

**STRATEGI PERSAINGAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAMI  
(STUDI KASUS PADA PENGUSAHA BATIK DI KAMPOENG  
WISATA BATIK PESINDON KOTA PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

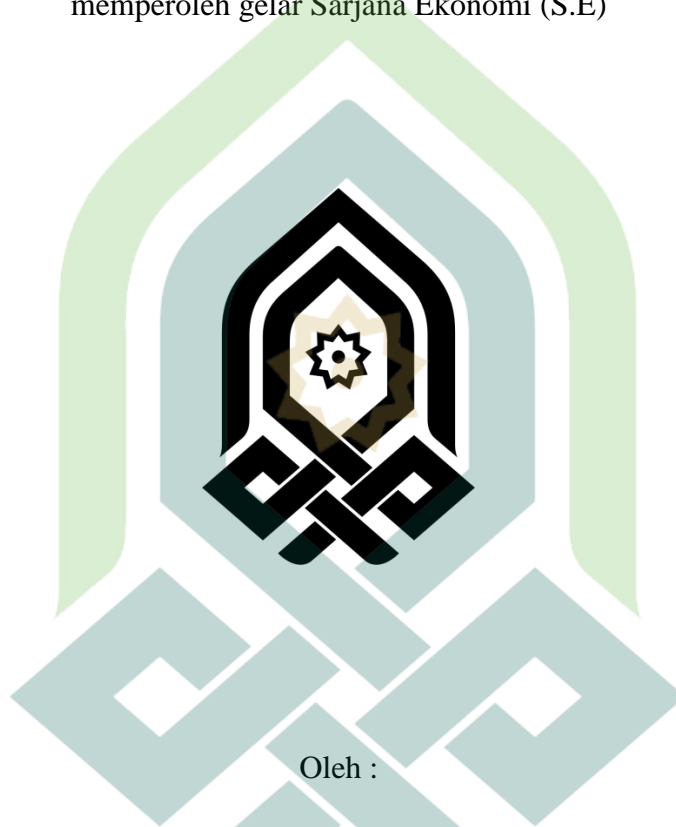
**ILAH RIZQI**  
**NIM. 2013114096**

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

**STRATEGI PERSAINGAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAMI  
(STUDI KASUS PADA PENGUSAHA BATIK DI KAMPOENG  
WISATA BATIK PESINDON KOTA PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**ILAH RIZQI**  
**NIM. 2013114096**

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



## SURAT PERNYATAAN

### KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ILAH RIZQI

NIM : 2013114096

Judul : STRATEGI PERSAINGAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAMI (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA BATIK DI KAMPOENG WISATA BATIK PESINDON KOTAPEKALONGAN)

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

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Januari 2019

Yang Menyatakan,



**ILAH RIZQI**  
NIM. 2013114096



## NOTA PEMBIMBING

Ahmad Syukron, M.E.I  
Jalan Paesan Tengah No. 123 Kedungwuni Barat Kab. Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ilah Rizqi

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

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

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

Nama : ILAH RIZQI  
NIM : 2013114096  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : **STRATEGI PERSAINGAN BISNIS DALAM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAMI (STUDI  
KASUS PADA PENGUSAHA BATIK DI KAMPOENG  
WISATA BATIK PESINDON KOTA PEKALONGAN)**

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut segera dimunaqosahkan.

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

*Wassalamualaikum Wr. W.b.*

Pekalongan, 23 Januari 2019

Pembimbing

Ahmad Syukron, M.E.I

NIP. 19711015 200501 1003

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan

**PENGESAHAN**

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

Nama : ILAH RIZQI

NIM : 2013114096

Judul : STRATEGI PERSAINGAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF ETIKA  
BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA BATIK DI  
KAMPOENG WISATA BATIK PESINDON KOTA  
PEKALONGAN)

Ujian diujikan pada hari Senin, 11 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Rinda Asytuti, M.Si  
NIP. 19771206 200501 2002

Penguji II

M. Aris Safi'i, M.E.I  
NIP. 198510122015031004

Pekalongan, 11 Maret 2019

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.  
NIP. 197502201999032001

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	š	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	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	set
س	sin	s	es
سین	syin	sy	es dan ye
سادی	sad	ş	es (dengan titik di bawah)
دادی	dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ţ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ya

2. Vokal

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

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مرأة جميلة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا = rabbanā

الْبِرِّ = al-birr



#### 5. Kata Sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجال = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

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

Contoh:

القمر = al-qamar

البدیع = al-badī'

الجلال = 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:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un

