

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK PESONA
ADABINJAI DALAM PERSPEKTIF ISLAM
DI KELURAHAN TUNGKAL III
KUALA TUNGKAL**

Rahmansyah; Sri Kasnelly; Syamsuddin Abdullah
Email: baerman819@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah
Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal
Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi

ABSTRAK

Daya hidup usaha yang sudah berjalan, sangat bergantung kepada ketepatan memilih strategi saat menghadapi permasalahan. masih banyak wirausaha dalam menjalankan usahanya menggunakan cara-cara konvensional (misalnya, mengandalkan perasaan dan pengalaman), ketimbang melakukan perencanaan strategi yang baik. Hal ini perlu diluruskan apalagi bila usahanya sudah mulai jalan dan membutuhkan pengembangan lebih baik lagi. Batik pesona Adabinjai ini merupakan tempat lokasi membuat batik yang membuat produk batik cap dengan motif khas Tanjung Jabung Barat. Produk batik khas Tanjung Jabung Barat untuk kalangan masyarakat umum belum di kenal oleh seluruh kalangan, masih dikenal oleh kalangan tertentu hal ini tentu memerlukan strategi agar batik khas Tanjung Jabung Barat lebih di kenal oleh seluruh masyarakat umum baik di Tanjung Jabung Barat maupun diluar Tanjung Jabung Barat. Di tengah banyaknya pengrajin batik yang berhenti mengelola usahanya, namun batik pesona Adabinjai masih mampu tetap bertahan, maka menarik untuk diketahui apa saja strategi yang di gunakan sehingga tetap mampu bertahan menjalankan usahanya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi, faktor pendukung, faktor penghambat, serta usaha mengatasi hambatan untuk pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai dalam perspektif Islam di Kuala Tungkal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif atau suatu penelitian yang mengungkap adanya fenomena di lapangan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu bahwa jenis jenis strategi pengembangan usaha yang digunakan ada dua yaitu strategi diversifikasi dan strategi bertahan, selain itu strategi lain yang digunakan ada dua yaitu strategi produksi dan strategi promosi. Sedangkan Faktor pendukungnya ada tiga yaitu skill dan kemampuan yang dimiliki, kemampuan membaca peluang, serta tersedianya modal. Dan Faktor penghambat nya ada tiga yaitu tersedianya

persediaan air, kurangnya tenaga kerja terampil, dan belum tersedianya lokasi produksi khusus.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Batik

PENDAHULUAN

Pergeseran dalam ekonomi global yang dramatis telah membuka pintu pada peluang bisnis yang luar biasa bagi wirausahawan yang berkeinginan menguasai dunia. Membangun bisnis dengan menjadikan pasar global sebagai area penjualan produk menjadi satu tantangan besar yang harus dihadapi berbagai kemungkinannya oleh seorang wirausaha.¹

Perubahan akan selalu terjadi, dan pada era globalisasi perubahan-perubahan berlangsung dengan cepat dan dalam intensitas yang tinggi pula. Perubahan itu juga terjadi secara fundamental pada hampir semua bidang. Tentu saja perubahan juga terjadi pada lingkungan bisnis baik yang memberikan pengaruh yang baik maupun yang memberikan pengaruh yang buruk. Perubahan pada lingkungan tersebut harus terus diantisipasi karena pengaruh yang signifikan akan menentukan koreksi yang harus dilakukan terhadap strategi atau bahkan mungkin juga akan mempengaruhi visi dan misi perusahaan.²

Tidak mengherankan bila kemudian dalam bisnis modern saat ini banyak ahli strategi bisnis yang menganggap pasar sebagai medan perang. Analisis yang dilakukan adalah mencari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing, yang dianalogikan sebagai kekuatan dan kelemahan musuh dalam medan perang yang kemudian di carikan strategi dan senjata pamungkas untuk mengalahkan musuh tersebut.³

Daya hidup usaha yang sudah berjalan, sangat bergantung kepada ketepatan memilih strategi saat menghadapi permasalahan. masih banyak wirausaha dalam menjalankan usahanya menggunakan cara-cara konvensional (misalnya, mengandalkan perasaan dan pengalaman), ketimbang melakukan

¹Irham Fahmi, *Kewirausahaan, Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.370.

²*Ibid*, hlm. 38.

