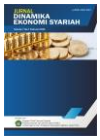
Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah
Vol 9, No.2, 2021, hlm. 129-138
http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index
ISSN-e 2715-7334 | ISSN-P 2654-3567



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PENGRAJIN BATU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Industri Kerajinan Batu PT. Bejo Panuntun Group Desa Kebonagung Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk)

Subekan[1], Khoirul Azasi[2], M. Wiji Purnomo[2]
[1]Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk

E-mail: subekanalarrfy@gmail.com

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha mandiri pengrajin batu di desa kebonagung kecamatan sawahan 2.Untuk mengetahui Tinjauan ekonomi islam terhadap pengembangan usaha mandiri dalam meningkatan pendapatan pengrajin batu di desa kebonagung kecamatan sawahan.

Metode Penelitian: hasil penelitian ini bersifat analisis-deskriptif dan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Kehadiran peneliti: pada peneltitian ini peneliti menjadi instrumen yang utama. Lokasi penelitian: penelitian ini dilakukan di Desa Kebonagung Kec. Sawahan Kab Nganjuk . Data dan sumber data: data pada penelitian ini dikumpulkan lewat instrumen pengumpulan data, observasi, wawancara maupun lewat data dokumentasi, dan sumber data dalam penelitian ini adalah: pemilik usaha pengajin batu PT. Bejo Panuntun Group. Metode pengumpulan data: pada penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara atau interview dan dokumentasi. Analisis data: dalam hal ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Pengecekan keabsahan data: dalam hal ini peneliti menggunakan cara observasi, trianggulasi, pengecekan anggota, diskusi teman sejawat dan ketercukupan referensi. Tahapan penelitian: dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa tahapan yaitu tahap pra-lapangan, tahap lapangan, tahap analisis data, tahap penulis laporan.

Hasil Penelitian: 1. Penerapan strategi pengembangan usaha pengajin batu di PT.Bejo Panuntun Group dalam menghadapi persaingan bisnis telah dilakukan beberapa strategi salah satunya strategi pemasaran,modifikasi dan inovasi 2. Analisis ekonomi Islam tentang strategi pengembangan usaha pengrajin batu di PT. Bejo Panuntun GroupJenis kerajinan batu kali tersebut termasuk kedalam barang halal untuk diperjual belikan, yang tidak memiliki keraguan pada umumnya.

This is an open access article under CC-BY-SA license.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Usaha, Batu, Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan ekonomi dan usaha pada saat ini dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat, persaingan yang semakin ketat ini menuntut para perilaku bisnis mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar.Kegiatan ekonomi seperti halnya produksi, distribusi, dan konsumsipun semakin berkembang.Sumber daya manusia, teknologi, dan mesin industripun semakin marak dijual belikan.Oleh sebab itu semakin bertambah tahun di dunia ini maka semakin maju dan berkembang pula perekonomian di dunia ini.

Untuk menghadapi suatu usaha yang semakin ketat, sekarang kita dituntut untuk dapat mengembangkan usahanya agar usaha dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik dimulai dari diri kita sendiri walupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut.[1]

Persaingan bisnis yang luar biasa bebasnya telah terjadi dalam sirkulasi kehidupan pada masa kekinian. Baik dalam ruang lingkup dunia bisnis secara makro, maupun ruang lingkup bisnis secara mikro. Kondisi yang demikian membuat para perusahaan dari seluruh penjuru dunia berpikir keras untuk tetap eksis dalam lingkarannya agar tidak tersingkir dari persaingan tersebut.

Namun, dalam pelaksanaanya masih banyak orang yang belum mengenali bisnis. Orang-orang hanya menganggap bahwa bisnis adalah kegiatan mencari untung, atau salah satu cara untuk menjadi pengusaha. Pengetahuan mereka masih dangkal terhadap bisnis. Untuk itulah penting bagi mereka untuk mengetahui apa itu sebenarnya bisnis dan hal-hal apa saja yang terdapat dalam kegiatan bisnis.