## PERSEMBAHAN

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

1. Motivator terbaikku yaitu kedua orangtua tercinta Bapak Awud dan Ibu Kholidah serta adik-adikku Tsania Alfi Rosyida dan Fadhilatur Rohmah, dan Bude Fathonah (Denah) dan Om Herwanto. Yang selalu memberi dukungan baik moril maupun immateriil. Yang selalu mendoakan, memberi motivasi dan memberikan yang terbaik untukku.
2. Teman hidupku Muhammad Septa Suwindra yang selalu memberikan doa, perhatian motivasi dan dukungan yang tiada hentinya. Serta Bapak Mertua Alm. Bapak Sudarto dan Ibu Mertua Ibu Roucha.
3. Dosen pembimbing, Bapak Ahmad Syukron, M.E.I yang telah membimbing skripsi ini hingga selesai.
4. Sahabat-sahabatku, Rifdah, Indriyawati, Septiani Wulandari, Rifqiani, Mayangsari Yuliana S.P, Devi Faradiska, Lia Maulida Syamsiyah, Malinda Zulviana, Nurul Hidayah, Rizqi Fajriani, Ina Yusfiana, Annisa Dian Utami, yang selalu memberikan doa dan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Saudara-saudaraku Keluarga besar Mbah Usman Bin Sihat
6. Guru terbaikku Bapak Abdul Aziz dan Ibu Rizqiyati
7. Teman-teman PPL KPPS BMT MITRA UMAT
8. Teman-teman TIM KKN 45 Desa Kretek
9. Perangkat Desa dan seluruh Warga Desa Kretek Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes
10. Alameterku tercinta IAIN Pekalongan



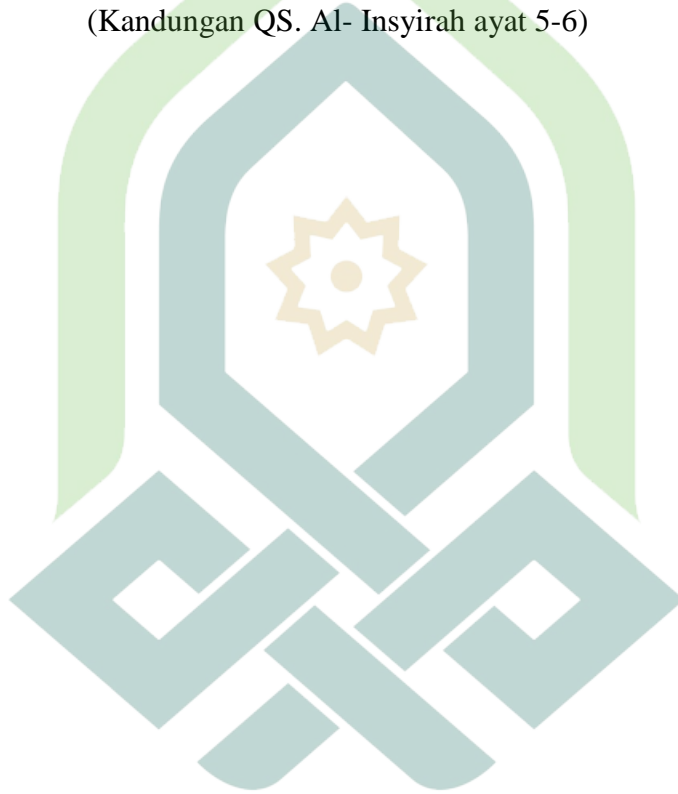
## MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (5) فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (6)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

Setiap masalah selalu dilengkapi dengan pemecahannya. Solusi tidak hadir setelah kesulitan, tetapi sudah tersedia saat itu muncul, Tak selamanya kesulitan akan terus menjadi sebuah kesulitan tiada henti. Kita bisa menemukan jalan keluar itu jika mau mencarinya.

(Kandungan QS. Al- Insyirah ayat 5-6)



## ABSTRAK

**Rizqi, Ilah. 2019. Strategi Persaingan Bisnis Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami (Studi Kasus Pada Pengusaha Batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan).** Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing Ahmad Syukron, M.E.I.

Dunia bisnis yang berkembang sangat pesat ditandai dengan banyaknya pengusaha dalam berbagai macam produksi dan menawarkan berbagai macam produk yang sejenis yaitu produk batik. Persaingan bisnis produk batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan ada banyak pengusaha batik salah satunya adalah pengusaha batik di Batik Feno, Batik Larissa, Batik Dannis Art. Strategi bisnis yang digunakan untuk bersaing, sebagai seorang pebisnis harus memperhatikan nilai-nilai keislamaan untuk memenangkan persaingannya. Perilaku dalam berbisnis tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis Islam sangatlah penting karena untuk mengintegrasikan dimensi moral dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, yaitu prinsip ketahuidan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, prinsip kebenaran.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif dengan tujuan mendeskripsi segala sesuatu tentang strategi persaingan bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah tingkat persaingan bisnis di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan secara umum meliputi persaingan produk, persaingan harga, persaingan tempat, dan persaingan promosi berjalan dengan baik. Strategi persaingan yang dilakukan oleh pengusaha batik di Batik Feno, Batik Larissa, Batik Dannis Art adalah memproduksi batik tetap menjaga kualitas produk batik dengan menambah variasi dan motif batik dari model klasik dan modern, menciptakan produk sesuatu yang baru dan berbeda dari segi kemasan, warna, harga dan pelayanan. Memproduksi batik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menetapkan harga kepada para konsumen mengacu pada kualitas produk, bahan baku dan kesulitan pengerjaan, tidak menipu dan jujur. Dari segi tempat sangat strategis karena adanya persaingan bisnis yang sehat. Strategi persaingan bisnis yang dilakukan pengusaha batik sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang telah berpegang pada prinsip ketahuidan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, dan prinsip kehendak bebas.

