

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini diuraikan secara berurutan mengenai: a) Konteks Penelitian; b) Fokus dan Pertanyaan Penelitian; c) Tujuan Penelitian; d) Kegunaan Penelitian; dan e) Penegasan Istilah.

A. Konteks Penelitian

Membicarakan usaha industri berarti membicarakan bagaimana berjalannya atau manajemen usaha industri di zaman sekarang. Salah satu usaha industri yang sangat digemari di zaman sekarang adalah usaha industri batik. Usaha industri batik sangat populer tidak hanya di kalangan orang tua tetapi dikalangan anak muda juga menjadi tren di masa kini. Tetapi banyak usaha batik yang menjalankan usahanya tanpa toleransi, dimana usaha tersebut hanya memikirkan keuntungan dan tidak melihat usaha tersebut akan merugikan pelanggan, warga sekitar bahkan usaha lainnya.

Secara umum usaha industri batik dijalankan tidak dilandasi dengan nilai agama, sehingga banyak merugikan pihak lain dan juga sampai membuat usahanya mudah untuk mengalami kebangkrutan. Sangat jarang sekali usaha batik dijalankan dengan menggunakan nilai-nilai agama, terutama memanajemen dengan sifat-sifat nabi. Usaha yang manajemennya menggunakan sifat-sifat nabi akan lebih bermanfaat dan lancar bisnisnya.

Bisnis adalah kegiatan yang tidak pernah jauh dari kehidupan manusia. Kegiatan memenuhi kebutuhan hidup adalah kewajiban bagi

seluruh umat muslim yang tidak bisa dihindari dan harus selalu berada di jalan yang lurus. Oleh sebab itu tujuan utama dari bisnis adalah mencapai ridha Allah SWT melalui aktivitas duniawi. Kegiatan memenuhi kebutuhan hidup ini merupakan kecenderungan alamiah dalam diri manusia untuk hidup dalam kenyamanan secara material.¹

Persoalan bisnis juga terus berkembang sejalan dengan perkembangan ilmu-ilmu kemakmuran indrawi, yang jumlahnya pun makin lama makin bertambah banyak. Oleh karenanya peningkatan kemampuan untuk lebih kompetitif dalam memutar roda bisnis mutlak diperlukan agar manusia bisa mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam situasi kompetisi yang semakin ketat.² Kuatnya persaingan membuat seleksi alamiah yang mengarah pada yang kuat yang bertahan.

Keberhasilan akan dicapai oleh pelaku bisnis dan perusahaan yang paling mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yaitu mereka yang sanggup memberikan apa yang siap dibeli masyarakat.³ Oleh karenanya, tidak jarang demi keuntungan, banyak yang nekad menggunakan cara-cara yang batil. Mencari, memelihara dan mempertahankan bisnis dengan berbekal ilmu bisnis buatan kapitalis dan sosialis yang lepas dari nilai tauhid yang haq mengakibatkan mereka jauh

¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung : Alfabeta, 2009), 1.

² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), 1.

³ M. Fuad, dkk., *Pengantar Bisnis* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 1.

dari Allah, tidak mendapat berkah dan akhirnya mengantarkan mereka pada kehancuran.⁴

Bisnis islami pada hakikatnya selalu memegang asas keadilan dan keseimbangan. Selain itu juga telah dicontohkan aplikasi nilai-nilai Islam dalam mengelola bisnis oleh Nabi Muhammad SAW agar berhasil baik di dunia maupun di akhirat. Nilai-nilai bisnis Islam telah menjadi tren dalam mengendalikan tujuan dan harapan ekonomi dalam jangka panjang. Dengan mengedepankan kejujuran, kepercayaan, keadilan, professional dan komunikasi yang baik, maka muncul spirit moral dalam bisnis sehingga melahirkan bisnis atau usaha yang diberkahi.⁵

Sharia marketing dalam sebuah lembaga sangat menentukan keberlangsungan sebuah lembaga itu sendiri. Lembaga atau perusahaan yang menjalankan bisnisnya sesuai dengan syariat Islam adalah lembaga yang dalam melakukan segala kegiatan usahanya tidak melanggar aturan Islam yaitu tidak berhubungan dengan bisnis judi, riba dan produk-produk haram. karena itu diperlukan lembaga-lembaga perbankan yang Islami sehingga umat Islam dapat menyalurkan investasi sesuai syariat Allah.