Salah satu yang tergolong dalam usaha mikro adalah usaha batu alam. Dimana usaha mikro pada umumnya merupakan pintu masuk yang relative mudah bagi orang-orang yang akan menjadi pengusaha pemula[2].Saat ini permintaan batu alam tampak semakin meningkat dari waktu ke waktu hal tersebut dikarenakan batu alammemiliki tekstur yang unik dan alami maka batu alam ini menjadi perhatian oleh orang banyak. Disamping itu juga, batu alam ini dapat memberi nilai keindahan dan kenyaman pada rumah atau tempat tinggal.

Kekayaan sumber daya batu alam banyak dimanfaatkan oleh beberapa daerah di Indonesia salah satunya di kabupaten Nganjuk menjadi sebuah usaha dengan skala mikro/kecil. Menurut Mubyarto (1985) Industri Kecil Menengah (IKM) ini adalah usaha keterampilan yang dihubungkan dengan suatu barang yang harus dikerjakan secara rajin dan teliti, yang biasanya lebih banyak menggunakan tangan dan dipasarkan untuk lokal.

Agar terciptanya permintaan yang stabil, perlu kiranya melakukan strategi yang matang dan tepat. Di antara strategi yang paling pas untuk usaha seperti batu alam adalah dengan melakukan bauran pemasaran.Ada empat komponen dalam bauran pemasaran, yaitu (1) berkaitan dengan produk, (2)berkaitan dengan harga, (3) berkaitan dengan tempat, dan (4) berkaitan denganinformasi.[3]

---

[1]Zuhrinal M. Nawawi, *Kewirausahaan Islam*, (Medan: Febi UIN-SII Press: 2015), hlm. 49
[2]Soetanto Hadinoto,*Kunci Sukses Bisnis Kredit Mikro*, (Jakarta: PT. Elex MediaKomputindo, 2005), hal. 6
[3]Assuri Sofjan,*Manajemen Pemasaran(Dasar, Konsep, dan Strategi)*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2013),h.140

Di samping itu, dari empat komponen tersebut merupakan faktor dominan yang menentukan sebuah perusahaan dapat bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Sehingga, apabila salahsatu komponen dari strategi pemasaran tersebut diabaikan, hal ini akan memberikanpengaruh yang signifikan terhadap perusahaan tersebut

Sedangkan strategi pemasaran dalam perspektif Islam pada prinsipnya strategi pemasaran merupakan suatu upaya yang dilakukan dalam memperoleh dan meningkatkan keuntungan (profit) yang ingin diraih. Untuk itu,selamastrategipemasaran yang digunakan tidak bertentangan dengan nash-nash syara', maka hal itu di perbolehkan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas maka peneliti merasa tertarik melakukan penelitian lapangan mengenai :"Strategi Pengembangan Usaha Mandiri dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batu ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam" dengan tujuan Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha mandiri pengrajin batu di desa kebonagung kecamatan sawahan, serta untuk mengetahui Tinjauan ekonomi islam terhadap pengembangan usaha mandiri dalam meningkatan pendapatan pengrajin batu di desa kebonagung kecamatan sawahan.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok.[4] Karena Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif maka hasil penelitian ini bersifat analisis-deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati terutama terkait dengan bagaimana strategi pengembangan perusahaan Pengajin batu di Desa Kebonagung dalam mengahadapi persaingan bisnis ditinjau dari ekonomi Islam

Data penelitian ini berdasarkan sumbernya dalam 2 jenis yakni data primer dan data sekunder. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pemilik PT.Bejo Panuntun Group dan Karyawan PT.Bejo Panuntun Group. Sedangkan sumber data sekunder merupakan data yang didapat atau dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang sudah ada,dalam artian peneliti sebagai tangan kedua.