**Kata Kunci : Strategi Persaingan Bisnis, Etika Bisnis Islam, Pengusaha Batik.**

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "*Strategi Persaingan Bisnis dalam Perspektif Etika Bisnis Islami (Studi Kasus Pada Pengusaha Batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan)*" ini dengan baik, sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafa'atnya dihari kiamat nanti.

Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan penulis tunjukan kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj Shinta Dewi Rismawati, M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M.Ag. Selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan
4. Bapak Drs. Hj. A. Tubagus Surur, M.Ag. Selaku wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A. Selaku wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan
6. Bapak Agus Fakhрина, M.S.I. Selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan
7. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag. Selaku sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

8. Bapak H. Ahmad Rosyid, SE, M.Si. Selaku Dosen Wali yang selalu sabar dan memberikan motivasi kepada penulis dari awal sampai akhir perkuliahan.
9. Bapak Ahmad Syukron, M.E.I. Selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, petunjuk, arahan dan sasaran dalam penyusunan skripsi ini.
10. Bapak H. M. Freddy Wijaya Selaku pemilik batik di Batik Feno
11. Bapak Drs. H. Eddywan Selaku pemilik batik di Batik Larissa
12. Bapak H. Kamaludin selaku pemilik batik di Batik Dannis Art
13. Bapak Ahmad Setia Budi selaku Ketua Paguyuban Kampoeng Wisata Batik Pesindon
14. Kepada kedua orang tuaku, adek-adekku dan serta seluruh keluarga besarku atas do'a dan nasehatnya.
15. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bentuk bantuan baik moril maupun materil.

Semoga Allah senantiasa melimpahkan ramhat dan hidayah-Nya, serta membalas segala amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlimpah. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis.

Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati. Penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb



Pekalongan, 23 Januari 2019

Penulis

Ilah Rizqi

NIM. 2013114096



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. Konsep Dasar Bisnis .....	11
a. Pengertian Bisnis .....	11
b. Jenis Bisnis .....	12
2. Konsep Dasar Persaingan.....	13
a. Analisis Persaingan .....	13
b. Analisis Pesaing .....	15
c. Landasan Hukum Persaingan Bisnis .....	16
d. Persaingan Bisnis Islami .....	16
e. Strategi Persaingan Bisnis .....	19
f. Persaingan dan Strategi Persaingan Bisnis.....	28
3. Konsep Dasar Bisnis Islami .....	31
a. Pengertian Bisnis Islami .....	31
b. Dasar Hukum Bisnis Islami.....	34
c. Strategi Bisnis Syariah .....	34
4. Konsep Dasar Etika Bisnis Islam.....	40
a. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	40
b. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam .....	42
c. Ketentuan Etika Bisnis Islam .....	43
d. Urgensi Etika Bisnis Islam .....	47





B. Penelitian Terdahulu .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian .....	58
1. Jenis Penelitian.....	58
2. Pendekatan Penelitian .....	58
B. Sumber Data .....	59
1. Data Primer .....	59
2. Data Sekunder .....	60
C. Teknik Pengumpulan Data.....	61
1. Observasi.....	61
2. Wawancara .....	62
3. Dokumentasi .....	63
D. Teknik Analisis Data .....	63
1. Reduksi Data .....	63
2. Penyajian Data .....	64
3. Penarikan Kesimpulan .....	64
E. Analisis Keabsahan Data .....	65
1. Triangulasi Metode .....	65
2. Triangulasi Sumber .....	66
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
A. ANALISIS DATA .....	67
1. Profil Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan .....	67
a. Sejarah Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan .....	67
1. Gambaran Umum Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan .....	67
2. Gambaran Khusus Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan .....	69
b. Letak Geografis Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan.....	72
c. Visi Misi Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan.....	73
d. Struktur Organisasi Kampoeng Wisata Batik Kota Pekalongan.....	73
e. Peta Geografis Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan.....	75
2. Pengusaha dan Nama Usaha .....	76
3. Strategi Persaingan Bisnis.....	78
B. PEMBAHASAN .....	92
1. Tingkat Persaingan Bisnis Antar Pengusaha Batik Di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan ..	92
2. Strategi Persaingan Bisnis Yang Dilakukan Oleh	



Pengusaha Batik Di Kampeong Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan .....	96
1. Batik Feno .....	97
2. Batik Larissa .....	99
3. Batik Dannis Art.....	102
3. Strategi Bisnis Pengusaha Batik Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam.....	103
a. Prinsip Ketahuidan .....	104
b. Prinsip Keseimbangan.....	106
c. Prinsip Kehendak Bebas.....	108
d. Prinsip Pertanggung Jawaban.....	110
e. Prinsip Kebenaran .....	110
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>112</b>
A. Simpulan .....	112
B. Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

