

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERCETAKAN DI
ONE STOP DESIGN PACITAN DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



Oleh :

Merlin Verawati

NIM 401190114

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

**IAIN
PONOROGO**

ABSTRAK

Verawati, Merlin. Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan di One Stop Design (OSD) Pacitan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Unun Roudlotul Janah M.Ag.

Kata Kunci: Strategi, Bisnis, Perspektif Ekonomi Islam.

Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Strategi pengembangan bisnis dalam perspektif Ekonomi Islam meliputi beberapa sikap yaitu takwa, adil, pribadi yang baik, menepati janji, melayani pelanggan dengan rendah hati dan menepati janji. Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan bisnis berdasarkan prinsip syariah diantaranya adalah membangun motivasi dan tekad yang kuat, tawakal kepada Allah, memilih bisnis yang paling dikuasai, sabar, dan berbuat kebaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang diterapkan pada bisnis percetakan di OSD Pacitan yang ditinjau dari perspektif ekonomi islam, menganalisis dampak dari pengembangan bisnis yang dijalankan di OSD Pacitan. Metode dan jenis pendekatan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Jenis pendekatan yang dilakukan yaitu penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dokumentasi, wawancara dan observasi.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Percetakan OSD yaitu strategi kombinasi bersama, yakni strategi integrasi vertikal (strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal), strategi intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk), dan strategi diversifikasi yakni menerapkan strategi diversifikasi terkait/ konsentrik. Strategi-strategi yang diterapkan oleh Percetakan OSD, secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. 2) Dampak dari strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di Percetakan OSD yakni meliputi, meningkatnya kesejahteraan ekonomi, meningkatnya sosial ekonomi masyarakat, dan juga memudahkan lingkungan sekitar. Hal ini tentu saja dapat dikatakan positif, karna dengan adanya pengembangan bisnis ini, banyak pihak yang merasa diuntungkan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Merlin Verawati	401190114	Ekonomi Syariah	Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan Di One Stop Design (OSD) Pacitan


Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 03 Mei 2023

Mengetahui
 Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


 Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag, M.E.I
 NIP 197801122006041002

Menyetujui


 Unun Roudlotul Janah, M.Ag
 NIP 197507162005012004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan di One Stop Design
 Pacitan dalam Perspektif Ekonomi Islam
 Nama : Merlin Verawati
 NIM : 401190114
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
 Iza Hanifuddin, Ph.D.
 NIP196906241998031002

(.....)

Penguji I
 Yulia Anggraini, M.M.
 NIDN 2004078302

(.....)

Penguji II
 Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
 NIP 197507162005012004

(.....)

Ponorogo, 24 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Merlin Verawati

NIM : 401190114

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi / Tesis : Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan Di One Stop Design
Pacitan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing.

Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 29 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Merlin Verawati

NIM 401190114

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Merlin Verawati

NIM : 401190114

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERCETAKAN DI ONE STOP
DESIGN (OSD) PACITAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Secara keseluruham adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 April 2023

Pembuat pernyataan,



Merlin Verawati

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	10
F. Metode Penelitian.....	19

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	19
2. Lokasi Penelitian.....	20
3. Data Penelitian dan Sumber Data	20
4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
5. Teknik Pengolahan Data	22
6. Teknik Analisa Data.....	24
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	24
G. Sistematika Pembahasan	26

BAB II STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DAN DAMPAK

PENGEMBANGAN BISNIS.....	27
A. Strategi	27
B. Bisnis Dalam Islam	32
C. Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Islam	34
D. Prinsip-Prinsip Bisnis dalam Islam	37
E. Dampak Strategi Pengembangan Bisnis	39

BAB III STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERCETAKAN DI

OSD PACITAN	42
A. Gambaran Umum One Stop Design.....	42
1. Sejarah Singkat One Stop Design	42
2. Struktur Organisasi One Stop Design	42
3. Job Diskripsi.....	43
4. Strategi Pengembangan Bisnis di OSD Pacitan	43
B. Strategi Pengembangan Bisnis One Stop Design.....	47
C. Dampak Pengembangan Bisnis di One Stop Design	51