Untuk metode pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan dalam menganalisis data ini, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, dimana teknik ini penulis gunakan untuk menggambarkan, menuturkan, melukiskan serta menguraikan data yang bersifat kualitatif yang telah penulis peroleh dari hasil metode pengumpulan data.[5] Adapun langkah yang digunakan peneliti dalam menganalisa data yang telah diperoleh dari berbagai sumber yaitu: Mencatat dan menelaah seluruh hasil data yang diperoleh dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian mengumpulkan, memilah-milah, membuat ikhtisar dan mengklasifikasikan data sesuai dengan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah ataun fokus penelitian. Seteah itu, dari data yang telah dikategorikan tersebut, kemudian peneliti berpikir untuk mencari makna, hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum terkait dengan fokus penelitian.[6]

HASIL DAN PEMBAHASAN

[4]Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books, 2014, 1.

[5] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010, 89.

[6]*Ibid*., 91.

A. Penerapan Strategi Pengembangan Usaha pengrajin batu Di PT Bejo Panuntun Group Dalam Meningkatkan Pendapatan

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan terhadap strategi pengembangan yang digunakan oleh perusahaan PT.Bejo Panuntun GroupNganjuk yang berada di Desa Kebonagung Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk di ketahui bahwa pelaku usaha pengrajin batu yang berada di desa tersebut menggunakan strategi pengembangan yaitu fokus strategi.

Menurut penuturan pelaku usaha pengrajin batu di desa kebonagung meskipun strategi pengembangan yang digunakan oleh pelaku pengrajin batu beragam misal strategi inovasi, pemasaran dengan media sosial dan pameran,dan sebagainya untuk bisa menawarkan produk-produk yang telah selesai di kerjakan dan siap untuk di pasarkan.

Semua proses yang dilakukan tersebut termasuk dalam focus strategi. Alasanya karena kombinasi strategi ini disamping mempehatikan keragaman jenis produk tetapi juga harus memperhatikan biaya produk dari pembuatan alat-alat dari batu itu sendiri.misal biaya alat untuk memodifikasi batu agar terlihat lebih menarik dan indah.karenanya pemilik sangat berhati-hati dengan alat bila salah, alat akan rusak dan biayapun tidak sedikit untuk memperbaiki alatnya.

Berikut penjelasan masing-masing strategi pemasaran yang digunakan oleh pengusaha pengrajin batu PT.Bejo Panuntun Group.[7]

a. Stategi pemasaan dalam hal menggunakan media sosial atau online

Pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, misalnya pemasaran dilakukan secara langsung, dan ataupun menggunakan media sosial (*facebook, instagram*, atau *website* yang berbayar). Sebelum adanya kemajuan dalam hal teknologi, pemilik hanya memasarkan produk batunya dengan cara *face to face*, memberikan contoh batu yang sudah di bentuk sedemikian rupa dengan berbagai model dan seni ke instansi-instansi tertentu, meninggalkan kartu nama, dan menjalin relasi dengan orang-orang.[8]

Dengan adanya hubungan komunikasi yang baik antara pemilik usaha batu tersebut dengan konsumen dapat membawa pengaruh besar terhadap keberhasilan suatu produk.[9]

Iklan di media sosial tidak memakan biaya yang mahal dan menjadi cara untuk mempromosikan bisnis serta mendistribusikan konten bisnis. Iklan ini juga menawarkan pilihan penargetan yang kuat sehingga Anda bisa mencapai audiens yang tepat.Misalnya, bila Anda menjalankan kampanye iklan di *LinkedIn*.

Anda bisa menciptakan segmen seperti lokasi, gender, dan usia. Bila menjalankan iklan Facebook, Anda bisa menargetkannya berdasarkan lokasi, demografi, minat, perilaku, dan koneksi.Anda juga bisa melacak dan mengukur performa iklan media sosial dalam real time.

Media sosial merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin berbagi informasi dan tempat untuk mencari teman baru serta berinteraksi dengan teman lainnya secara online. Media sosial yang berkembang sangat pesat di negara Indonesia ialah *Facebook*dan *Instagram*. Hal ini biasanya dilakukan melalui internet dan jaringan komunikasi mobile. Saat ini praktek pemasaran melalui sosial media sedang dinikmati oleh para eksekutif dan profesional untuk mempromosikan merk dan pemasaran.[10]

---

[7] Basoni, *Wawancara*, kebonagung, 20 agustus 2020.

