

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis (*Business*) tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan, aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis atau *Businessman* itu sendiri.¹ Dalam konteks yang lebih sempit, masyarakat awam seringkali menghubungkan bisnis dengan usaha, perusahaan atau suatu organisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa, sedangkan *businessman* dikaitkan dengan pedagang, pengusaha, usahawan, atau orang yang berkeja dalam bisnis.²

Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Menurut Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang – barang dan jasa – jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberikan manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.³

¹ M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 1

² *Ibid.*

³ M.I.Yusanto dan M.K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), hlm. 15

Islam merupakan agama yang diturunkan oleh Allah SWT kepada nabi Muhammad SAW sebagai pedoman hidup seluruh umat manusia. Islam juga merupakan agama yang membawa keselamatan hidup di dunia dan hingga diakhirat nanti. Islam mengatur semua aktivitas manusia termasuk dalam kegiatan berbisnis seperti halal dan haram, baik dan buruk serta yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan. Meskipun begitu Islam juga menganjurkan umatnya untuk berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi, dan konsumsi. Sebagaimana firman Allah SWT dalam al – Qur’an :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.”(QS. Al – Jumu’ah [62]: 10)⁴

Dalam ayat diatas dapat dijelaskan bahwa apabila shalat wajib telah dilaksanakan diawal waktu, maka kita sebagai umat muslim dapat kembali melakukan aktivitas bekerja dan berbisnis serta mencari rezeki yang halal, berkah dan melimpah sehingga ada keseimbangan antara kehidupan di dunia dan kehidupan di akhirat. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan

⁴ Tim Al-Hira Technologies, *Mushaf Qur'an Al-Mubarak Audio Digital Al Qur'an*, (Bandung : Al-Hira, 2012), hlm. 554

bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rezeki.⁵

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam melaksanakan bisnis tersebut, yakni Al-Qur'an dan sunnah Nabi. sebagai sumber ajaran islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu.⁶ Menurut pandangan islam, ada empat landasan dalam mengembangkan kegiatan bisnis, yaitu kebenaran, kejujuran, keterbukaan, dan keahlian sebagaimana perilaku Rasulullah dalam berbisnis yakni mengedepankan nilai-nilai kejujuran (sidiq), memegang amanah (amanah), menyampaikan (tabligh), dan memiliki kecerdasan (fatonah).⁷

Kegiatan bisnis dalam konsep Islami tidak hanya dalam hal memperoleh keuntungan materi, melainkan sebagai media ibadah guna mendapatkan tiket menuju kebahagiaan abadi diakhirta kelak. Bisnis dalam Islam mengutamakan keuntugan dan masimalisasi masalah. Al-Syaibani sebagai pakar pemikir ekonomi Islam mendefinisikan kerja sebagai mencari perolehan harta melalui berbagai cara yang halal. Al-Syaibani juga menyatakan

⁵ M.I.Yusanto dan M.K. Widjajakusuma, *Menggagas...*,(Jakarta : Gema Insani Press, 2002), hlm. 17

⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta : Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 7

⁷ M.I. Fasa, dkk, *Eksistensi Bisnis Islami di Era Revolusi Industri 4.0*, (Bandung : Widina Bhakti Persada, 2020), hlm. 5

bahwa bekerja merupakan ajaran para rasul terdahulu dan kaum muslimin diperintahkan untuk meneladani cara hidup mereka.⁸

Perkembangan perekonomian dunia begitu pesat dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Kebutuhan meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk yang begitu pesat setiap tahun nya sehingga semakin ketat juga persaingan dalam berbisnis. Selain kebutuhan manusia yang meningkat begitu pesat, persaingan dalam dunia berbisnis pun semakin ketat.

Ditengah semakin pesatnya perkembangan dunia berbisnis, pergerakan ekonomi mengalami penurunan akibat kemunculan covid-19 pada awal tahun 2020, yang memberikan dampak langsung terhadap perputaran perekonomian khususnya bagi para pengusaha. WHO (*World Healty Organization*) menyatakan bahwa virus yang muncul pertama kali di negara china ini ditetapkan sebagai pandemi. *International Monetary Fund* mencatat bahwa ekonomi global akan berapa pada tingkat minus 2% sebagai akibat dari adanya pandemi Covid-19 yang menjadi wabah diseluruh Dunia yang menyebabkan kontraksi perekonomian Dunia mencapai titik minus, dengan angka sebelum adanya pandemi Covid-19 mencapai 2,9%.⁹

Dampak dari Covid-19 yang semakin tinggi terutama sektor perokonomian menyebabkan pemerintah memberlakukan kebijakan baru yaitu pelonggaran PSBB atau disebut juga new normal. Hal tersebut membuat para

⁸ *Ibid.*, hlm. 5-6

⁹ F.N. Azizah, dkk, *Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal*, (Surabaya : *Journal of Economics*, 2020), Vol. 5, No. 1, hlm. 48-49

pengusaha atau wirausahawan membutuhkan strategi pengembangan usaha baru untuk tetap bertahan dengan kondisi penurunan perekonomian. Pengembangan usaha itu sendiri bertujuan untuk mempertahankan usaha supaya tetap produktif dan menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang.