BAB IV ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERCETAKAN DI OSD PACITAN.....	56
A. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di OSD Pacitan	56
B. Analisis Dampak Pengembangan Bisnis Percetakan di One Stop Design OSD Pacitan	65
BAB V PENUTUP.....	67
A. KESIMPULAN	67
B. SARAN	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	76
RIWAYAT HIDUP.....	89

DAFTAR GAMBAR

3.1 Struktur Organisasi One Stop Design (OSD) 42



DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Harga Produk OSD 45



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perekonomian menjadi salah satu tonggak kehidupan. Dimana ekonomi merupakan pondasi utama dalam hal memenuhi kebutuhan hidup manusia baik itu kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Kesejahteraan mampu terwujud apabila kebutuhan ekonomi dari manusia tersebut terpenuhi. Sehingga faktor utama yang menentukan kesejahteraan hidup masyarakat adalah terpenuhi dari sektor ekonomi.¹ Islam merupakan agama yang mengatur berbagai perilaku kehidupan manusia. Tidak hanya mengatur urusan dalam hal peribadahan saja, namun Islam juga mengatur dalam hal urusan sosial dan ekonomi. Islam juga menghalalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang didalamnya termasuk bisnis.² Hal tersebut dijelaskan pada salah satu firman Allah didalam Q.S Al-Baqarah: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَارْتَدَّ بِهَا فَأَمْوَالُهُ
الَّتِي كَسَبَ مِنْ قَبْلِهَا حَلَالٌ وَبَارِكْ فِيهَا لَمْ يُحِبَّ اللَّهُ الْبَخِيلَ وَالْبَخِيلُ يُحِبُّ اللَّهَ وَمَنْ
عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.³

¹ Amin Wahyudi, "Kebijakan Moneter Berbasis Prinsip-Prinsip Islam," *Justicia Islamica Jurnal Kajian Hukum Dan Sosial* Vol. 10 No. 1 (2013), 37.

² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 81.

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Pustaka Al-Mubin, 2013), 47.

Ayat tersebut memberi penjelasan mengenai seruan kepada kaum muslim bahwa jual beli atau bisnis dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa.⁴ Tetapi, dalam kegiatan jual beli ini Allah mengharamkan riba. Sebab, didalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang.⁵

Bisnis merupakan segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.⁶ Sejak zaman Nabi Muhammad SAW, umat Islam telah menjalani dalam dunia bisnis. Para sahabat yang menjadi pengusaha besar dalam mengembangkan jaringan bisnis dilakukan di perbatasan wilayah Mekkah atau Madinah. Mereka membangun kehidupan bisnis mereka atas dasar Ekonomi Syariah dan nilai-nilai Islam. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal pengelolaan perusahaan berpedoman pada nilai-nilai Islam. Demikian pula dalam seluruh keputusan bisnis, pengembangan sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis.⁷

Strategi pengembangan bisnis dalam perspektif Ekonomi Islam meliputi beberapa sikap yaitu takwa, adil, pribadi yang baik, melayani pelanggan dengan rendah hati dan menepati janji. Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan bisnis berdasarkan prinsip syariah diantaranya adalah membangun motivasi dan tekad yang kuat, tawakal kepada Allah, memilih bisnis yang paling dikuasai, sabar, dan berbuat kebaikan.

Semakin maju perkembangan zaman dan perubahan pola hidup menyebabkan kebutuhan manusia juga terus meningkat. Semakin meningkatnya kebutuhan tersebut, tentunya akan mendatangkan peluang-

⁴ R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002),141.

⁵ Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 128.

⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), 196.