[8] Hanifah Asmawati, *Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisi SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah Di Samarinda*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 1, 2018, 87.

Hanifah Asmawati, *Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisi SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah Di Samarinda*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 1, 2018..

[10] Basoni, *Wawancara*, Kebonagung, 20 Agustus 2020.

b. Strategi pemasaran dalam hal inovasi motif

Inovasi yang digunakan yaitu berupa ide-ide dalammengembangkan ukuran, ukiran dan model dari batu alam atau batu kali, yang gunanya untuk meningkatkan, danmempertahankan kegiatan usaha yang berkesinambunganserta memasarkan khas kotaNganjuk (khususnya batu kali).

Khusus produk dengan bentuk ukiran, PT. Bejo Panuntun Group memproduksi dengan melihat jenis dan karakteristik batunya. Batu kali yang mempunyai tekstur halus dankasar, hasil inovasinya hanya ukuran, bentuk dan model saja,karena dari sifat batunya hanya itu saja yang bisa diinovasi,jika terlalu banyak dimodel maka batu tersebut akan pecahdan akan merugikan perusahaan.

Selanjutnya batu alam yangdihasilkan PT. Bejo Panuntun Group adalah batu denganbentuk dan ukuran, biasanya tertuju pada batu alam jenisbatu piring, andesit, murmer dan candi. Macam batu tersebutdapat diinovasi dengan berbagai model, bentuk dan ukuransesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.Karenamemiliki tekstur yang halus dan mudah dibentuk sesuaiukuran bangunan. Seringkali digunakan untuk dinding,pagar, taman dan hiasan lainnya.[11]

Menurut teori tentang kegiatan produksi yang dapat dijabarkan:input-proses-output, maka perusahaan telah berinovasi dan mengembangkan aspek-aspek yang mendukung kelancaran inovasi produk, diantaranya: pada sisi input, pada awalnya perusahaan berinovasi dengan menambah karyawan guna menambang bahan baku kegumuk, mengambil bahan baku langsung kesungai, dan perusahaan mempunyai inisiatif untuk membeli bahan baku dengan cara menyewa dengan menggunakan dana perusahaan agar padaproses input perusahaan mendapatkan bahan baku dengan mudah.

Bahan baku yang sudah ditambang, maka dibawa ke perusahaan dengan menggunakan alat transportasi "truck" dari perusahaan. Selanjutnya padaprosesnya perusahaan telah menciptakan keunikan dengan menghemat sumber dana perusahaan dengancara menciptakan mesin dan peralatan produksi batu alam, yang menggunakan tenaga tradisional dan listrik.

Pada metode tradisional, pada saat bahan baku datang, maka para karyawan mengolah bahan baku tersebut dengan cara mencuci, memecah dengan menggunakan peralatan palu dan martil proses selanjutnya dipotong dan dihaluskan menggunakan mesinyang bertenaga listrik. Sehingga proses terakhir pada output menghasilkan barang yang berkualitas dengan olahan tradisional yang mempunyai kualitas yang bagus.

Pemilik pengrajin batu juga aspek keadilan dalam jual beli produk kepada konsumenya.pengrajin juga memberikan harga tersendiri harga terjadi atas dasar tawar menawar dan juga pertimbangan berbagai hal.

c. Strategi dalam hal pemasaran menggikuti pameran

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan PT. Bejo Panuntun Grup dengan cara memberikan harga spesial kepada para pelanggannya, selain itu PT. Bejo Panuntun Group juga sering mengikuti pasar murah dan pameran di sekitar daerah Nganjuk dan sekitarnya yang memberikan harga murah kepada masyarakat dan menggunakan jasa sales untuk menawarkan dan memberikan informasi kepada masyarakat.