Seiring dengan diperlukannya lembaga-lembaga perbankan yang Islami ini membuat setiap orang maupun kelompok mendirikan lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan syariah. Hal ini tentunya menjadi sebuah persaingan diantara lembaga-lembaga keuangan syariah tersebut. Agar suatu lembaga keuangan syariah dapat terus dan memenangkan persaingan,

⁴ Ali Hasan, *Manajemen.....*, 1.

⁵ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Jogja Great Publisher (Anggota Ikapi), 2010), 61-62.

lembaga dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan dibidang pemasaran.

Perbankan syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang memiliki pengaruh besar dalam roda perekonomian masyarakat. Bank adalah sebuah lembaga bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan juga dapat menjadi tempat peminjaman uang disaat masyarakat membutuhkan. Seiring dengan berjalannya waktu, bank telah menjadi sebuah kebutuhan hidup manusia.

Bank Islam atau di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual-beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip yang sesuai dengan hukum islam. Oleh sebab itu, bank dan nasabah dalam melakukan transaksi penyimpanan dana maupun pembiayaan kegiatan usaha harus sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersikap makro maupun mikro.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang mendasari kegiatan operasional perbankannya sesuai dengan aspek kehidupan ekonomi yang berlandaskan Al-quran dan As-sunnah. Tak lain tujuan utama didirikannya bank syariah pun agar kaum muslimin dapat menjalani kehidupan yang sesuai dengan syariah dalam segala aspek tanpa kecuali dalam kegiatan perbankan.

Salah satu bisnis yang paling banyak membutuhkan sumber daya manusia adalah sistem bisnis MLM (Multi Level Marketing). Dalam bisnis MLM manusia memegang peranan yang sangat penting dalam melaksanakan operasional perusahaan. MLM syariah dalam memberikan bonus kepada

distributor atau member disebut *ujrah*. Rukun jual beli dalam MLM syariah juga harus sesuai dengan aturan agama Islam yaitu barang yang dijual harus halal melainkan bukan haram atau *syubhat* dan barang yang dijual harus berkualitas dan bermanfaat bagi orang lain. Hal ini telah dijelaskan oleh Allah SWT dalam QS. Al-Maidah ayat 2 yang di dalamnya menjelaskan tentang tolong menolong dalam kebaikan bukan dalam kesusahan di antara semua makhluk Allah yang ada di bumi.⁶

Sebagaimana yang diketahui kebanyakan dari kita mendengar jika ada pembicaraan mengenai ekonomi Islam kalau bukan tentang perbankan syariahnya pasti tentang bisnis berlandaskan Islam. Namun, dunia sekarang telah membuka mata secara lebar dan meyakini bahwa sektor pariwisata adalah salah satu jantung kemajuan ekonomi suatu negara selain kemajuan bisnis dan perbankan.

Pariwisata sangatlah penting bagi satu negara. Hal ini karena pariwisata adalah salah satu sumber yang berkemungkinan menjadi penyumbang devisa terbesar bagi sebuah negara. Bisnis dari pariwisata inipun menjadi semakin bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan tempat pariwisata pada umumnya, seperti cenderamata, penginapan, tempat makan, dan transportasi.⁷

Banyak orang melakukan pariwisata keluar kota samapai ke luar negeri. Pariwisata atau turisme melakukan perjalanan untuk rekreasi atau

⁶ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), 188.

⁷ Rahmi Syahriza, *Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata Sara dan Derivasinya dalam al-Qur'an)* (Sumatera Utara: HUMAN FALAH: Volume 1. No. 2 Juli – Desember 2014), 135.

liburan. Selain itu, dalam agama Islam pariwisata selalu dikaitkan dengan ibadah, atau bepergian untuk mengingat Allah SWT, seperti haji dan lain sebagainya.