Dalam pengembangan usaha terdapat dua jenis yaitu pengembangan usaha secara vertikal dan pengembangan usaha secara horizontal.¹⁰ Pengembangan secara vertikal yaitu pengembangan usaha dengan cara mengembangkan inti dari bisnis sedangkan pengembangan secara horizontal merupakan pengembangan yang tidak linear dengan inti bisnis, namun dapat memperkuat inti bisnis tersebut. Banyak hambatan-hambatan yang dilalui ketika sedang mengembangkan usaha, seperti dari segi modal, tenaga kerja, bahan baku, dan lain-lain. Namun hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi apabila diketahui cara mengembangkan usaha tersebut juga menerapkan strategi pengembangan usaha dengan baik. Pengembangan usaha juga dilakukan dengan sungguh-sungguh karena jika tidak melakukannya dengan baik dalam melaksanakan pengembangan usaha maka akan berdampak dengan bangkrutnya usaha yang dijalani.¹¹

Strategi merupakan sebuah cara yang harus dilakukan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai. Dalam bisnis, strategi pengembangan usaha dilakukan untuk meningkatkan kegiatan usaha, atau untuk meningkatkan jumlah usaha.¹² Strategi pengembangan usaha adalah memilih dan

¹⁰ Karyoto, *Proses Pengembangan Usaha*, (Bandung, 202), hlm. 25

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*, hlm. 35

menganalisis pasar yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran usaha yang cocok dan dapat memuaskan sasaran pasar tersebut. Dunia usaha diibaratkan dengan suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditas yang sama sehingga perlu sekali diciptakan strategi pengembangan usaha agar dapat memenangkan peperangan tersebut.¹³

Strategi pengembangan usaha tidak hanya dilihat dari modal saja namun juga dalam melaksanakan pengembangan usaha diperlukan beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu aspek penjualan, aspek manajemen dan aspek strategi. Selain itu strategi pengembangan usaha juga harus dilakukan dari segi produk, sistem penjualan, integritas dan juga sinergisme. Pengembangan usaha juga merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (*Marketing plan*) maka dari itu para pelaku usaha perlu membuat atau memperhatikan *marketing plan* terlebih dahulu sebelum melaksanakan pengembangan usahanya.

Pengembangan usaha merupakan sebuah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausahawan yang membutuhkan motivasi dan kreativitas. Tapi tidak semua bentuk usaha yang sudah berkembang bisa meningkatkan perekonomian pengusaha atau wirausahawan tersebut, karena perlu menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik agar nantinya perekonomiannya dapat tercukupi tanpa adanya kekurangan dan perlu diaplikasikan pratek usaha yang baik sesuai dengan ketentuan syariat islam.

¹³ Idris, *Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, (Jakarta : Prenada Group, 2015), hlm. 278

Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹⁴

Sedangkan strategi pengembangan usaha dalam perspektif islam meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqah.¹⁵ Selain lima sikap utama dalam pengembangan bisnis harus memperhatikan prinsip – prinsip mengenai pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur bahaya, ketidakjelasan dan merugakan atau tidak adil. Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha berdasarkan prinsip syariah diantaranya pilih bisnis yang paling dikuasai, perkuat ketakwaan dan kesabaran dan berbuat baik.

Kota Tasikmalaya terletak di Priangan Timur wilayah Provinsi Jawa Barat yang memiliki beberapa sentral produksi *home* industri diantaranya: *home* industri Bordir di kecamatan Kawalu, *home* industri Kelom Geulis di kecamatan Tamansari, *home* industri Sandal di kecamatan Mangkubumi, *home* industri Tikar di kecamatan Purbaratu dan *home* industri Batik di kecamatan Cipedes.

¹⁴Lenda Surepi, Azwar Rahmat dan Resi Julita, *Peranan Administrasi Bisnis Dalam Strategi Pengembangan Usaha*, (Bengkulu : Jurnal Aghinya Stiestu Bengkulu, 2021), Vol. 4, No.1, hlm. 4

¹⁵ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha...*, hlm. 30

Batik merupakan sebuah produk yang sering dihubungkan dengan *Fashion* karena kain batik sendiri dapat dimanfaatkan sebagai bahan pakaian. Batik memiliki keistimewaan tersendiri, salah satunya yaitu batik khas Tasikmalaya. Dalam pakaian batik Tasikmalaya terdapat tingginya nilai, pesan moral dan sosial yang terkandung pada batik tersebut. Sekitar tahun 1930 untuk mempertahankan karya seni batik para tokoh dan pengrajin di Tasikmalaya berembuk untuk menggagas mendirikan sebuah koperasi yang dinamai dengan Koperasi Mitra Batik, hingga sekarang perkembangan batik khas Tasikmalaya yang merupakan perpaduan antara corak batik dari Pekalongan, Tegal, Banyumas dan Kudus mengalami perkembangan yang signifikan.