³*Ibid*, hlm. 70.

perencanaan strategi yang baik. Hal ini perlu diluruskan apalagi bila usahanya sudah mulai jalan dan membutuhkan pengembangan lebih baik lagi.⁴

Perkembangan usaha batik khas Tanjung Jabung Barat di Tanjung Jabung Barat belum begitu berkembang pesat namun perkembangannya dari tahun ketahun selalu meningkat hanya saja masih terjadi penurunan dan kenaikan penjualan per-bulannya.⁵ Secara keseluruhan saat ini jumlah pengrajin batik di Tanjung Jabung Barat berjumlah 21 lokasi pengrajin batik.⁶ Namun untuk saat ini dari jumlah tersebut saat ini hanya 6 lokasi pengrajin batik yang masih aktif dengan usahanya, hal ini dikarenakan berbagai permasalahan yang dihadapi pengrajin sehingga berhenti memproduksi batik khas Tanjung Jabung Barat tersebut, beberapa permasalahan tersebut diantaranya, permasalahan permodalan usaha, permasalahan baru aktif kembali saat ada pesanan, permasalahan lain seperti menjadi pengrajin batik bukan pekerjaan utama tetapi sampingan sehingga ketika sibuk dengan pekerjaan utama membuat tidak cukup waktu lagi untuk memproduksi batik, sampai kepada permasalahan lupa ilmu membatik, hal ini terjadi ketika pembatik sempat terhenti produksi dalam jangka waktu tertentu.⁷

Produk batik khas Tanjung Jabung Barat untuk kalangan masyarakat umum belum di kenal oleh seluruh kalangan, masih dikenal oleh kalangan tertentu hal ini tentu memerlukan strategi agar batik khas Tanjung Jabung Barat lebih di kenal oleh seluruh masyarakat umum baik di Tanjung Jabung Barat maupun diluar Tanjung Jabung Barat. Produk batik khas Tanjung Jabung Barat untuk kalangan masyarakat umum belum di kenal oleh seluruh kalangan, masih dikenal oleh kalangan tertentu hal ini tentu memerlukan strategi agar batik khas Tanjung Jabung Barat lebih di kenal oleh seluruh masyarakat umum baik di Tanjung Jabung Barat maupun diluar Tanjung Jabung Barat.

Di tengah banyaknya pengrajin batik yang berhenti mengelola usahanya, namun batik pesona Adabinjai masih mampu tetap bertahan, maka menarik untuk diketahui apa saja strategi yang di gunakan sehingga tetap mampu bertahan menjalankan usahanya, disamping itu, dikarenakan produk batik khas Tanjung Jabung Barat belum dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat umum maka hal ini memerlukan strategi agar usaha dan produk batik ini dapat terus berkembang dan di kenal oleh masyarakat umum.

⁴Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM, Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2016), hlm 266-278.

⁵Observasi Awal, (Tanggal 03 Juli 2019)

⁶Dokumentasi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (2017)

⁷ Observasi Awal, (Tanggal 03 Juli 2019)

Selain itu kita sebagai umat islam dalam berbisnis bukan hanya sekedar mengejar keuntungan duniawi tetapi juga keuntungan ukhrawi.

Sebagai mana firman Allah :

Artinya : “*dan carilah (pahala) negri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan oleh Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan*

وَأَتَّبِعْ فِي مَاءِ آتَانِكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.” (Q. S. Al-qasas : 77).⁸

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal ?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai dalam perspektif Islam di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal ?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai dan bagaimana usaha mengatasi hambatan pengembangan usaha batik pesona adabinjai dalam perspektif Islam di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal ?

TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui Bagaimana strategi pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal
2. Untuk mengetahui Bagaimana strategi pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai dalam perspektif Islam di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal
3. Untuk mengetahui Apa faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai dan bagaimana usaha mengatasi hambatan pengembangan usaha batik pesona adabinjai dalam perspektif Islam di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan penelitian yang berbentuk kualitatif dengan sifat deskriptif atau suatu penelitian

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* Edisi Tajwid, (Bandung: PT Syaamil Cipta Media, 2006), hlm. 527

yang mengungkap adanya fenomena di lapangan tanpa adanya pengurangan dan penambahan, atau mengungkap fenomena yang ditemukan dengan apa adanya.⁹ Penelitian ini berada di usaha batik pesona adabinjai jalan panglima, Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan sasaran penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha yang diterapkan pada usaha batik pesona adabinjai dalam perspektif Islam. Sumber data primer di sini adalah data yang diperoleh peneliti yang bersumber dari pemilik usaha batik pesona adabinjai yaitu data yang diperoleh dari Bapak Ahmad Daud. Data tersebut diperoleh dari pengusaha batik secara langsung baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi atau cara lainnya. Sedangkan data sekunder berupa:

1. Historis dan geografis usaha batik Pesona Adabinjai.
2. Pengusaha batik Pesona Adabinjai jalan Panglima.
3. Dinas Koperasi Perindustrian Perdagangan Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Dalam pengumpulan data akan penulis liput dengan menggunakan beberapa metode yaitu Observasi, wawancara, dan metode dokumentasi.¹⁰ Sedangkan analisis data menggunakan analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹²

LANDASAN TEORI

A. Definisi strategi

Strategi berasal dari kata Yunani “*Strategos*” dengan akar kata *stratos* dan *ag*, *stratos* berarti “militer” dan *ag* berarti “memimpin”. Menurut Russel dan Taylor menyatakan bahwa strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan, dan akan tetap menjaga agar perusahaan bergerak pada arah yang benar.¹¹

Menurut Porter strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.¹²

B. Pengembangan Usaha

Pengembangan Usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri Pengembangan Usaha

⁹Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 6.

¹⁰Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), hlm 274.

¹² *Ibid*, hlm. 252.

¹¹Murfidin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern*, (Jakarta: PT Bumi aksara, 2007), hlm. 37.

¹²Freddy Rangkuti, *Op,Cit*, hlm. 4.

adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain.¹³

C. Jenis-jenis strategi pengembangan usaha

Menurut fred R david strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi yaitu :

- a. Strategi integrasi vertikal
- b. Strategi intensif
- c. Strategi diversifikasi
- d. Strategi bertahan¹⁴

D. Strategi pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Dalam menjalankan usaha dagangnya, seorang muslim tetap harus berada dalam rambu rambu tersebut. Rasulullah saw, telah memberikan contoh yang dapat diteladani dan dijadikan strategi dalam berbisnis misalnya :

1. Kejujuran
2. Keadilan
3. Amanah
4. Nasihat-Menasihati
5. Barang yang Dijual Harus Halal dalam Hal Zat dan Cara Memperolehnya
6. Tidak Ada Unsur Tipuan¹⁵

E. Pesona Adabinjai

Pesona Adabinjai adalah sebuah nama usaha batik cap milik Bapak Ahmad Daud yang terletak di jalan paglima ujung RT 03 Kelurahan Tungkal III, Tanjung Jabung Barat. Pembuatan nama ini terdiri dari dua kata yaitu kata Pesona dan kata Adabinjai. Kata pesona adalah kata yang dibuat untuk menarik minat para konsumen agar tertarik untuk memesan produk batik cap Pesona Adabinjai, sedangkan kata adabinjai adalah kata yang diambil dari singkatan nama Beliau dan nama ayah beliau yaitu Ahmad Daud bin Jailani.¹⁶

HASIL PENELITIAN

A. Strategi Pengembangan Usaha Batik Pesona Adabinjai di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal

1. Strategi diversifikasi

¹³http://blog-pinta.blogspot.com/2013/06/kewirausahaan_4953.html, diakses pada tanggal 2 juli 2019, pukul 21:47 WIB.

¹⁴Husein umar, *Strategic Management In Action*, (jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) hlm. 35.

¹⁵*Ibid*, hlm. 222-227.

¹⁶Bapak Ahmad Daud, (pemilik Usaha batik Pesona adabinjai), *Wawancara*, tanggal 14 November 2019.

Pada strategi diversifikasi pada saat peneliti melakukan observasi dengan cara berkunjung ke lokasi membuat usaha batik Pesona Adabinjai, saat diruangan tempat menyimpan produk batik saya melihat adanya produk lain yaitu tas dari anyaman purun yang dikombinasikan dengan kain batik dan saya juga melihat secara langsung bahwa ada produk batik Pesona Adabinjai yang berupa masker, dari hasil pengamatan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa usaha batik Pesona adabinjai ada melakukan pembuatan produk baru, produk tersebut yaitu pembuatan tas anyaman purun yang dikombinasikan dengan kain batik selain itu pembuatan masker dengan kain menggunakan kain batik Pesona Adabinjai. Ide Pembuatan masker ini terinspirasi dari kondisi daerah Tanjung Jabung barat sedang dilanda kabut asap pada saat itu dan pemanfaatan potongan kain.¹⁷