Hal ini sudah cukup efektif, hanya saja PT. Bejo Panuntun Group perlu juga memberikan harga spesial untuk pelanggan baru walaupun tidak sama dengan harga yang diberikan kepada pelanggan lama. Selain itu promosi penjualan yang dilakukan terus menerus akan berakibat timbulnya asumsi masyarakat bahwa kualitas Pengrajin batu

[11] Basoni, *Wawancara*, Kebonagung, 20 Agustus 2020.

memiliki kualitas yang kurang baik. Selain itu konsumen juga cenderung hanya akan melakukan pembelian pada saat sedang ada harga saja.[12]

B. Analisis Ekonomi Islam Pada Penerapan Strategi Pengembangan Usaha Mandiri Pengrajin Batu di PT. Bejo Panuntun Group

Berdasarkan observasi yang dilakukan diUsaha Mandiri Pengrajin Batu di PT. Bejo Panuntun Group, terlihat beberapa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pedagang. Adapun strategi yang diteliti diantaranya adalah 4 variabel bauran pemasaran :

1. Produk

Di PT. Bejo Panuntun Groupterdapat pengrajin yang menjual berbagai macam jenis kerajina batu kali. Diantaranya adalah cobek, mangkon batu, batu nisan, meja, kursi batu, dan ukiran nama. Jenis kerajinan batu kali tersebut termasuk kedalam barang halal untuk diperjual belikan, yang tidak memiliki keraguan pada umumnya. Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 3 yang menyatakan bahwa tidak boleh menjual barang yang tidak halal, yaitu :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيْرِ وَمَآ اُهِلَّ لِغَيْرِ اللّٰهِ بِهٖ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوْذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيْحَةُ وَمَآ اَكَلَ السَّبُعُ اِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَاَنْ تَسْتَقْسِمُوْا بِالْاَزْلَامِ ۗ ذٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ اَلْيَوْمَ يَىِٕسَ الَّذِيْنَ كَفَرُوْا مِنْ دِيْنِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ ۗ اَلْيَوْمَ اَكْمَلْتُ لَكُمْ دِيْنَكُمْ وَاَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِيْ وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْاِسْلَامَ دِيْنًا ۗ فَمَنِ اضْطُرَّ فِيْ مَخْمَصَةٍ غَيْرَ مُتَجَانِفٍ لِّاِثْمٍ فَاِنَّ اللّٰهَ غَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ

Artinya :*"diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk dan yang diterkam oleh binatang buas, kecuali yang sempat kau sembelih. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah). (karena)itu suatu perbuatan fasik. Ada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan agamamu, sebab itu kamu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku.Ada hari ini telah aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah aku ridhoi Islam sebagai agamamu.Tetapi barang siapa terpaksa karena lapar bukan karena ingin berbuat dosa.Maka sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang".*(QS. Al-Maidah:3)[13]

Sebagian besar pengrajin sudah melakukan strategi pemasaran dalam aspek produk seperti yang seharusnya, yaitu tidak menjual barang yang dinilai haram untuk diperjual belikan.Adapun produk yang dijual memiliki harga yang bervariasi.[14]

2. Harga

Harga merupakan salah satu hal yang sensitive dalam sebuah bisnis. Umumnya, konsumen akan menjadikan harga sebagai patokan untuk membandingkan pengrajin A dengan pengrajin B. Sehingga, penting untuk pengrajin batu kali menentukan harga yang baik, karena harga akan berpengaruh terhadap penjualan. Jangan sampai pengrajin salah menentukan harga yang membuat konsumen menjadi tidak tertarik untuk membeli kerajinan tersebut.[15]

[12] Basoni, *Wawancara*, Kebonagung, 20 Agustuus 2020.
[13] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* Tangerang: PT. Kalim, 2011.
[14]Khoirul Azasi, *Hasil Analisa*, Kebonagung 15 Agusus 2020.
[15] Khoirul Azasi, *Observasi*, Kebonagung, 15 Agustus 2020.