⁷ Hilma Yuniar Widya Ningrum and Deden Gandana Madjakusumah, "Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri Di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay," *Jurnal Riset Perbankan Syariah* Volume 1 Nomor 1 (2022), 30.

peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Salah satunya adalah bisnis desain dan percetakan. Percetakan merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa, dimana konsumen bisa mengirimkan desainnya sendiri untuk dicetak atau bisa juga meminta bantuan dari perusahaan untuk sekaligus mendesain dan langsung cetak.⁸ Dalam budaya masyarakat Indonesia usaha percetakan dapat dikatakan sebagai jenis usaha yang tidak larut oleh waktu. Saat ini perkembangan zaman menjadikan sebuah usaha percetakan semakin berkembang.⁹ Hal yang dapat menunjang bisnis percetakan ini adalah teknologi dalam percetakan. Teknologi percetakan dapat dengan mudah ditransfer namun disisi lain modal untuk dapat memulai bisnis ini juga tergolong cukup besar. Dimana harga mesin percetakan pun diketahui sangat mahal. Hal ini dikarenakan di dalam mesin percetakan terdapat komponen-komponen yang sangat modern dan canggih sehingga dapat menghasilkan suatu barang yang baik dan memuaskan serta memiliki nilai jual. Selain itu dalam usaha percetakan tidak hanya satu atau dua komponen saja yang perlu disiapkan.¹⁰

Selain teknologi yang baik, Sumber Daya Manusia (SDM) juga dibutuhkan demi berkembangnya bisnis percetakan ini. SDM memiliki peran dominan terhadap faktor produksi, seperti mesin, modal, material, metode dalam merencanakan, melaksanakan, serta mengendalikan setiap kegiatan dalam perusahaan. Oleh karna itu, meningkatkan kualitas SDM yang ada dalam perusahaan merupakan hal yang mutlak dilakukan.¹¹ Industri percetakan di Indonesia bisa dikatakan sebagai jenis bisnis yang tidak larut oleh waktu. Bisnis percetakan saat ini sudah semakin banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena dianggap memiliki peluang yang cukup besar. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jumlah usaha percetakan yang berhasil dan

⁸ Nismah Panjaitan, Dini Wahyuni, and Mangara Tambunan, "Reduksi Produk Cacat Pada Kegiatan Percetakan," *Jurnal Ilmiah Widya Teknik* Volume 16 Nomor 2 (2017), 85.

⁹ Buyung Wiranata and Bambang Haryadi, "Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada PT. Ubital Offset Printing," *Agora* Volume 1 Nomor 1 (2013), 3.

¹⁰ Novi Andhika Putri, "Analisis Proses Bisnis Pada Percetakan Bhineka Riyant," *JIKA: Jurnal Teknik Informatika*, Volume 2 Nomor 3, (2017), 49.

¹¹ Mukhlison Effendi and Sulistyorini, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Lembaga Pendidikan Islam," *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* Volume 2 Nomor 1 (2021), 39–40.

berkembang pesat. Pesatnya usaha tersebut, akhir-akhir ini menggairahkan minat pengusaha untuk merintis bisnis di bidang percetakan ini.

Kondisi peningkatan persaingan ini tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga membuat suatu bisnis termasuk bisnis percetakan berada pada posisi yang mudah diserang. Siapapun yang mampu bersaing, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Namun kategori di dalam bisnis Islam, selain bersaing dalam dunia bisnis secara umum, para pebisnis Muslim juga harus lebih cermat dalam mengkaji aspek-aspek syari'at dalam kegiatan bisnis mereka.¹² Di Kabupaten Pacitan sendiri sudah banyak berdiri perusahaan percetakan. Sudah ada puluhan usaha yang bergerak di bidang ini.¹³ Salah satunya adalah OSD.