2. Startegi bertahan

Pada strategi bertahan saat melakukan observasi peneliti tidak melihat upaya usaha batik Pesona adabinjai untuk melakukan tindakan-tindakan upaya penyelamatan agar terlepas dari kerugian, tetapi setelah melakukan wawancara usaha batik Pesona Adabinjai ada menggunakan strategi ini karena walaupun tingkat kemungkinan kerugian tidak terlalu besar karena memproduksi diutamakan berdasarkan pesanan, Namun Kemungkinan terjadinya kerugian terjadi pada saat produk yang dibuat tidak sesuai pesanan sehingga membuat pelanggan kecewa dan tidak mau menerima pesanan tersebut, namun produk yang kurang sesuai pesanan dapat dilakukan penyelamatan dari kerugian dengan mendaur-ulang kembali atau bisa tetap di jual dengan melakukan penurunan harga.¹⁸

Selain dari beberapa strategi yang berdasarkan teori diatas batik Pesona Adabinjai juga memiliki beberapa strategi lain yang digunakan untuk mengembangkan usaha batik tersebut, beberapa strategi yang di terapkan pada usahanya tersebut yaitu :

1. Strategi produksi
 - a. Bahan dasar harga bersahabat tapi mewah
 - b. Motif khas
 - c. Selalu mencoba pewarnaan yang baru¹⁹
2. Strategi promosi

¹⁷Bapak Ahmad Daud, (Pemilik Usaha batik Pesona Adabinjai), *wawancara*, tanggal 16 November 2019

¹⁸Bapak Ahmad Daud, (Pemilik Usaha batik Pesona Adabinjai), *wawancara*, tanggal 17 November 2019

¹⁹ Kak Hera Herianti, (Pengguna Batik Pesona Adabinjai), *wawancara*, tanggal 21 Desember 2019.

Pesona Adabinjai juga menggunakan strategi promosi ini walaupun dianggap strategi ini strategi tradisional namun cara ini cukup ampuh untuk meyakinkan para konsumen, alasan penggunaan strategi promosi ini karena jenis promosi ini lebih terpercaya dan lebih meyakinkan bagi para konsumen karena apa yang di sampaikan konsumen lain tersebut berdasarkan pengalaman mereka yang telah menggunakan produk batik tersebut dan strategi promosi ini akan besar kemungkinan terus berlanjut antara satu konsumen dengan konsumen lain.

a. Strategi promosi online

Strategi promosi yang dilakukan usaha batik pesona adabinjai yaitu melalui facebook, whatsapp, dan instagram.

Media sosial di gunakan sebagai sarana berbagi informasi tentang usaha batik Pesona Adabinjai, informasi yang di bagikan di media sosial tersebut diantaranya yaitu tentang produk batik terbaru, pewarnaan terbaru, motif batik terbaru dan membagikan foto-foto konsumen yang telah menggunakan batik tersebut. alasan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi karena media sosial mempunyai jangkauan yang lebih luas dan informasi lebih cepat sampai kepada konsumen.

3. Strategi promosi melalui pameran

Pameran menjadi salah satu tempat untuk memberikan informasi tentang suatu produk kepada konsumen, agar produk lebih di kenal oleh seluruh masyarakat. Batik pesona adabinjai menggunakan pameran sebagai sarana promosi hal ini di lakukan agar batik pesona adabinjai lebih dikenal oleh publik secara menyeluruh, pameran juga digunakan sebagai sarana untuk menambah jaringan usaha.²⁰

B. Strategi Pengembangan Usaha Batik Pesona Adabinjai Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal

Dalam berwirausaha kita sebagai umat islam harus menjalankan usaha berdasarkan syariat islam yang telah dicontohkan dan diajarkan oleh nabi Muhammad SAW, diantara hal-hal yang di contohkan sebagai strategi rasulullah sebagai berikut :

1. Kejujuran

Kejujuran adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha, dari hasil pengamatan peneliti bahwa usaha batik Pesona Adabinjai melakukan sikap ini karena pada saat peneliti melakukan observasi yaitu

²⁰ Bapak Ahmad Daud, (pemilik Usaha batik Pesona adabinjai), *Wawancara*, tanggal 17 November 2019.