Tidak sedikit juga sekarang pebisnis-pebisnis islam yang naik daun, seperti penjualan baju muslim, hijab, hingga barang-barang yang berbau syar'i. Dikalangan anak-anak sampai orang tua sekarang khususnya di Indonesia sangatlah naik daun. Para pembisnis muslim sedang meraih kesuksesan dikarenakan menggunakan etika bisnis islam.

Nabi Muhammad saw masa mudanya berjulukan al-Amin karena memiliki kredibilitas tinggi. Dalam dunia entrepreneur, kepercayaan adalah modal yang paling besar. Unsur kejujuran dan kepercayaan (trust) menjiwai praktik dagangnya. Keterampilan dan akhlak berbisnis menjadi dua hal yang berjalan secara simultan. Nabi Muhammad saw, benar-benar mengusung spirit, bisnis yang benar-benar bersih, beretiket, dan berprospek cerah. Beliau tidak sekedar mengucapkan tetapi mencontohkan hingga berhasil menjadi pebisnis sukses pada zamannya.⁸

Perjalanan karir Nabi Muhammad dibidang perdagangan dapat dirumuskan sebagai berikut: Nabi Muhammad mengenal perdagangan usia 12 tahun atau diistilahkan dengan magang (*internship*), usia 17 tahun beliau sudah membuka usaha sendiri (waktu itu pamannya menganjurkan untuk berdagang agar beban keluarga dapat berkurang) diistilahkan dengan bussines manager, ketika penduduk Mekkah mempercayakan pengelolaan

⁸ Novi Indriyani Sitepu, *Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam* (Aceh: HUMAN FALAH: Volume 3. No. 1, 2016), 23.

perdagangan mereka kepada Muhammad beliau menjadi *investment manager*, dan saat beliau menikah dengan Khadijah beliau menjadi business owner, dan ketika usianya menginjak usia 30-an, beliau menjadi investor dan mulai memiliki banyak waktu untuk memikirkan kondisi masyarakat, setatus beliau telah mencapai kebebasan uang (*financial freedom*) dan waktu. Hal ini berarti profesi bisnis rasul beliau jalani selama 28 tahun. Ini belum termasuk dagang yang beliau lakukan ketika telah menjadi Rasul.

Penerapan sifat-sifat nabi sangatlah penting dalam manajemen pengelolaan usaha pada industri batik. Dengan adanya sifat-sifat nabi *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* dalam merencanakan, membentuk organisasi dalam industri batik, mengarahkan untuk berjalannya industri batik, dan mengawasi industri batik secara islam/ dengan cara sifat-sifat nabi tersebut.

Kepribadian disifati oleh sifat-sifat *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* (*saf*) akan menghasilkan sifat-sifat lainnya, seperti:

Siddiq artinya benar dalam berbisnis bisa dikatakan dengan jujur. Jujur disini diartikan dimana tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menjual dengan harga yang ditawarkan, tidak mengurangi ukuran barang, dan lain-lain.

Amanah artinya dapat dipercaya. Dapat dipercaya diartikan bahwa perusahaan industri ini telah bertanggungjawab akan segala hal yang telah di berikan kepada pelanggannya sehingga tidak banyak pelanggan yang akan komplain dengan barang yang telah dijual.

Tabligh artinya menyampaikan. Di dalam berbisnis menyampaikan diartikan sebagai sebuah perusahaan yang bisa mendesain produknya sehingga dapat menyenangkan jika dilihat sehingga dapat menarik pelanggan.

