SURVEY di wilayah Kota Pekalongan yang dilaksanakan oleh:

1. Nama : Nur Khasanah
2. Instansi : IAIN Pekalongan
3. Pekerjaan : Mahasiswa
4. Alamat : Silirejo Rt 01 Rw 04 Kel. Silirejo Kec. Tirto Kab. Pekalongan
5. Penanggung Jawab : Agus Fakhrina, M.Si
6. Maksud dan Tujuan : Permohonan izin Penelitian dan Pengambilan data guna menyusun Skripsi dengan judul: "Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Home Industry Batik "Faaro" Pekalongan Perspektif Etika Bisnis Islam".
7. Lokasi : Kota Pekalongan
8. Lamanya : 28-09-2018 s.d. 28-12-2018

menurut ketentuan sebagai berikut :

- a. Pelaksanaan research/survey tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintah;
- b. Apabila masa berlakunya Surat Rekomendasi ini telah habis sedang pelaksanaannya belum selesai, maka perpanjangan waktu harus diajukan kembali kepada Kepala Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Pekalongan;
- c. Setelah Research/ Survey selesai, harus menyerahkan Laporan Pelaksanaan Survey kepada Kepala Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Pekalongan.

IV. Surat Rekomendasi ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi, apabila pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan-ketentuan seperti tersebut diatas.

Dikeluarkan di : Pekalongan

Pada Tanggal : 28-09-2018

An. KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN,
PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH
KOTA PEKALONGAN

Kepala Bidang Penelitian, Pengembangan
dan Penyusunan Program



UJANTO PURWANTO, S.Si, M.Si
NIP. 19790308 200502 1 002

TEMBUKAN Dikirim Kepada YTH;

1. Walikota Pekalongan (Sebagai laporan);

2.;

Perpustakaan IAIN Pekalongan



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 : **NUR KHASANAH**
NIM : **2013114297**
Jurusan/Prodi : **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 (.....)

**“ANALISIS STRATEGI BERSAING *HOME INDUSTRY* BATIK “FAARO”
PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”**

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 izin 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, Maret 2019



NUR KHASANAH
NIM. 2013114297

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