1.1 Penelitian Terdahulu .....	52
1.2 Pengusaha dan Nama Usaha Batik.....	76





## DAFTAR GAMBAR

1.1 Triangulasi Metode .....	65
1.2 Triangulasi Sumber .....	66
1.3 Struktur Organisasi Paguyuban Kampoeng Wisata Batik Pesindon.....	74
1.4 Peta Geografis Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan...	75



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini berkembang semakin pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya pengusaha dalam berbagai macam produksi dan menawarkan berbagai macam produk yang sejenis pun semakin banyak salah satunya adalah produk batik.<sup>1</sup>

Bisnis tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, bahkan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kehidupan sehari-hari manusia. Setiap hari manusia melakukan kegiatan bisnis. Manusia berperan sebagai produsen, perantara, maupun konsumen. Produsen menghasilkan produk dalam kegiatan bisnis, dimana produk tersebut akan menghasilkan keuntungan dan nilai tambah bagi konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, maka dewasa ini bisnis semakin kompleks. Saat ini, seorang pebisnis tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan bisnis, namun juga pengetahuan dan wawasan yang mendukung, sehingga keputusan bisnis yang diambil bisa diminimalkan risikonya, dan dioptimalkan keuntungannya.<sup>2</sup>

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan

---

<sup>1</sup> Furjatul Udzma, Analisis Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pada UKM Batik Pekalongan, *Skripsi* (Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, 2014), hlm. 1.

<sup>2</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 111.

masyarakat. Agama Islam sejak ke lahirannya mengizinkan adanya bisnis, karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun Rasulullah SAW tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan. Kaidah, ataupun batasan harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis.<sup>3</sup>

Dalam kegiatan bisnis, pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Oleh karena itu, Pelaku bisnis harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Dan dituntut untuk memiliki profesionalisme yang tinggi. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.<sup>4</sup> Oleh sebab itu kegiatan bisnis bukan saja tidak akan maju dan berkembang, melainkan justru ia akan hancur dan berantakan. Demikian dalam bisnis modern, menuntut pelaku bisnis untuk menjadi orang yang profesional.<sup>5</sup>

Dalam hal bisnis selama ini banyak orang memahaminya sebagai suatu bisnis yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak

---

<sup>3</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Robbani Press, 1995). hlm. 320.

<sup>4</sup> Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 01No. 01, Desember, 2015, hlm. 33.

<sup>5</sup> Ahmad Syukron, "Membongkar Konsep Etika Bisnis Dalam Al-Quran: Sebuah Perspektif Epistemologis", *Jurnal Syariah*, Vol. 12 No. 2, Oktober 2017, hlm. 2.

banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku hingga bahan yang digunakan.

Selain merumuskan strategi bisnis yang digunakan untuk bersaing, sebagai seorang pebisnis muslim tentunya juga harus memperhatikan nilai-nilai keislaman untuk memenangkan persaingannya. Dalam Islam telah diatur landasan moral untuk menjalankan bisnis, diantaranya: kesadaran bahwa dirinya selalu dipantau oleh Allah, komitmen yang tinggi pada kejujuran, komitmen yang tinggi pada amanah, berupaya untuk mencapai ketaqwaan, dan berkompetisi secara sehat.<sup>6</sup>

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

---

<sup>6</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013), hlm. 36-39.

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan), termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.<sup>7</sup>

Kenyataan yang kita hadapi sekarang di masyarakat adalah perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya nilai etika dalam bisnis. Bagi kalangan ini bisnis adalah kegiatan manusia yang bertujuan mencari laba semata-mata. Bisnis telah ada dalam sistem dan struktur dunianya yang “baku” untuk mencari pemenuhan hidup sehingga bisnis tidak seiring dengan etika. Berbagai bentuk kecurangan terjadi dalam

---

<sup>7</sup> Fitri Amalia, Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil, *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol 6 No 1, Januari 2014. hlm. 117.



bisnis seperti rendahnya solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, persaingan tidak sehat, penunggakan utang, sogok menyogok, komersialisasi birokrasi bahkan memotong relasi saingan untuk mematikan usaha bisnis batik. Perilaku dalam berbisnis tidak luput dengan nilai moral atau etika bisnis Islami, yang secara fungsional mempunyai kedudukan yang sangat penting.<sup>8</sup>

Demikian halnya bagi pengusaha batik di Kampong Wisata Batik Pesindon. Kampong Wisata Batik Pesindon merupakan kampung pengrajin batik di Kota Pekalongan terletak di Jalan Hayam Wuruk Kota Pekalongan tepatnya di daerah Kecamatan Pekalongan Barat, Provinsi Jawa Tengah. Berada di Kelurahan Bendan Kergon dengan luas 162.564 Km<sup>2</sup>. Yang berdiri pada tahun 2010, dengan jumlah pengusaha batik sebanyak 38 pengusaha batik. Kampong wisata Batik Pesindon ini membentuk sebuah paguyuban batik dengan jumlah kepengurusan anggota 9 orang, yang pada saat ini di ketuai oleh Bapak Achmad Budi Subekti. Seiring dengan perkembangan batik yang pesat dan maju terjadilah persaingan antar pengusaha batik baik dalam hal motif, produk, harga, dan tempat.<sup>9</sup>