Fatanah artinya adalah pintar atau cerdas. Cerdas dalam arti seorang pengusaha bisa membaca peluang akan bisnisnya sehingga akan berkembang bisnis tersebut.⁹

Adapun Sifat Wajib Nabi Muhammad yang wajib kita ketahui ada 4 yang apabila dihubungkan dengan pendidikan karakter maka sifat wajib rasul itulah yang wajib untuk dicontoh. 4 sifat wajib tersebut sebagai berikut :

a. *Shiddiq*, b. *Amanah*, c. *Fathanah*, dan d. *Tabligh*

Allah SWT berfirman :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ

وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya:

“*Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu yaitu bagi orang yang mengharap rahmat Allah dan kedatangan hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah*”. [Al Ahzab 21]

Nabi Muhammad memiliki akhlak dan sifat-sifat yang sangat mulia. Oleh karena itu hendaklah kita mempelajari sifat-sifat Nabi seperti *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah*, dan *Tabligh*. Memang banyak sifat-sifat baik Nabi lainnya seperti sabar, rendah hati, lemah-lembut, dsb. Namun di sini kita

⁹ Dwi Ambarwati, *Mengenali Sifat Nabi dan Rasul Beserta Mengimplementasikannya Di Dalam Kehidupan Sehari-hari* (Jember: Universitas Jember, 2017), 4-5.

fokus pada sifat yang 4 di atas. Mudah-mudahan dengan memahami sifat-sifat itu, selain kita bisa terhindar dari mengikuti orang-orang yang mengaku sebagai Nabi, kita juga bisa meniru sifat-sifat Nabi sehingga kita juga jadi orang yang mulia yang memiliki karakter religius dalam jiwa.¹⁰

Banyak contoh bisnis yang sukses dan bisnis yang gagal, ada beberapa bisnis sukses dengan berbasis syari'ah dan juga ada bisnis sukses dengan tanpa berbasis syari'ah. Dari kebanyakan hasil survei bisnis yang sukses dengan berbasis syari'ah akan lebih lama suksesnya dibandingkan dengan tidak berbasis syari'ah. Bisnis yang tidak berbasis syari'ah akan cepat sukses dan akan cepat berakhir kesuksesannya tersebut atau bisa dibilang dengan kesuksesan sesaat.

Islam mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan muamalah dengan memberikan batasan apa saja yang boleh dilakukan (Halal) dan apa saja yang tidak diperbolehkan (Haram). Dalam bisnis Islam, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan sesuai syaria'ah atau *Islamic law* . Semua hukum dan aturan yang ada dilakukan untuk menjaga pebisnis agar mendapatkan rejeki yang halal dan di ridhai oleh Allah SWT serta terwujudnya kesejahteraan distribusi yang merata. Maka etika atau aturan tentang bisnis Islam memiliki peran yang penting juga dalam bisnis berbasis syari'ah.

Bisnis dengan basis syariah akan membawa wirausaha muslim kepada kesejahteraan dunia dan akherat dengan selalu memenuhi standar

¹⁰ Fazalur Rahman, *Nabi Muhammad saw. sebagai Seorang Pemimpin Militer*, Diterj. Annas Siddik, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hlm.68.

etika perilaku bisnis, yaitu: takwa, kebaikan, ramah dan amanah.¹¹ Ketaqwaan seorang wirausaha muslim adalah harus tetap mengingat Allah dalam kegiatan berbisnisnya, sehingga dalam melakukan kegiatan bisnis seorang wirausahawan akan menghindari sifat-sifat yang buruk seperti curang, berbohong, dan menipu pembeli. Seorang yang taqwa akan selalu menjalankan bisnis dengan keyakinan bahwa Allah selalu ada untuk membantu bisnisnya jika dia berbuat baik dan sesuai dengan ajaran Islam.

Ketaqwaannya diukur dengan dengan tingkat keimanan, intensitas dan kualitas amal salehnya. Apabila dalam bekerja dan membelanjakan harta yang diperoleh dengan cara yang halal dan dilandasi dengan keimanan dan semata-mata mencari ridha Allah, maka amal saleh ini akan mendapatkan balasan dalam bentuk kekuasaan didunia, baik kuasa ekonomi maupun kekuasaan sosial atau bahkan kekuasaan politik.¹²

Batik merupakan salah satu kekayaan seni warisan budaya masa lampau, yang telah menjadikan Negara Indonesia memiliki ciri yang khas di mancanegara. Perkembangan batik yang sudah menempuh perjalanan berabad-abad silam, telah melahirkan berbagai jenis dan corak batik yang khas disetiap daerahnya.