OSD merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang percetakan *desain dan printing*. Bisnis ini berlokasi di Jl. A. Yani No. 122B, Kelurahan Sidoharjo Kecamatan Pacitan Kabupaten Pacitan. Perusahaan ini dipimpin oleh Patria Wedasmara dan sudah berdiri sejak tahun 2007. OSD merupakan salah satu usaha percetakan yang tergolong unggul di Pacitan. Hal ini dikarenakan pangsa pasar yang dilakukan oleh OSD sudah cukup luas, diantaranya Ponorogo, Wonogiri, dan juga Yogyakarta.¹⁴

Demi menjaga kelangsungan bisnisnya, OSD menerapkan strategi-strategi untuk mengembangkan bisnisnya. Strategi merupakan rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu perusahaan yang diperlukan guna mencapai tujuan-tujuan perusahaan dengan memperhatikan sumber-sumber perusahaan yang ada maupun keadaan lingkungan yang dihadapinya.¹⁵ Strategi disini meliputi strategi dalam hal produk, harga, distribusi, maupun promosi. Strategi produk yang dilakukan oleh OSD yaitu dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan yang mampu menarik minat konsumen. Dalam strategi harga, OSD melakukan riset lapangan

¹² Fita Nurotul Faizah, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM Mekar Abadi Grobogan," *Skripsi* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo, 2018), 43.

¹³ Fajar Setyawan, *Observasi*, 23 November 2022

¹⁴ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 23 November 2022

¹⁵ Sukristono, "Perencanaan Strategis Bank," *Jurnal Bisnis Islam* Volume 3 Nomor 7 (2018), 56.

terlebih dahulu untuk menetapkan harga suatu produk. Harga yang ditetapkan oleh OSD sudah diperhitungkan sesuai dengan biaya produksi, operasional, dan keuntungan.¹⁶

Di dalam ekonomi Islam dibolehkan menggunakan berbagai strategi untuk memasarkan atau menjual suatu produk, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan dan menzalimi pihak lain. Maka, tipu daya dalam strategi pemasaran itu dilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan dan kezaliman. Sementara ketiga hal ini dilarang oleh Allah SWT, karena itu dalam strategi pemasaran haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya.¹⁷ Harga yang terbentuk harus sesuai dengan kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) pasar.¹⁸ Oleh karena itu harga barang tidak boleh ditetapkan oleh pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum *supply and demand*. Yang paling penting dalam prinsip harga adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan para pihak yang terlibat di pasar.¹⁹ Selanjutnya strategi distribusi, yaitu proses pendistribusian produk ke tangan konsumen. Dalam hal ini, OSD melakukan pendistribusian hasil produknya melalui dua saluran distribusi yakni langsung ke tangan konsumen dan melalui jasa pengiriman.²⁰

Dalam ekonomi Islam diatur kaidah distribusi pendapatan, baik antara unsur-unsur produksi maupun distribusi dalam sistem jaminan sosial. Islam telah melarang penimbunan atau hal-hal yang menghambat pendistribusian barang sampai ke konsumen.²¹ Menimbun adalah membeli barang dalam

¹⁶ Agum Pamungkas, *Wawancara*, 23 November, 2022

¹⁷ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah Life And General* (Jakarta: Gema Insane, 2004), 440.

¹⁸ Supriadi Muslimin, Zainah Zainab, and Fajar Wardah, "Konsep Penetapan Harga Dalam Prespektif Islam," *Al Azhar : Journal of Islamic Economics* Volume 2 Nomor 1 (2020), 89.

¹⁹ Muhammad Birusman Nuryadin, "Harga Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Mazahib* Volume 4 Nomor 1 (2019), 90.