Secara geografis, jumlah penduduk Kampong Wisata Batik Pesindon, berjumlah 7883 orang laki-laki dan 7957 orang perempuan, dengan total keseluruhan penduduk 15480 orang. Total kepala keluarga

<sup>8</sup> Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam*,....hlm. 34.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ketua Paguyuban Kampong wisata Batik Pesindon Bapak Achmad Budi Subekti, pada tanggal 19 Februari 2018, pukul 09:30, di kediaman rumahnya pesindon gang 3.

yang ada di Kelurahan Bendan Kergon sebanyak 4246 KK. Profesi warga Kampong Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan adalah sebagian besar sebagai pengusaha batik dan pengrajin batik, peternak ayam, pengusaha pemotongan ayam, dan sebagian kecil mempunyai usaha warung yang menjual barang-barang sembako serta adapula masyarakat Kampong Wisata Batik Pesindon yang berprofesi sebagai pegawai pemerintahan ataupun pegawai perusahaan swasta.<sup>10</sup>

Kampong Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan dibandingkan dengan kampung batik lainnya di Kota Pekalongan. Kampong Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan merupakan kampung yang terhitung banyak diminati konsumen. Khususnya di showroom Batik Feno, Batik Larissa, dan Batik Dannis Art. Sehingga menjadi salah satu pertimbangan bahwa showroom Batik Feno, Batik Larissa dan Batik Dannis Art yang banyak diminati konsumen karena berdasarkan observasi penulis.

Persaingan merupakan hal yang lazim ada di setiap bisnis yang dilakukan. seperti halnya Kampong Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan dengan pengusaha-pengusaha batiknya mempunyai pesaing sesama di bidang batik. Untuk itu membutuhkan beberapa strategi agar tetap bisa bersaing dengan pengusaha-pengusaha batik lainnya dengan menerapkan pedoman-pedoman persaingan secara sehat. Dengan mengandalkan kualitas dari masing-masing pengusaha batik. Dari tingkat persaingan bisnis dilihat dari model batik terkini dan kelengkapan barang.

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ketua Paguyuban Kampong wisata Batik Pesindon Bapak Achmad Budi Subekti, pada tanggal 19 Februari 2018, pukul 09:30, di kediaman rumahnya pesindon gang 3.

Harga yang ditawarkanpun berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan lama proses produksi pengrajinan batik. Tempat yang sangat menunjang, karena tempatnya strategis dipusat Kota Pekalongan.

Dari berbagai permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **“Strategi Persaingan Bisnis Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami (Studi Kasus Pada Pengusaha Batik Di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat persaingan bisnis antar pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan ?
2. Bagaimana strategi persaingan bisnis yang dilakukan oleh pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan ?
3. Apakah strategi bisnis yang dilakukan pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam ?

#### **C. Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini fokus pada persoalan yang dimunculkan, maka penulis membatasi kajian persaingan bisnis dalam perspektif etika bisnis

Islami (Studi Kasus Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan) yaitu:

1. Penelitian hanya difokuskan pada tingkat persaingan bisnis pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan. .
2. Penelitian hanya difokuskan pada strategi persaingan bisnis yang dilakukan pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan.
3. Penelitian hanya difokuskan pada strategi bisnis yang dilakukan pengusaha Kampoeng Wisata Batik Pesindon ditinjau dari sisi Etika Bisnis Islam.
4. Penelitian hanya difokuskan pada objek yang diteliti yaitu pengusaha batik di Batik Feno, Batik Larissa dan Batik Dannis Art.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini ditunjukkan untuk memperoleh :

1. Untuk mengetahui tingkat persaingan bisnis pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan.
2. Untuk mengetahui strategi persaingan bisnis yang dilakukan oleh pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan.
3. Untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan ditinjau dari sisi Etika Bisnis Islam.

## E. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

### a. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan peneliti agar dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan serta mengaplikasikannya.
2. Dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dengan penelitian terkait strategi pengusaha batik untuk menghadapi strategi persaingan bisnis dalam perspektif etika bisnis islam.
3. Dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dengan penelitian terkait strategi persaingan bisnis dalam perspektif etika bisnis Islami.