Kepopuleran batik Indonesia dikancah dunia. Untuk itu bagi warga Negara Indonesia kita harus bangga dan ikut mempertahankan warisan budaya ini agar tidak punah dengan bergantinya zaman. Dengan adanya

¹¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat)* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2009), 87.

¹² *Ibid*, 69.

karya tulis ini diharapkan dapat menambah pengetahuan teman-teman mengenai warisan budaya Indonesia khususnya batik.¹³

Pembatikan di Jakarta dikenal dan berkembangnya bersamaan dengan daerah-daerah pematikan lainnya yaitu kira-kira akhir abad ke-XIX. Pematikan ini dibawa oleh pendatang-pendatang dari Jawa Tengah dan mereka bertempat tinggal kebanyakan didaerah-daerah pematikan. Daerah pematikan yang dikenal di Jakarta tersebar didekat Tanah Abang.

Batik-batik produksi daerah Solo, Yogya, Banyumas, Ponorogo, Tulungagung, Pekalongan, Tasikmalaya, Ciamis dan Cirebon serta lain-lain daerah, bertemu di Pasar Tanah Abang dan dari sini baru dikirim kedaerah-daerah diluar Jawa. Pedagang-pedagang batik yang banyak ialah bangsa Cina dan Arab, bangsa Indonesia sedikit dan kecil. Oleh karena pusat pemasaran batik sebagian besar di Jakarta khususnya Tanah Abang, dan juga bahan-bahan baku batik diperdagangkan ditempat yang sama, maka timbul pemikiran dari pedagang-pedagang batik itu untuk membuka perusahaan batik di Jakarta dan tempatnya ialah berdekatan dengan Tanah Abang.¹⁴

Tidak banyak orang menyukai batik, ada yang mencintai batik dan juga ada yang tidak mencintai batik. Dahulu kebanyakan orang yang sudah dewasa atau lanjut usia yang banyak mencintai batik, dan sangat jarang remaja atau anak-anak menyukai batik. Tetapi di zaman sekarang sudah banyak yang menyukai batik dari kalangan manapun mulai dari anak-anak sampai orang tua/kakek-nenek. Batik sangat banyak macamnya, banyak

¹³ Balqist Sarahila., dkk, *BATIK* (Surabaya: SMA Negeri 8 Surabaya), 1.

¹⁴ *Ibid*, 5.

problem tentang batik seperti tentang pola pada gambar batik, tentang pewarnaan dan tentang jenis kainnya. Untuk anak-anak remaja menyukai warna yang cerah-cerah ataupun *soft* dan orang tua kebanyakan menyukai warna yang gelap seperti hitam dan coklat.

Batik merupakan salah satu jenis kain dekoratif khas Indonesia. Batik semula mempunyai fungsi utama sebagai bahan sandang, namun seiring dinamika perkembangan zaman, batik juga dipakai sebagai aksesoris interior dan kegunaan fungsional lain yang memungkinkan, seperti payung batik, sepatu batik, sandal batik, tas batik, dompet batik, topi batik, gordin batik, kap lampu, dan lain sebagainya. Kegiatan pembuatan batik mempunyai prospek ekonomi sebagai industri kreatif yang bisa menyerap banyak tenaga kerja.

Saat modern seperti ini tentu banyak sekali faktor yang memicu dan mempengaruhi persaingan Industri batik khususnya di daerah Tulungagung. Tidak hanya adanya pendatang baru, melainkan juga termasuk orang-orang lokal yang mempunyai industri batik di Kabupaten Tulungagung. Melihat bahwa batik adalah bagian dari budaya Indonesia dan sangat tren di kalangan anak-anak, remaja hingga dewasa maka sangatlah banyak pesaing industri batik di Tulungagung, beberapa industri batik tersebut adalah Industri Batik Satrio Manah dan Industri Batik Gajahmada Tulungagung.