berkunjung kelokasi pemilik usaha mempersilahkan peneliti untuk melihat semua hal-hal yang berkaitan dengan produksi batik tersebut, peneliti berpendapat bahwa jika ada hal-hal yang di tutupi tentu pemilik melarang ketempat-tempat tertentu disekitaran lokasi produksi batik. Dari hasil wawancara bahwa kejujuran tersebut seperti menjelaskan jenis bahan dan kualitas yang sesungguhnya kepada konsumen agar konsumen tidak kecewa dengan kualitas produk yang dijual batik Pesona adabinjai dan tidak menutupi hal-hal yang berkaitan produk yang dijual kepada konsumen.

2. Keadilan

Pesona Adabinjai telah melakukan sikap ini terlihat pada saat peneliti berkunjung ke lokasi tempat usaha batik Pesona Adabinjai mengikuti pasar kaget di gedung runtuh, pada saat itu terlihat bahwa pemilik usaha menyampaikan harga yang sama kepada para konsumen dan bersikap ramah penuh canda gurau terhadap para konsumen. Setelah melakukan wawancara usaha batik Pesona Adabinjai selalu berusaha bersikap adil baik kepada konsumennya maupun kepada pekerjanya, sikap adil tersebut seperti penetapan harga yang sesuai dan pemberian upah yang sesuai dan seimbang antara satu pekerja dengan pekerja lainnya.

3. Amanah

Sikap amanah batik Pesona Adabinjai telah berupaya melakukannya hal itu terlihat pada saat memproduksi usaha batik Pesona Adabinjai selalu berupaya mengejar target pesanan hal itu tentu dilakukan agar waktu yang disampaikan pada saat pemesanan sesuai dengan waktu penyelesaian pesanan. Dari hasil wawancara usaha batik Pesona Adabinjai selalu berusaha memberikan hak-hak orang lain sesuai hak milik orang tersebut.

4. Nasihat menasihati

Dari hasil wawancara batik Pesona Adabinjai selalu berusaha berbuat baik kepada konsumen karyawan dan pada pengusaha lain dan menerima setiap masukan dan nasihat dari orang lain.

5. Barang yang diperjual-belikan harus halal dalam hal zat dan cara memperolehnya

Dari hasil observasi bahwa pada usaha batik Pesona Adabinjai tidak ada melihat bahan-bahan dan hal-hal yang haram di lokasi usaha. Dari hasil wawancara batik Pesona Adabinjai untuk hal halal secara zatnya, dari segi bahan dasar kain menggunakan kain katun prima yang di buat melalui proses penenunan benang katun yang terbuat dari kapas, secara dilihat dari segi bahan dasar kainnya halal, dari segi bahan pewarna dan pengunci warna bapak Ahmad Daud menyampaikan bahwa beliau tidak mengetahui zat-zat yang terkandung di dalam produk tersebut. hal ini tentu adalah

suatu permasalahan karena secara zatnya tidak diketahui secara pasti namun untuk mengetahui hal ini, saat ini belum memiliki peralatan yang memadai untuk bahan tersebut beliau membeli dari pekalongan namun yang terpenting bagi beliau bahwa tidak ada pernyataan yang mengharamkan bahan tersebut. Dari segi cara memperolehnya bahwa bahan batik ini di peroleh melalui proses pembelian dengan cara yang halal.

6. Tidak ada unsur tipuan

Dari hasil observasi tidak ada konsumen yang merasa tertipu dengan produk batik tersebut dan pada saat berjualan salah satunya pada saat peneliti observasi di pasar kaget, pemilik menjelaskan produk sesuai dengan produk tersebut. Dari hasil wawancara batik Pesona Adabinjai telah berusaha tidak menyembunyikan cacat barang dan menyampaikan kualitas produk sesuai dengan kualitas asli produk tersebut.

Dari hal-hal yang telah di contohkan rasulullah Saw tersebut telah berusaha dilakukan dan dijalankan oleh usaha batik Pesona Adabinjai dengan sebaik-baiknya dan strategi-strategi pengembangan usaha yang di lakukan oleh usaha batik Pesona Adabinjai tidak ada yang bertentangan dengan apa yang di contohkan rasulullah SAW dan tidak ada yang bertentangan dengan syariat Islam.