### b. Secara Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk pengusaha yang ada di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan dan sekitarnya dalam menjalankan bisnis secara syariah.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah yang diambil dalam mengatur strategi persaingan bisnis pengusaha batik di masa yang akan datang dan sesuai dengan etika bisnis Islam.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sebagai pedoman untuk memudahkan dalam penelitian, maka peneliti menyajikan susunan penelitian skripsi sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan-penjelasan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam bab-bab. Pada bab ini digambarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang menjelaskan konsep dasar bisnis, konsep dasar persaingan bisnis, konsep bisnis islami, konsep etika bisnis islam. Selain itu, dalam bab ini juga dilengkapi penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, analisis keabsahan data

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bagian pokok, yakni menganalisis strategi persaingan bisnis dalam perspetif etika bisnis islami pada pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota

Pekalongan sesuai dengan tujuan penelitian. Tingkat persaingan bisnis antar pengusaha batik, strategi persaingan bisnis yang dilakukan oleh pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan, strategi pengusaha batik dalam etika bisnis islam. Hasil penelitian maupun hasil pengujian yang telah dilakukan akan dianalisis secara deskriptif.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini adalah bab penutup yang berisis kesimpulan dan saran penelitian. Pada bab ini disusun suatu kesimpulan dari hasil analisis penelitian sekaligus menjadi jawaban dari rumusan permasalahan. Kesimpulan berupa butir-butir bernomor yang konsisten dengan rumusan dan analisis masalah. Kemudian, isi bab ini dilanjutkan dengan saran-saran baik ditunjukkan untuk penelitian selanjutnya maupun bagi kepentingan pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah diuraikan dapat disimpulkan, sebagai berikut :

1. Tingkat persaingan bisnis antar pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan yakni Batik Feno, Batik Larissa dan Batik Dannis Art secara umum yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

Tingkat persaingan bisnis dari segi produk pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon adalah saling adu kelengkapan yakni mengikuti model terkini, dan barang yang lengkap. Jadi pengusaha batik harus bisa mengimbangi dan menyaingi bisnis harus lebih unggul dari pesaingnya.

Tingkat persaingan bisnis dari segi harga pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon adalah harga yang dipatok berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan lama proses pengrajinan batik.

Tingkat persaingan bisnis dari segi tempat di pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon adalah tidak ada permasalahan karena berada di suatu tempat pusat kota dan disatukan dalam satu naungan yakni paguyuban Kampoeng Batik Pesindon. Dan tata letak showroom



pun berdekatan dengan jarak yang lumayan dekat tetapi pengusaha batik bersaing secara sehat.

2. Strategi persaingan yang diterapkan oleh pengusaha-pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam dengan menggunakan prinsip etika sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu :

- a. Prinsip Ketahuidan

Di Kampoeng Wisata Batik Pesindon pengusaha batiknya sangat menerapkan prinsip ketahuidan yakni ketika adzan berkumandang karyawan segera menyempatkan waktu sholat secara bergantian dengan karyawan yang lain. Dan didalam bersaing pengusaha batik bersaing secara sehat yakni apabila dari segi produk mengatakan dengan baik, jujur dan tidak dusta. Dari segi harga menyesuaikan dengan pengusaha batik lain. Dalam melayani pembeli sesuai dengan syariat Islam yakni memberikan pelayanan yang prima sesuai dengan syariat Islam dan tidak menimbulkan maksiat. Jadi hal tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam.

- b. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan yang diterapkan dalam pengusaha batik di Kampoeng Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan seperti Batik Feno, Batik Larissa, Batik Dannis Art adalah menyeimbangkan segala bentuk kegiatan bisnisnya dengan memberikan kualitas produk yang

seimbang. Dalam segi harga tidak adil maka tidak sesuai dengan syariat Islam. Jadi hal tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam persepektif etika bisnis Islam tidak bertentangan dengan syariat Islam karena konsumen bebas dalam memilih showroom yang mana yang ia akan masuki tidak ada intervensi dari pihak manapun. Sehingga konsumen bebas dalam menentukan pilihan kemana ia akan berbelanja. Dalam kebebasan pengusaha batik bebas menentukan harga. maka dari itu sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

d. Prinsip Pertanggung Jawaban

Pengusaha batik di Kampong Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan yakni Batik Feno, Batik Lariss, Batik Dannis Art dalam pertanggung jawaban segala aktivitas jual belinya, mulai dari produk batiknya dan transaksi-transaksi di dalam aktivitas sehari-hari. Maka hal ini tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam.

**B. Saran**

1. Bagi pengusaha batik di Kampong Wisata Batik Pesindon terus memperbarui inovasi-inovasi produk batik agar menjadi produk unggulan di bandingkan pesaing yang lain.
2. Bagi pengusaha batik di Kampong Wisata Batik Pesindon dalam menjalankan bisnisnya agar tetap mempertahankan prinsip etika bisnis Islam, agar produk-produk batik yang dihasilkan oleh pengusaha Batik

Feno, Batik Larissa, Batik Dannis Art tetap diminati oleh para konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai strategi persaingan bisnis dalam etika bisnis Islam dengan menggunakan metode lain agar menyempurnakan sspenelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdulullah, Ma'ruf. 2013. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Presindo
- Alma, Buchari dan Priansa Donni Juni. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Al- Alwani, Taha Jabir. *Bisnis Islam*. Penerjemah Suharsono. Yogyakarta: AK Group.
- Arifin John. 2008. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- Arikunto, Suharsini. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta. As- Sayyid. 1983. *Fiqih As-Sunah*, Cet IV. Beirut: Dar Al-Fikr.
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Cetakan Pertama, Malang: UIN Malang Press.
- Dwi, Rohmad Jatmiko. 2005. *Pengantar Bisnis*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Faza Misbahul. 2009. *Praktek Banggl Handphone Di Jogja Tronik Dalam*

*Perspektif Islam*. Yogyakarta: Universitas Negeri Sunan Kalijaga.

Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktik* Cetakan ke-3 Edisi 1. Jakarta: Bumi Aksara.

Halim, Abdul Usman. 2015. *Manajemen Strategis Syariah*. Jakarta: PT Bestari Buana Murni.

Hasan, Ali. 2002. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Jumingan. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, Philip. 1988. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

Masyhuri dan Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.

Moleong J. Lexi. 1993. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mudjab Mhalli, Ahmad. 2004. *Hadits-hadits Mustafaq Alaih: Bagian Munakahat dan Muamalat*. Jakarta: Kencana.

Muhammad. 2002. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.

Muhammad dan Lukman Furoh. 2002. *Visi Al-Quran: Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniya.

- Natadiwiry, Muhandis. 2007. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: GramediaPress.
- Naqvi, Syed Nawab Haider. 2003. *Menggas Ilmu Ekonomi Islam*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing* (Terjemahan: Sigit Suryanto: Karisma)
- Purhantara, Wahyu Purhantara. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qardhawi, Yusuf. 1995. *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Rahardjo, M. Dawam. 1990. *Etika Ekonomi dan Manajemen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan Kombinasi: Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan ke- 3, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-18. Bandung: Alfabeta.
- Sutarno. 2012. *Serba-serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwinto, Johan. 2011. *Studi Kelayakasn Pengembangan Bisnis*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syukron ,Amin.2014. *Pengantar Manjemn Industri*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umar, Husain. 1997. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Husaini dan Akbar Purnomo Setiadi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*.

Jakarta: PT Bumi Aksara.

Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta CV Andi Offset.

Yunia, Ika Fauzia. 2013. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: PT Prenadamedia Group.

### **Jurnal**

Amalia, Fitri, “*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha*

*Kecil*”, Dalam Jurnal Al-Iqtishad: Vol. VI No. 1, Januari Tahun 2014.

Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Cahyo, Putranto Deo Leonardus, “*Analisis Strategi Bersaing Pada UKM Batik*

*Syafira di Surabaya*”. Dalam Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,

Jurusan Ekonomi Manajemen, Surabaya: Universitas Narotama Surabaya.

Islamiah, Rifatul, “*Penentuan Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing*

*Pada Pesona Batik Madura*”, Dalam Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi,

Vol. 6, No. Juli 2012. Surabaya: STIESIA Surabaya.

Joko, Tri Utomo, “*Lingkungan, Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel*”, Jurnal

Fakultas Ekonomi Vol. 5. No. 1. Juni 2010. Surabaya: STIE Pelita

Nusantara Surabaya.

Julia, Aan dkk, “*Kajian Persaingan Usaha Dalam Perspektif Islam Pada*

*Komoditas Kerajinan Kulit Kerang di Kabupaten Cirebon*”, Jurnal:

Prosiding SNAPP 2016, sosial, ekonomi, dan humaniora, ISSN 2089-3590, EISSN 2303-2472.

Kassmirudin. “*Analisis Strategi Bersaing Bisnis Eceran Besar atau Modern*

*(Kasus Persaingan Bisnis Ritel di Pekanbaru)*”, Jurnal Aplikasi Bisnis,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Riau: Universitas Riau, Kampus

Bina Widya Pekanbaru.

Lubis, Nurbaity Arlina, “*Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*”, Dalam

Jurnal Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi. USU Digital

Libary Tahun 2004.

Nawawi, Ismail, “*Strategi Inovasi Produksi dan Kompetitif Bisnis Dalam Perspektif Islam*”. Jurnal Al-Tahrir. Vol 12. No 1. Surabaya: IAIN Sunan Ampel.

Norvadewi, “*Bisnis Dalam Perspektif Islam*”,(Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif,. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 01, No. 01, Desember 2015. Samarinda: IAIN Samarinda.

Rindrayani, Sulastri Rini Rindrayani, “*Strategi Produk Dalam Menghadapi Pesaing Pada Perusahaan Batik Merak Manis Laweyan Surakata*”, Jurnal STKIP PGRI Tulungagung.

Sonia, Devie dan Widodo Joko, “*Strategi Pemasaran Home Industry Batik Tulis Sumbersan Maesan Bondowoso*”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. Edisi IX No. 2, Mei 2015. FKIP UNEJ.

Sukardjono, Edi, “*Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pedagang-pedagang di Pasar Parung Panjang Bogor Terhadap Pedagang di Pasar Lain*”, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, ISSN2356-2005. Pamulang: UniversitasPamulang.

Syukron, Ahmad, “*Membongkar Konsep Etika Bisnis Dalam Al-Quran: Sebuah Perspektif Epistemologis*”, Jurnal Jurusan Syariah, Vol. 12. No. 2. Oktober 2017. Pekalongan: STAIN Pekalongan.

### **Skripsi**

Hidayah, Novita Sa’adatul, “*Persaingan Bisnis Perdagangan Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*”, Skripsi (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Semarang, 2015).