Dari hasil wawancara 1A yang saya peroleh bahwa, yang sangat terlihat jelas berbeda dan yang membuat unik dari industri batik Satrio Manah dan batik Gajahmada Tulungagung di setiap industri batik tersebut

mempunyai ciri khas batik sendiri atau motif batik sendiri. Peneliti menduga dari wawancara 1A di batik Satrio Manah: “motif batik kami yang dibuat berbeda dengan batik di tempat lain karena kami sejak awal memang sudah mempunyai ciri khas motif batik yang berbeda”.¹⁵ Selain pemilik batik juga menjelaskan bahwa ada keunikan lain di batik Satrio Manah. Berikut wawancara 2A:

“ibu saya dari awal merintis usaha ini dengan jujur, bertanggungjawab, bisa memeberikan produk yang bagus yang menarik perhatian, dan juga pintar dalam mengelola. Cara semua itu adalah strategi sifat nabi, yaitu Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fatanah. Yang diterapkan sampai sekarang”.¹⁶

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa keunikan dari batik Satrio Manah selain mempunyai motif yang berbeda tetapi juga menerapkan sifat Nabi dalam menjalankan usahanya. Menurut wawancara 3A:

“saya sudah lama menjadi karyawan di sini semenjak mulai dibukanya batik ini. Memang benar bahwa batik ini memiliki batik ciri khas sendiri yang tidak dimiliki dengan batik yang lainnya, selain itu semua karyawan dan juga pemilik menerapkan sifat nabi dalam menjalankan usaha ini”.¹⁷

Penjelasan dari karyawan tersebut menjelaskan bahwa benar di usaha industri batik Satrio Manah menggunakan sifat nabi dalam manajemennya.

Keunikan tersebut juga terdapat pada usaha batik di Gajah Mada Tulungagung. Menurut penjelasan wawancara 1B:

“banyak konsumen yang menyukai batik kami karena kami menggunakan motif yang berbeda dengan yang lainnya selain itu kami juga selalu menerapkan sifat nabi dalam manajemen usaha ini. Itu yang lebih

¹⁵ Wawancara dengan Prayogi Science Gama Wijaya (Pemilik Batik Satrio Manah), tanggal 15 November 2018, pukul 10.00 di Batik Satrio Manah.

¹⁶ Wawancara dengan Prayogi Science Gama Wijaya (Pemilik Batik Satrio Manah), tanggal 15 November 2018, pukul 10.10 di Batik Satrio Manah.

¹⁷ Wawancara dengan Nanik Yulianti (Karyawan Batik Satrio Manah), tanggal 15 November 2018, pukul 10.25 di Batik Satrio Manah.

menjadi daya tarik, selain itu usaha kami juga semakin berkembang dengan mengelolanya dengan strategi sifat nabi”.¹⁸

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa batik Gajah Mada Tulungagung mempunyai keunikan yang sama juga yaitu memiliki motif batik yang berbeda dan juga menggunakan sifat nabi dalam mengelola usahanya.

Seperti penjelasan wawancara 2B:

“memang benar kami memiliki batik dengan motif yang berbeda itu kami buat supaya konsumen dapat membedakan batik kami dengan yang lainnya. Selain itu memang kami mengelola usaha dengan sifat nabi, supaya usaha kami terus berjalan”.¹⁹

Dari penjelasan tersebut peneliti menduga bahwa usaha industri batik Gajah Mada Tulungagung memiliki keunikan yang sama dengan batik Satrio Manah. Tambahan penjelasan wawancara 3B:

“saya sudah lama menjadi pelanggan disini dan terus menjadi pelanggan karena saya suka dengan motif-motifnya dan juga pelayanannya yang baik. Motif yang di produksi di sini berbeda dengan batik lain, jadi bikin saya tambah pede karena yang saya kenakan beda dengan teman saya dan mempunyai ciri khas tersendiri. Selain itu disini pelayannya selalu jujur dan dapat dipercaya, sehingga saya nyaman berbelanja di sini”.²⁰

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa memang benar di usaha industri batik Gajah Mada Tulungagung juga menerapkan sifat nabi dalam mengelola usaha. Dapat disimpulkan bahwa kedua batik tersebut mempunyai keunikan yaitu selain mempunyai motif yang khas tetapi juga menggunakan sifat nabi (*Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fatanah*) dalam

¹⁸ Wawancara dengan Dewi (Karyawan Batik Gajah Mada), tanggal 20 Desember 2019, pukul 09.00 di Batik Gajah Mada.