Sentra batik kota Tasikmalaya berada di kelurahan Nagarasari kecamatan Cipedes. Di kawasan tersebut dikenal sebagai kawasan kampung batik karena sebagian besar masyarakatnya merupakan pengrajin batik. Salah satu perusahaan besar batik di kawasan kampung batik ini yaitu Batik Deden. Batik Deden merupakan pionir bagi sektor perindustrian batik Kota Tasikmalaya karena batik Deden merupakan industri batik tertua di kawasan tersebut. Pada awal usaha batik Deden merupakan warisan turun temurun dari nenek moyang yang berdiri sejak tahun 1945 dengan nama *brand* Asep batik. Tahun 2000 *brand* perusahaan batik tersebut di ganti menjadi Deden batik, yang dipimpin oleh bapak H. Deden.

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada salah satu karyawan yang dipercayai oleh perusahaan. Pada 3 tahun kebelakang omzet perusahaan batik deden bisa mencapai \pm 12 milyar. Omzet tersebut didapat dari hasil penjualan

20 ribu hingga 15 ribu kain perpotong setiap bulannya. Dengan kisaran harga 60 ribu hingga 100 ribu rupiah. Setiap tahunnya penjualan perusahaan batik deden selalu mengalami naik turun dalam segi penjualannya sehingga ini dapat berpengaruh terhadap omzet yang didapat.

Lalu pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis yaitu menjadi 12 ribu hingga 10 ribu kain batik per potong sehingga pada tahun 2020 hingga 2021 perusahaan hanya mendapat omzet sebesar \pm 5 milyar. Berikut diagram Omzet 5 tahun terakhir Batik Deden :



Gambar 1.1
Omzet Batik Deden tahun 2017 – 2021

Sumber : Hasil Wawancara Salah Satu Karyawan Batik Deden

Menurut karyawan batik deden penjualan seperti itu mungkin saja terjadi dikarenakan banyaknya *home* industri batik di wilayah Cigeureung sehingga banyak juga pesaing-pesaing yang memproduksi batik dengan harga yang relatif lebih rendah dari Batik Deden. Berikut data Pesaing Batik Deden :

Tabel 1.1
Data Pesaing Batik Deden

No	Nama Perusahaan	Kelurahan	Kecamatan	Kota
1	Galeri Batik Deden 1	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
2	Galeri Batik Deden 2	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
3	Galeri Batik Deden 4	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
4	Agus Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
5	Annisa Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
6	Batik Agnesa Putera	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
7	Batik Denok	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
8	Batik Elang Mas	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
9	Batik Nizar (Kiom)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
10	Batik Putri Kembar	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
11	Batik Tulis (Pendi)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
12	Batik Tulis (Salman)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
13	Galeri Mitra Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
14	Galeri Nagasiharia Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
15	Industri Batik (Maman	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
16	Industri Batik (Iing)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
17	Industri Batik (Maman)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
18	Industri Batik (Yaya)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
19	Industri Batik Tulis	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
20	Industri Batik (Sofandi)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
21	Mekar Jaya Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
22	Mekar Jaya Batik (Tedi	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
23	Nanda Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
24	Pabrik Batik (Encu)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
25	Pabrik Batik (Ade)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
26	Pabrik Batik (Daik)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
27	Produksi Batik (Rinda)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
28	Rafaic Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
29	Rizqi Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
30	Rumah Batik Jigi Irni	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya

Sumber : Data Jumlah Industri Batik¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan *home* industri Batik Deden selain dari menurun nya omzet yang terjadi pada tahun 2019 – 2021 para pengrajin atau pengusaha batik terutama batik deden mengalami sulitnya mendapatkan bahan baku serta memiliki kendala cuaca. Menurut karyawan

¹⁶ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Daftar Perusahaan Industri Batik*, [https://intranet.batik.go.id/file_lampiran/informasipublik/Data Industri Batik, Ekspor dan Impor .pdf](https://intranet.batik.go.id/file_lampiran/informasipublik/Data%20Industri%20Batik,%20Ekspor%20dan%20Impor.pdf) , Diakses pada tanggal 05/07/2022 pukul 12:30

home industri Batik Deden bahan baku pada 3 tahun terakhir sulit didapat karena terbatasnya pemasok sehingga dapat berdampak pada harga bahan baku yang terus meningkat dan berkurangnya jumlah produksi. Sedangkan dari segi cuaca juga berpengaruh terhadap proses pembuatan produksi karena dapat mempengaruhi kualitas produk batik. Kualitas produk merupakan karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.¹⁷ Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen yaitu kualitas produk dan jasa yang tertinggi.

Dari permasalahan tersebut penulis tertarik untuk mengangkat topik ini dalam bentuk penelitian dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK DEDEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF BISNIS ISLAM”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka yang jadi fokus penulis dari penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan usaha Batik Deden ditinjau dari perspektif bisnis Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh perusahaan Batik Deden jika ditinjau dari perspektif bisnis Islam.

¹⁷ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan : Golbal Research And Consulting Institute, 2017), hlm. 37 – 38

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak diantaranya :

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan untuk para peneliti berikutnya terutama yang objek penelitian yang mirip dengan peneliti ini.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan atau meningkatkan strategi pengembangan usahanya seperti meningkatkan kualitas produksi, menambah platform untuk media pemasaran dan meningkatkan loyalitas terhadap konsumen.