²⁰ Agum Pamungkas, *Wawancara*. 23 November 2022

²¹ Muhammad Nasir, "Distribusi Dalam Islam," *Jurnal Muqtasid* Volume 2 Nomor 1 (2010), 1367.

jumlah yang banyak kemudian menyimpannya dengan maksud untuk menjualnya saat atau dengan harga tinggi.²² Selain strategi produk, harga, dan distribusi, terdapat strategi lain yaitu strategi promosi. OSD melakukan promosi berawal dari mulut ke mulut antara satu orang dengan orang lain. Lambat laun, OSD mulai mempromosikan produknya melalui media sosial Facebook dan juga Instagram.²³ Ekonomi Islam menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa. Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah *personal selling*, iklan, promosi penjualan dan humas.²⁴ Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan rasa semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.²⁵

Setelah usaha yang dirintis berjalan lebih baik, pihak dari toko OSD mulai berfikir tentang bagaimana cara mengembangkan usahanya tersebut. Pengembangan suatu usaha tidak akan berjalan dengan sendirinya, melainkan dengan melakukan beberapa upaya dan strategi yang telah direncanakan sebelumnya.²⁶ Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi diartikan juga sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan, tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk di implementasikan.²⁷ Pengembangan bisnis adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan

²² Muhammad Syukur, "Distribusi Perspektif Etika Ekonomi Islam," *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* Volume 2 Nomor 2 (2018), 33.

²³ Fajar Setyawan, *Wawancara*. 23 November 2022

²⁴ Habiburrahman, "Strategi Promosi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi* Volume 22 Nomer 2 (2017), 177.

²⁵ Syabbul Bahri, "Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam," *Episteme: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* Volume 8 Nomor 1 (2013), 135.

²⁶ Agum Pamungkas, *Wawancara*. 23 November 2022

²⁷ Siti Aminah Chaniago, "Perumusan Manajemen Strategi," *Jurnal Hukum Islam* Volume 12 Nomor 1 (2014), 87.

stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu bisnis melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing sebuah bisnis. Pengembangan bisnis dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain, perluasan skala bisnis, perluasan cakupan bisnis dan perluasan dengan kerjasama, penggabungan serta ekspansi baru.²⁸

Pengembangan strategi bisnis di OSD sudah dilakukan untuk keberlangsungan perusahaan dan menjaga eksistensi sebuah bisnis percetakan. Namun, dalam pengembangan strategi bisnis perusahaan OSD mengalami beberapa permasalahan. Selain semakin banyaknya pesaing dalam usaha ini pandemi juga menjadi salah satu penyebab turunnya pada bisnis ini. Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat buruk kepada seluruh aspek ekonomi regional, nasional dan bahkan kepada ekonomi global. Hal ini juga berlaku pada bisnis percetakan OSD, pada masa pandemi Covid-19 banyak orang yang kehilangan pekerjaannya sehingga minat dan kebutuhan masyarakat mengenai jasa percetakan menurun, oleh karena itu hasil penjualan OSD juga mengalami penurunan.²⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan OSD, pendapatan pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 30% dari tahun lalu. Hal ini disebabkan karena adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang membuat masyarakat harus membatasi kegiatan diluar sehingga berdampak pada jasa percetakan yang ditawarkan. Selain itu, kegiatan operasional yang biasanya dilakukan setiap jam 08.00 – 21.00 WIB menjadi berkurang hanya sampai jam 19.00 WIB sehingga target penjualan tidak tercapai. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan harus melakukan pengembangan strategi bisnis yang baru agar kegiatan operasional tetap berjalan dan tetap *survive* di tengah Pandemi Covid-19. Namun, di tengah-tengah hambatan tersebut, pengelola yaitu pihak percetakan OSD

²⁸ Fadika Fatchur Rochman, "Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara," *Skripsi* (Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 39.

²⁹ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 5 Desember 2022

melaksanakan pengembangan untuk tetap menjaga eksistensi, mulai dengan penerapan protokol kesehatan hingga melakukan kerjasama dengan instansi pendidikan seperti SD, SMP, dan SMA untuk menarik minat konsumen. Selain itu, OSD melakukan pemasaran secara online melalui facebook dan instagram. Hal ini juga menjadi sebuah inovasi yang dilaksanakan oleh pihak pengelola toko OSD untuk menjaga tetap survive di tengah Pandemi Covid-19 dan juga sebagai usaha agar bisnisnya tidak kalah dalam persaingan dengan bisnis-bisnis percetakan lainnya, khususnya di wilayah Kabupaten Pacitan.³⁰ Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan tentu saja harus sejalan dengan perspektif ekonomi islam. Dimana dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).³¹

Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, hal ini berarti bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terkait erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. Prinsip-prinsip pengembangan bisnis yang selalu diterapkan oleh Rasulullah SAW antara lain adalah transparansi atau selalu terbuka dan jujur, selain itu ada juga *customer oriented* dimana menjaga kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting diterapkan dalam bisnis. Bersaing secara sehat dimana islam sangat melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara untuk mengembangkan usahanya. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya. Terwujudnya keadilan adalah misi diutusny para Rasul. Setiap bentuk ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena

³⁰ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 5 Desember 2022

³¹ Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam," *AL-TIJARY: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Volume 1 Nomor 1 (2015), 36.

itu, Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis. Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga hubungan antara yang satu dengan yang lain sebagai bentuk dari keadilan.³² Beberapa hal tersebut merupakan prinsip-prinsip yang penting diterapkan dalam setiap bisnis yang dijalankan salah satunya pada OSD.

Dari dialog lapangan yang sudah peneliti lakukan, penelitian ini menarik untuk dilakukan karena, menurut peneliti topik dan urgensi yang ada pada toko OSD ini perlu mendapatkan sorotan lebih dalam lagi. Dan dari pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Atas dasar latar belakang inilah, maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang strategi pengembangan bisnis percetakan pada usaha OSD Pacitan, sehingga peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan Di One Stop Design Pacitan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis di One Stop Design Pacitan yang ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam?
2. Bagaimana dampak dari strategi pengembangan bisnis yang dijalankan di One Stop Design Pacitan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

³² Ibid., 37–39.

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis di One Stop Design Pacitan yang ditinjau dalam perspektif Ekonomi Islam.
2. Untuk mengetahui dampak dari pengembangan bisnis yang dijalankan di One Stop Design Pacitan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat untuk pengembangan pengetahuan di bidang bisnis. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu, khususnya ilmu Ekonomi Islam sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah mampu memberikan informasi dan referensi mengenai penerapan strategi pengembangan bisnis pada One Stop Design Pacitan.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, studi penelitian terdahulu berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil dari penelitian yang sudah dibuat sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Namun penulis tetap melakukan penelaahan terhadap beberapa hasil karya dengan tema tersebut, guna menghindari terjadinya duplikasi penelitian.

Pertama Wahyuniarso Tri D S dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang”. Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi SDM pada industri tersebut dalam kondisi buruk, sedangkan kondisi pemasarannya kurang baik. Dalam hal ini strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri tersebut adalah dengan memperluas pasar,

sehingga barang lebih terkenal dan peningkatan teknologi tepat guna. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama membahas tentang strategi pengembangan bisnis, namun dalam analisisnya berbeda. Dalam penelitian lebih fokus pada pembuatan strategi yang tepat dalam rangka mengembangkan bisnis, bukan menganalisis pada analisis penerapan strateginya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.³³

Kedua Fadlika Fatchur Rochman “Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara”. Dalam penelitian ini, menganalisis mengenai kondisi lingkungan perusahaan yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang selanjutnya dianalisis menggunakan matriks IFE dan matriks EFE pada input data, matriks IE dan matriks SWOT pada tahap pencocokan, dan matriks QSPM untuk tahap perumusan strategi.³⁴ Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pengembangan bisnis, sedangkan yang membedakan dalam penelitian sebelumnya dalam analisisnya. Dimana dalam penelitian ini lebih menekankan dan menjelaskan pada strategi pengembangan bisnis yang tepat diterapkan pada OSD, bukan pada analisis terhadap lingkungan perusahaan.