Harga di PT. Bejo Panuntun Group memiliki kisaran yang lebih rendah dibandingkan dengan harga yang ada di pengrajin lainnya. Apabila di pengrajin lain harga batu nisan adalah Rp.150.000,-/pasang nya, maka di PT. Bejo Panuntun Grouphanya Rp. 100.000,-.[16]

Pengrajin PT. Bejo Panuntun Groupmenerapkan harga sesuai standard yang hampir sama diantara pengrajin yang lain. Kisaran harga yang ditawarkan hampir sama antar pengrajin meski ada beberapa pengrajin yang mengambil kisaran harga lebih tinggi, pada pengrajin Bapak Basoni mengambil laba pada penjualan kerajinan batu kali sebesar Rp. 30.000 sampai 50.000,-/itemnya.[17] Penentuan harga ini hampir sama dengan seluruh pengrajin yang ada di sekitan wilayah Nganjuk. Adapun secara *teoritis*, penentuan harga bisa didasarkan pada 3 hal: Untuk bertahan hidup, Memaksimalkan laba, dan adanya pesaing[18]

Sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah sebagai pelopor bisnis yang bernilai syari'ah.Harga yang ditawarkan dan pengambilan laba tidak boleh melebihi batas wajar. Karena dalam ketentuan syariat, tidak ada batasan keuntungan yang ingin diperoleh.Boleh saja mengambil keuntungan 10% atau 20%, asalkan tidak ada unsur penipuan dalam jual belinya.

Adapun jika harus dinaikkan harga, para pedagang mengaku bahwa kenaikan harga yang sangat signifikan biasanya dikarenakan minimnya stok sayuran.Keadaan ini memungkinkan pedagang harus menaikkan harga untuk tetap bisa melanjutkan aktifitas jual beli.Meskipun keadaan ini berimbas kepada daya beli pembeli yang terkadang menurun.Strategi yang dipakai para pengrajin, melihat kondisi pasar.Apabila jenis kerajinan batu kali yang diharapkan mudah didapatkan, biasanya harga bisa menyesuaikan dengan indikasi harga lebih murah. Sebaliknya, apabila kerajinan langka dan rumit dari cara buatnya, harga bisa diindikasikan akan naik lebih dari harga semula.

Faktor-faktor lain yang menjadikan alasan pengrajin menaikkan harga kerajinan batu kali adalah karena cuaca yang mempengaruhi alam sekitar sehingga jika musim yang tidak sesuai maka akan meminimalisir hasil kualitas dari bahan baku dan harganya pun bisa naik.

Berikut merupakan dalil tentang murah dan mahalnya harga yang terjadi di pasar adalah bagian dari kehendak Allah SWT.

Dari sahabat Anas, menuturkan, *"para sahabat mengeluh kepada Rasulullah SAW, dan mereka berkata, 'Wahai Rasulullah, sesungguhnya harga barang kebutuhan sekarang ini begitu mahal. Alangkah baiknya bila Anda membuat menentukan harga'.Menanggapi permintaan sahabatnya ini, Rasulullah bersabda 'Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, serta mengencangkan, melapangkan, dan memberi rezeki.Dan sesungguhnya, aku berharap untuk menghadap Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku karena suatu kezaliman, baik dalam urusan darah (jiwa) atau pun harta."*(HR. Abu Daud; oleh Al-Albani dinyatakan sebagai hadits sahih).

Berdasarkan hadits ini, para ulama menyatakan, bahwa harga yang berlaku dipasaran sudah seharusnya dibiarkan berlaku selaras dengan dinamika pasar, berbanding lurus dengan penawaran dan permintaan.Tidak sepantasnya bagi siapapun untuk merekayasa harga yang berlaku. Bila barang banyak, sedangkan permintaan sedikit, secara otomatis harga akan turun, dan sebaliknya juga demikian.[19]

3. Promosi

[16] Basoni, *Wawancara*, Kebonagung 20 Agustus 2020.
[17] *Ibid*.
[18] *Ibid*., 20 Juli 2020.
[19] https://pengusahamuslim.com, diakses pada tanggal 14 Agustus 2020 pukul 11.25.

Promosi merupakan ujung tombak untuk memperkenalkan suatu produk atau jenis kerajinan batu kaliapa saja yang kita jual kepada masyarakat. Dengan strategi pemasaran yang baik, maka diharapkan penjualan juga akan meningkat.