¹⁹ Wawancara dengan Dewi (Karyawan Batik Gajah Mada), tanggal 20 Desember 2019, pukul 09.20 di Batik Gajah Mada.

²⁰ Wawancara dengan Eka Nur Hidayati (Pembeli Batik Gajah Mada), tanggal 20 Desember 2019, pukul 10.00 di Batik Gajah Mada.

manajemen usahanya, sehingga membuat saya tertarik untuk menelitinya lebih dalam lagi.

Bertitik tolak pada permasalahan tersebut di atas, maka peneliti memandang perlu menyusun tesis dengan judul “Dimensi Profetik Bisnis: Analisis Sifat-Sifat Nabi dalam Manajemen Usaha Industri Batik Di Tulungagung”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut di atas, maka fokus penelitian ini pada diemensi profetik bisnis: analisis sifat-sifat nabi yang dikaitkan dengan manajemen usaha industri batik di Kabupaten Tulungagung. Adapun pertanyaan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung ?
2. Bagaimanakah penerapan strategi sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung ?
3. Bagaimanakah keberhasilan penerapan strategi sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada penelitian tersebut di atas, maka adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mendeskripsikan:

1. Untuk menjelaskan gambaran sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung.
2. Untuk menjelaskan penerapan strategi sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung.
3. Untuk menjelaskan keberhasilan penerapan strategi sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengelolaan usaha pada industri batik di Kabupaten Tulungagung yang sedang dikaji, maupun bermanfaat bagi pengusaha-pengusaha yang lainnya. Secara rinci kegunaan penelitian tersebut dapat dikemukakan oleh penulis sebagai berikut:

1. Teoritis
 - a. Bagi Program Studi Ekonomi Syari'ah, sebagai tambahan penelitian studi kasus Ekonomi di batik Satrio Manah dan batik Gajahmada Tulungagung, selanjutnya untuk dikembangkan sebagai ilmu pengetahuan dalam manajemen di batik Satrio Manah dan Gajahmada Tulungagung dalam meningkatkan usahanya.
 - b. Menjadi tambahan pengetahuan dan pengalaman tentang sifat-sifat nabi dalam manajemen usaha. Yang mana dapat digunakan sebagai

tambahan literatur dalam mengembangkan penelitian tentang Ekonomi Syariah.

2. Praktis

a. Bagi pengelola usaha batik di Tulungagung

Sebagai sumbangan saran pemikiran dan informasi gambaran, strategi, dan keberhasilan sifat-sifat nabi yang diterapkan dalam manajemen usaha industri batik khususnya Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung.

b. Bagi mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan tentang gambaran, strategi, dan keberhasilan sifat-sifat nabi yang diterapkan dalam manajemen usaha industri batik khususnya Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada Tulungagung.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dan referensi untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang sedang membahas masalah yang sama untuk diteliti lebih lanjut.

E. Penegasan Istilah

Untuk memahami judul tesis “Dimensi Profetik Bisnis: Analisis Sifat-sifat Nabi dalam Manajemen Usaha Industri Batik di Tulungagung”, maka penulis perlu memberikan penegasan istilah ke dalam dua bagian, yaitu:

1. Secara Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi yang diberikan oleh beberapa ahli tentang variabel-variabel penelitian, adapun definisi tersebut adalah:

a. Profetik

Makna profetik menurut Heddy Shri Ahimsa Putra mempunyai sifat atau ciri seperti nabi, atau bersifat prediktif/ memprakirakan.