Ketiga Ulfatun Nisa’, “Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem”. Dalam penelitian ini, memaparkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem sebagian besar sudah sesuai dengan strategi pengembangan dalam Islam, karena sebagian besar pengusaha Batik Tulis Lasem sudah menerapkan kejujuran, pertanggungjawaban, menjalin hubungan baik terhadap pelanggan maupun pengusaha yang lain, dan bersaing dalam perdagangan dengan cara yang sehat.³⁵ Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama

³³ Wahyuniarso Tri, “Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik Di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang,” *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2018).

³⁴ Fadika Fatchur Rochman, “Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara,” *Skripsi* (Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah 2013).

³⁵ Nisa’ Ulfatun, “Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem,” *Skripsi* (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

membahas tentang strategi pengembangan bisnis. Namun berbeda dalam fokus penelitiannya. Dimana dalam penelitian ini lebih menjelaskan pada alternatif strategi yang sesuai dalam mengembangkan bisnis, bukan pada analisis tentang strategi dalam memperebutkan pangsa pasar.

Keempat Agus Santoso, dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga Kabupaten Bogor, Jawa Barat)”. Dalam penelitian ini, menganalisa kondisi lingkungan perusahaan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) untuk pengumpulan dan pengolahan data, yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang selanjutnya dianalisis menggunakan matriks IFE dan matriks EFE pada tahap input data, matriks IE dan matriks SWOT pada tahap pencocokan dan matriks QSPM untuk tahap perumusan strategi.³⁶ Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pengembangan bisnis, akan tetapi berbeda dalam analisisnya. Penelitian ini difokuskan pada alternatif strategi pengembangan bisnis di OSD.

Kelima Rusydi dan Noviana, dengan judul penelitian “Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia).” Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ekonomi kreatif menuju kreativitas dalam lokakarya tari remaja Cut Meutia di Lhokseumawe. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui kuesioner terperinci. Penelitian menemukan bahwa yang paling ekonomi kreatif berpengaruh signifikan terhadap lokakarya kreativitas remaja Dance Cut Meutia di Lhokseumawe. Nilai koefisien Penentuan 0306, ini menunjukkan kemampuan variabel bebas (kreatif ekonomi) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap suatu variabel terikat (kreativitas remaja) sebesar 30,6%, sisanya sebesar 57,2% dipengaruhi oleh

³⁶ Agus Santosa, “Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga Kabupaten Bogor, Jawa Barat),” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume 12 Nomor 1 (2011).

variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.³⁷ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai penerapan ekonomi kreatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Keenam Muhammad Hasan, dengan judul penelitian “Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap sikap kreatif pelaku UMKM sub sektor ekonomi kreatif di Kecamatan Panakkukang dalam konteks pembinaan ekonomi kreatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 129 pelaku UMKM subsektor industri kreatif. Total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 33 pelaku UMKM sub sektor industri kreatif. Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap kreatif pelaku UMKM sub sektor ekonomi kreatif di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.³⁸ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai penerapan ekonomi kreatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Ketujuh Ash Shadiq Egim dan Nenengsih, dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas Daerah di Kota Padang Dengan Pengemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi.” UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah, karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Salah satu UMKM di Kota Padang yang sangat berpotensi untuk dikembangkan yaitu Industri Makanan Khas Daerah. Kegiatan pengembangan UMKM ditujukan sebagai salah satu pilar ekonomi

³⁷ Noviana and Rusydi, “Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia),” *Jurnal Visioner Dan Strategis* Volume 5 Nomor 1 (2016).