Strategi pemasaran lainnya dapat diamati pada cara menawarkan barang kepada konsumen. Sebagian pengarajin yang menjadi obyek kajian penelitian ini tidak terlalu melakukan aktifitas promosi sebagaimana yang terjadi di pengrajin lain. Promosi dalam ini berkaitan dengan pemberian informasi yang sesuai dengan keadaan produknya.Promosi yang dilakukan oleh pengrajin di PT. Bejo Panuntun Group tidak menggunakan jasa agen sales, penggunaan iklan yang biasa digunakan untuk kegiatan promosi.

Promosi yang dilakukan oleh pengrajin batu kali diPT. Bejo Panuntun Group penjual lebih mendekatkan diri atau akrab kepada pembeli, memberikan potongan harga untuk konsumen yang sudah berlangganan dan menganggap pembeli sebagai anggota kelurganya sendiri.

Adapun dalam sebuah hadits Rasulullah SAW bersabda "*Dari Abi Sa'id al-Khudri berkata, Rasulullah SAW bersabda: sesungguhnya jual beli itu didasarkan atassaling meridai (suka sama suka)*". (HR. Baihaqi dan Ibnu Maajah).

Berdasarakan pada konsep-konsep tersebut di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa terkait dengan harga dalam ketentuan diskon harga merupakan nilai uang yang seseorang butuhkan untuk memperoleh sejumlah produk dan pelayanan sedangkan penetapan harga suatu produk atau jasa berdasarkan atau tergantung dari suatu transaksi tersebut diperbolehkan apabila tidak menyebabkan kemudhaharatan dari kedua belah pihak dan semua transaksi adalah halal yang tidak bisa dibatalkan kecuali dengan dalil yang benar.

Dari hadits di atas menunjukkan bahwa semua bentuk transaksi yang dilaksanakan berdasarkan rasa suka sama suka maka itu diperbolehkan selagi tidak terdapat larangan dari Allah dan Rosul-Nya, namun jika bertentangan dengan larangan dari Allah dan Rosul-Nya. Untuk melindungi hak-hak dan kepentingan masyarakat yang umumnya dituangkan dalam bentuk hukum formal bertujuan untuk mewujudkan sasaran dan tujuan yang hendak dicapai dalam pembangunanekonomi..

Bagi pengarajin batu kali di PT. Bejo Panuntun Group yang mempunyai jalan sendirisebaiknya juga melayani pembeli perorangan yang diambil langsung di tempat produksi.

4. Tempat

Tempat seringkali yang pertama mendapatkan perhatian dari para calon pembeli khususnya para calon pembeli yang ada PT. Bejo Panuntun Group. Beberapa pembeli sebagian memang tidak memperdulikan itu, akan tetapi sebaiknya para pengrajin harus lebih memperhatikan. Karena itu adalah salah satu faktor kenyamanan.

PT. Bejo Panuntun Group, memang beberapa tempat masih jauh dari kata bersih dan nyaman. Bau menyengat dari saluran air atau drainase yang belum di perbaiki, mengganggu aktifitas para pengrajin dan konsumen yang akan membeli.

Begitu juga dengan penataan kerajinan yang diperdagangkan.Menata jenis kerajinan sesuai dengan tempatnya, jangan dijadikan satu dengan jenis kerajinan lainnya. Karena itu akan menjadikan pembeli merasa kesulitan untuk memilih kerajinan batu kali yang mereka butuhkan.

SIMPULAN

Strategi merupakan salah satu faktor penentu dalam membentuk keunggulan bisnis. Strategilah yang akan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah proses bisnis. Karena strategi merupakan cara mencapai tujuan yang harus diikuti setiap bagian alam suatu usaha.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menujukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.

Penerapan strategi pengembangan usaha pengrajin batu PT. Bejo Panuntun Group di Kabupaten Nganjuk dalam menghadapi persaingan bisnis adalah Stategi pemasaan dalam hal menggunakan media sosial atau online, Strategi pemasaran dalam hal inovasi motif, dan Strategi dalam hal pemasaran menggikuti pameran.