Inna, Sari, “*Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pasar Butung Makassar)*” Skripsi (Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Makassar, 2017).



- Istiqomah, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bahasa Iklan (Studi Kasus Iklan Produk Jamu Tolak Angin dan Bintangin)*”, Skripsi Syariah (IAIN Walisongo, Semarang, 2009).
- Lesmania, Erik, “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Usaha, Studi Kasus Pedagang Muslim Di Pasar Ciputat*”, Skripsi (Jakarta: Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri, 2010).
- Nur, Shabrina Amalia, “*Persaingan Usaha Studi Kasus Pedagang Pasar Klewer Solo*” Skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).
- Purwanti, “*Etika Persaingan Usaha Pot Bunga di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Menurut Perspektif Ekonomi Islam*”, Skripsi (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Syarif Husin Jakarta, 2005).
- Saul, Ellen Yuliani, “*Strategi Bersaing dan Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Bakpia Pathok di Kecamatan Ngampilan Yogyakarta*”, Skripsi (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015).
- Udzma, Furjatul. 2014. “*Analisis Kualitas Produk Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada UKM Batik Pekalongan*”, Surabaya: Skripsi (Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, 2014).

### **Wawancara**

Wawancara dengan Ketua Paguyuban Kampoeng Wisata Batik Pesindon Bapak Achmad Budi Subekti, pada tanggal 19 Februari 2018, Pukul 09.30 WIB di kediaman rumahnya Pesindon Gang 3.

Wawancara dengan Pengusaha Batik Feno Bapak H. M. Freddy Wijaya, Pada tanggal 28 November 2018, Pukul 14.00 WIB di Showroom Batik Feno

Wawancara dengan Pengusaha Batik Larissa Bapak H. Drs. Eddywan, pada

tanggal 28 November 2018, Pukul 16.00 WIB di Showroom Batik Larissa

Wawancara dengan Pengusaha Batik Dannis Art Bapak H. Kamaludin, pada

tanggal 31 November 2018, Pukul 11.00 WIB di Showroom Batik

DannisArt

**Internet**

- <http://kotakreatif.blogspot.co.id/2013/06/kampoeng-batik-pesindon.html>
- <http://natalianovi95.wordpress.com>, diakses tanggal 5 Januari 2016.
- Agustianto. 2017. *Manajemen Perusahaan Islami Perspektif Manajemen Strategis*, <http://agustianto.niriah.com>, diakses tanggal 16 November 2017.



Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**



## LAMPIRAN GAMBAR



Tampak Depan Kampoeng Wisata Batik Pesindon  
Kota Pekalongan



Wawancara dengan karyawan batik



Wawancara dengan pengusaha batik



Showroom Batik Larissa



Showroom Batik Larissa



Showroom Batik Feno



Showroom Batik Feno



Showroom Batik Dannis Art



Showroom Batik Dannis Art



Showroom Batik Dannis Art





Showroom Batik Dannis Art



Jalan Kampong Wisata Batik Pesindon Kota Pekalongan



Jalan menuju Showroom Batik Feno



Proses Mambatik Pewarnaan



Proses membuat batik tulis



Proses pembuatan pola batik

## RIWAYAT HIDUP

Nama : ILAH RIZQI

Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 20 Juli 1996

Alamat : Jalan Hayam Wuruk Pesindon Gang 3B No 30 Rt/Rw 01/01  
Kelurahan Bendan Kergon Kecamatan Pekalongan Barat Kota  
Pekalongan 51119

Kontak : WA 085646666746  
Telp 085225510123

Email : ilahrizqi@yahoo.co.id

Pendidikan :

1. MAN 02 Pekalongan Lulus Tahun 2014
2. SMP Salafiyah Pekalongan Lulus Tahun 2011
3. SD Islam Kauman Pekalongan Lulus Tahun 2008
4. TK ABA Pesindon 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 : **ILAH RIZQI**  
NIM : **2013114096**  
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 (.....)

**“STRATEGI PERSAINGAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS  
ISLAMI (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA BATIK DI KAMPOENG WISATA  
BATIK PESINDON KOTA PEKALONGAN)”**

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

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

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



**ILAH RIZQI**  
**NIM : 2013114096**

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



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Budi Subekti  
Jabatan : Ketua Paguyuban Kampoeng Wisata Batik  
Pesindon Kota Pekalongan

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : ILAH RIZQI  
Tempat & Tanggal Lahir : Pekalongan, 20 Juli 1996  
NIM : 2013114096  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah melaksanakan penelitian di showroom batik kami tanggal dalam rangka menyusun skripsi dengan judul :

**“STRATEGI PERSAINGAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS  
ISLAMI (Studi Kasus Pada Pengusaha Batik di Kampoeng Wisata Batik  
Pesindon Kota Pekalongan)”**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 5 Agustus 2018

Ketua Paguyuban KAWBP Kota Pekalongan

KAMPOENG WISATA BATIK

Pesindon  
PEKALONGAN

  
Ahmad Budi Subekti