Menurut salah satu pekerja usaha batik Pesona Adabinjai selalu berusaha menjalankan usaha berdasarkan syariat islam, karena mengikuti syariat islam sudah menjadi kewajiban kita sebagai umat muslim.

C. Faktor Pendukung, Penghambat dan Usaha Mengatasi Hambatan Pengembangan Usaha Batik Pesona Adabinjai dalam Perspektif Islam di Kuala Tungkal

1. Faktor pendukung usaha batik Pesona Adabinjai dalam perspektif Islam di Kuala Tungkal
 - a. Skill dan kemampuan
 - b. Membaca peluang
 - c. Modal
2. Faktor Penghambat Usaha Batik Pesona Adabinjai dalam perspektif Islam di Kuala Tungkal
 - a. Persediaan air
 - b. Tenaga kerja terampil
 - c. Lokasi produksi
3. Usaha Mengatasi Hambatan Pengembangan Usaha Batik Pesona Adabinjai dalam Perspektif Islam di Kuala Tungkal
 - a. Persediaan air

Air merupakan hal yang sangat diperlukan usaha batik Pesona Adabinjai untuk melakukan proses produksi batik cap, proses-proses

produksi tersebut ada yang harus menggunakan air seperti proses pewarnaan dan proses penghilangan lilin pada dasar kain batik, hal ini yang membuat air sangat dibutuhkan dalam proses produksi batik Pesona Adabinjai.

Untuk mengatasi kurangnya air bersih yang tersedia tersebut usaha batik Pesona Adabinjai melakukan pemindahan lokasi produksi ke tempat yang banyak tersedia air bersih hal ini sempat terjadi pada beberapa bulan yang lalu yaitu pada saat musim kemarau Bapak Ahmad selaku pemilik usaha memindahkan lokasi produksinya di Desa Semau, Kecamatan Bram Itam, karena di lokasi tersebut banyak terdapat air bersih.

Solusi lain selain pemindahan lokasi produksi yaitu dengan cara membeli air pompa namun untuk penggunaan air pompa tidak bisa digunakan secara langsung harus didiamkan selama satu malam baru kemudian dapat digunakan.

b. Tenaga kerja terampil

Tenaga kerja terampil merupakan hal yang juga diperlukan untuk mengembangkan usaha batik Pesona Adabinjai tersebut, tingkat keterampilan tenaga kerja akan mempengaruhi kualitas dan perkembangan usaha batik Pesona adabinjai tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan tenaga kerja terampil Bapak Ahmad Daud selaku pemilik usaha mengikutsertakan para pekerjanya mengikuti pelatihan-pelatihan membatik yang di selenggarakan berbagai pihak seperti pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas Pendidikan Nasional Jambi, pelatihan yang diselenggarakan BNN (Badan Narkotika Nasional) Provinsi Jambi dan pelatihan lainnya.

Selain itu, Bapak Ahmad Daud juga memberikan ilmu dan pembelajaran secara langsung kepada para pekerjanya untuk meningkatkan skill dan kemampuan membatik para pekerjanya.

c. Lokasi Produksi

Lokasi produksi adalah hal yang sangat di perlukan dalam proses produksi batik Pesona Adabinjai Tersebut, lokasi produksi yang baik harus berlokasi yang tidak terdapat aktivitas lain selain produksi batik itu sendiri, dan lokasi yang baik dan teratur akan memudahkan setiap proses produksi batik tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan hal ini batik Pesona Adabinjai saat ini sedang berusaha proses pengumpulan dana untuk pembuatan lokasi produksi yang lebih baik, selain itu saat ini Bapak Ahmad Daud selaku

pemilik usaha sedang mencari lokasi yang tepat untuk dijadikan lokasi produksi.²¹