Berdasarkan analisis ekonomi Islam tentang strategi pengembangan usaha pengrajin batu di Kabupaten Nganjuk dalam menghadapi persaingan bisnis diantaranya adalah Sebagian besar pengrajin sudah melakukan strategi pemasaran dalam aspek produk seperti yang seharusnya, yaitu tidak menjual barang yang dinilai haram untuk diperjual belikan. Adapun produk yang dijual memiliki harga yang bervariasi. Kemudian, pengrajin PT. Bejo Panuntun Group menerapkan harga sesuai standard yang hampir sama diantara pengrajin yang lain. Kisaran harga yang ditawarkan hampir sama antar pengrajin meski ada beberapa pengrajin yang mengambil kisaran harga lebih tinggi, pada pengrajin Bapak Basoni mengambil laba pada penjualan kerajinan batu kali. Serta, Promosi yang dilakukan oleh pengrajin batu kali diPT. Bejo Panuntun Group penjual lebih mendekatkan diri atau akrab kepada pembeli, memberikan potongan harga untuk konsumen yang sudah berlangganan dan menganggap pembeli sebagai anggota kelurganya sendiri, dan itu di perbolehkan dalam islam.

DAFTAR RUJUKAN

Sumber buku:

Alfabeta, 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif,* Bandung.

Alfabeta, 2011. *Busines Ethics*, Bandung.

Balai Pustaka, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta.

Budiarta, Kustoro, 2010. *Pengantar Bisnis*, Jakarta.

Bumi Aksara, 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta.

Caps, 2012. *Bugeting Perusahaan (Teori, Kasus, dan Soal Latihan)*, Yogyakarta.

CV Budi Utama, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.

CV Sah Meda, 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran,* Makassar.

Grasindo, 2016. *Mengembangkan Kompetensi Etis di Lingkungan Kita,* Jakarta.

IAIN Purwokerto, 2015. *Manajemen Pemasaran Industri Kreatif Kain Lukis Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi kasus di Industri Kain Lukis Nasrafa Surakarta)*, Purwokerto.

IAIN Purwokerto, 2015. *Manajemen Produk Batik dalam Prespektif Ekonomi Islam*, Purwokerto.

Kencana, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan.* Jakarta.

Kencana Prenadamedia Group, 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam perspektif Maqashid al-Syari'ah,* Jakarta.

Mandar Maju, 2010. *Manajemen Strategik*, Bandung.

Mitra Wacana Media, 2011. *Manajemen Strategi*, Ed ke-11, Salemba Empat, Jakarta.

PT Cahaya Insani Suci, 2013. *The Ernst & Young Business Plan, penerjemah Irma Andriani*, , Jakarta.

PT Gramedia Pustaka Utama, 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan.* Jakarta.
Pedagogia, 2012. *Pengembangan Media Pembeajaran*, Yogyakarta.
Rineka Cipta, 2011. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, Jakarta.
Rajawali Pers, 2013. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta.

Sumber Jurnal dan Web Site:

Amalia, Alfi. Hidayat, Wahyu. dan Budianto, Agung. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batik Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi, Semarang, 2012.
Asmawati, Hanifah. *Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisi SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah Di Samarinda*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 1, 2018.
Dess, Gregory G. and Lumpkin, G. T. *Strategic Management: Creating Competitive Advantage* , McGraw Hill-Irwin, Boston, 2013.
Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Nganjuk, *Data Sentra Batik di Nganjuk*, Slide Presentrasi, Nganjuk, 2018.
Febrina, Ezmia. *"Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha",* Jurnal selat, IV, Bandung, 14 Maret 2020.
Hidayati, Ulfa. *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi tidak diterbitkan, Lampung, 2018.
Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. *Manajemen Strategis*, Andi, Yogyakarta, 2010
Suni'ah. *Wawancara*,Nganjuk, 10 Juli 2020.