Profetik di sini dapat kita terjemahkan menjadi “kenabian”.²¹

b. Sifat-sifat Nabi

Setiap para Nabi atau Rasul memiliki sifat wajib, sifat wajib bagi Rasul artinya sifat yang seharusnya dimiliki oleh para Nabi dan Rasul. Berikut 4 sifat wajib bagi Nabi dan Rasul.

1. ***Siddiq*** artinya benar dalam berbisnis bisa dikatakan dengan jujur. Jujur disini diartikan dimana tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menjual dengan harga yang ditawarkan, tidak mengurangi ukuran barang, dan lain-lain.
2. ***Amanah*** artinya dapat dipercaya. Dapat dipercaya diartikan bahwa perusahann industri ini telah bertanggungjawab akan segala hal yang telah di berikan kepada pelanggannya sehingga tidak banyak pelanggan yang akan komplain dengan barang yang telah dijual.

²¹ Heddy Shri Ahimsa Putra, 2011, *Paradigma Profetik: Mungkinkah? Perlukah?*, Makalah disampaikan dalam “*Sarasehan Profetik 2011*” (Yogyakarta: Pascasarjana UGM, 2011), 5.

3. **Tabligh** artinya menyampaikan. Di dalam berbisnis menyampaikan diartikan sebagai sebuah perusahaan yang bisa mendesain produknya sehingga dapat menyenangkan jika dilihat sehingga dapat menarik pelanggan.

4. **Fatanah** artinya adalah pintar atau cerdas. Cerdas dalam arti seorang pengusaha bisa membaca peluang akan bisnisnya sehingga akan berkembang bisnis tersebut.²²

c. Manajemen

Manajemen adalah pengelolaan suatu pekerjaan untuk memperoleh hasil dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan dengan cara menggerakkan orang-orang lain untuk bekerja. Pengelolaan pekerjaan itu terdiri dari berbagai macam, misalnya berupa pengelolaan industri, pemerintahan, pendidikan, pelayanan sosial, olahraga, kesehatan, keilmuan, dan lain sebagainya. Bahkan hampir setiap aspek kehidupan manusia memerlukan adanya suatu pengelolaan. Oleh karena itu, manajemen ada dalam setiap aspek kehidupan manusia dimana terbentuk suatu kerjasama (organisasi).²³

Manajemen memiliki empat fungsi utama yaitu perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) memiliki empat fungsi utama taitu

²² Dwi Ambarwati, *Mengenal Sifat Nabi dan Rasul Beserta Mengimplementasikannya Di Dalam Kehidupan Sehari-hari* (Jember: Universitas Jember, 2017), 4-5.

²³ Yayat M. Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: PT Grasindo, 2001), 1.

perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).²⁴

d. Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha adalah mengurus, mengatur kegiatan usaha yang dijalankan orang atau badan secara beraturan dengan bantuan segala aktivitas untuk mencapai suatu tujuan.²⁵

e. Industri

Industri merupakan kumpulan dari sejumlah perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti sangat erat.²⁶

2. Secara Operasional

Penegasan secara operasional dari judul “Dimensi Profetik Bisnis: Analisis Sifat-Sifat Nabi dalam Manajemen Usaha Industri Batik Di Tulungagung” itu adalah menelaah dan mengkaji bagaimana proses penerapan Sifat-sifat Nabi (*Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah*) sehingga besar harapan nantinya manajemen usaha industri batik lebih baik dan memuaskan muslimin serta dapat ditiru dan diadopsi oleh perusahaan industri yang lain.

²⁴ M. Ma’ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012), 2-3.

²⁵ Setiani Darmayanti, *Model-model Pemasaran* (Blog: Aldesra SP, 2015), 1.

²⁶ Wirastuti. 2010. *Dalam Mardimpu Shihombing, Industri Kerajinan Tangan* [Online] pada HYPERLINK: <http://mardimpusi-hombing.blogspot.com/2012/06/industri-kerajinantangan>.