KESIMPULAN

Dari uraian yang telah peneliti kemukakan pada bab-bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan usaha batik Pesona adabinjai
 - a. Strategi pengembangan usaha batik Pesona Adabinjai berdasarkan jenis-jenis strategi pengembangan yang terdapat dalam teori, yang di gunakan pada batik Pesona Adabinjai yaitu : strategi diversifikasi (pembuatan produk-produk baru) dan strategi bertahan (tindakan penyelamatan dari kerugian)
 - b. Strategi pengembangan usaha batik Pesona adabinjai lain selain yang tidak terdapat didalam teori jenis-jenis pengembangan usaha yaitu :
 - 1) Strategi produksi yang diterapkan oleh usaha batik Pesona Adabinjai yaitu harga bahan dasar bersahabat tapi mewah (harga bahan dasar yang tidak terlalu mahal tetapi tetap terlihat mewah dan tetap disukai oleh konsumen), motif khas (motif yang benar-benar khas Tanjung Jabung Barat), selalu mencoba pewarnaan terbaru.
 - 2) Strategi promosi yang dilakukan usaha batik Pesona Adabinjai yaitu strategi promosi word of mouth (strategi promosi mulut kemulut), strategi promosi online (yaitu melalui media sosial seperti facebook, instagram, whats apps), strategi promosi melalui pameran (mengikuti berbagai ajang pameran)
2. Strategi pengembangan usaha batik Pesona adabinjai dalam perspektif Islam batik Pesona Adabinjai dalam melakukan usahanya telah melakukan seperti hal-hal yang telah di contohkan rasulullah Saw, hal-hal tersebut yaitu kejujuran contohnya menyampaikan kepada konsumen jenis dan kualitas produk dengan sebenar-benarnya, keadilan contohnya pemberian upah yang sesuai dengan proses yang dilakukan, amanah contohnya menepati janji dan memberikan hak orang lain, nasihat-menasihati contohnya saling menasihati dan saling membantu antar pembatik, tidak ada unsur tipuan contohnya menyampaikan kualitas barang sesuai dengan barang tersebut, barang yang di perjualbelikan harus halal zat dan cara memperolehnya.
3. Faktor pendukung, penghambat dan usaha mengatasi hambatan usaha batik Pesona Adabinjai dalam perspektif Islam.

²¹ Bapak Ahmad Daud, (pemilik Usaha Batik Pesona Adabinjai), Wawancara, tanggal 06 Januari 2020

- a. Faktor pendukung usaha batik Pesona Adabinjai yaitu skill dan kemampuan (keahlian yang di miliki pemilik usaha), membaca peluang (kemampuan pemilik usaha membaca peluang saat memulai pendirian belum usaha yang bergerak di bidang batik cap khas Tanjung Jabung Barat), modal, karyawan.
- b. Faktor penghambat usaha batik Pesona Adabinjai yaitu persediaan air, tenaga kerja terampil, lokasi produksi.
- c. Usaha mengatasi hambatan pengembangan usaha batik pesona adabinjai dalam perspektif islam yaitu :
 - 1) Untuk mengatasi permasalahan persediaan air usaha batik Pesona Adabinjai melakukan pemindahan lokasi produksi ke tempat tersedia air, selain itu cara lain yaitu dengan membeli air pompa kemudian di diamkan selama satu malam.
 - 2) Untuk mengatasi masalah tenaga kerja terampil usaha batik Pesona Adabinjai mengikutsertakan ke pelatihan-pelatihan batik yang di selenggarakan berbagai pihak, memberikan pembelajaran secara langsung kepada pekerjanya.
 - 3) Untuk mengatasi permasalahan lokasi produksi batik Pesona Adabinjai saat ini sedang berusaha proses pengumpulan dana untuk pembuatan lokasi produksi yang lebih baik, selain itu saat ini Bapak Ahmad Daud selaku pemilik usaha masih mencari lokasi yang tepat untuk dijadikan lokasi produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Tajwid*, (Bandung: PT Syaamil Cipta Media, 2006.
- Crown Dirgantoro, *Manajemen Stratejik, Konsep, Kasus dan Implementasi*, Jakarta: PT Grasindo, 2007.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah kasus Bisnis, Reorientasi Konsep perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Hasan Aedy, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, bandung: Alfabeta, 2011.

Husein Umar, *Strategic Management In Action*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001

Irham Fahmi, *Kewirausahaan, Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.

Murfidin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen produksi modern*, Jakarta: PT Bumi aksara, 2007.

Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM, Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA*, Bandung: PT Refika Aditama, 2016

Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R dan D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013.

Suparmoko, *Metode Penelitian Praktis*, Yogyakarta: BPFE, 1999.

Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern, Studi Kasus Indonesia dan Analisis kuantitatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.

Syamsuddin Abdullah, *Pedoman Penulisan Skripsi, Khusus Dilingkungan STAI An-Nadwah Kuala Tungkal*, Kuala Tungkal : 2019.

Veitzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economic and Finance, Ekonomi dan Keuangan, islam bukan alternatif, tetapi solusi*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.