³⁸ Muhammad Hasan, “Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi,” *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Pertanian* Volume 2 Nomor 1 (2014).

kerakyatan yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian daerah.³⁹ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan usaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Kedelapan Fitrah Rahmawati, dalam penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Wong Solo Di Kendari.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis rumah makan Wong Solo yaitu penentuan lokasi yang strategis dengan memanfaatkan manajemen sumberdaya manusia yang handal dibidangnya baik pemilihan bahan dasar maupun pengolahan produk yang menjadi menu utama dengan cita rasa yang khas serta peningkatan layanan, menjaga keamanan dan kenyamanan terhadap pelanggan. Sehingga lahirah strategi pelayanan prima dengan metode *Greeting*. *Greeting* adalah ungkapan sambutan atau salam dengan metode: 1) menyambut tamu dengan sambutan sesuai standar perusahaan, 2) senyum dengan tulus, 3) mengantar tamu kemeja yang sudah disediakan sesuai dengan jumlah tamunya.⁴⁰ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan bisnis. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Kesembilan, Tjutju Fatimah yang berjudul “Pedagang Kaki Lima (PKL) Sebagai Alternatif Solusi dalam Mengatasi Kemiskinan dan Pengangguran”. Dalam jurnal ini menjelaskan apabila keberadaannya pedagang kaki lima dipoles dan ditata dengan konsisten, keberadaan PKL ini justru akan menambah eksotik keindahan sebuah lokasi wisata di tengah-tengah kota. Hal ini bisa terjadi apabila PKL dijadikan sebagai bagian dari solusi (part of solution). Dalam konteks penumbuhan enam juta unit usaha baru sebagai wujud komitmen pemerintah dalam memberdayakan usaha

³⁹ Ash Shadiq Egim and Nenengsih, “Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas Daerah Di Kota Padang Dengan Pengemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi,” *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* Volume 5 Nomor 3 (2019).

⁴⁰ Fitrah Rahmawati, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Wong Solo Di Kendari,” *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 3 Nomor 2 (2018).

mikro dan usaha kecil, maka sasaran utama program seyogyanya ditujukan kepada PKL dan sudah teruji sebagai bibit entrepreneur untuk diberdayakan menjadi unit usaha baru yang tangguh serta mampu mengatasi pengangguran.⁴¹ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai perkembangan bisnis. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Kesepuluh, Ay Ling dalam penelitian yang berjudul “Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya)”. Dalam jurnal ini menjelaskan Pengelolaan usaha menengah pada Rumah Makan Palem Asri, dimana apabila dilihat dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, dan aspek produksi dan operasional sudah berjalan dengan baik. Pada pembagian sumber daya manusia pembagian tugas dan tanggung jawab untuk masing-masing karyawan sudah jelas. Pada bagian keuangan pembukuan dilakukan setiap hari. Dan pada bagian produksi dan operasional Rumah Makan Palem Asri memasok bahan baku setiap harinya. Sedangkan aspek pemasaran yang ada diperusahaan belum berjalan secara optimal, hal ini dapat dilihat belum adanya divisi khusus yang menangani pemasaran. Manajer merangkap tugas dalam bagian ini. Lingkungan eksternal Rumah Makan Palem Asri memberikan ancaman yang cukup besar terhadap Rumah Makan Palem Asri. Yang memberikan tekanan adalah pendatang baru. Banyaknya pendatang baru yang bermunculan di area sekitar Rumah Makan Palem Asri. Selanjutnya adalah persaingan diantara anggota industri. Pesaing memiliki konsep yang baik (secara outlet dan desain), selain itu pesaing juga gencar melakukan promosi.⁴² Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai pengembangan usaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada

⁴¹ Tjutju Fatimah, “Pedagang Kaki Lima (PKL) Sebagai Alternatif Solusi Dalam Mengatasi Kemiskinan Dan Pengangguran,” *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi* Volume 10 Nomor 2 (2021).

⁴² Ay Ling, “Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya),” *Jurnal Agora* Volume 1 Nomor 1 (2018).

objek penelitian yang dipilih.

Kesebelas, Raihanah Daulay yang berjudul “Pengembangan Usaha Mikro Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Kota Medan”. Hasil survei juga memberikan informasi, bahwa seluruh pemilik usaha mempunyai keinginan yang besar untuk dapat mengembangkan usaha mereka agar terjadi peningkatan dan dapat bersaing. Tetapi pengembangan usaha membutuhkan sumber daya, baik dari segi keterampilan maupun modal dan sebanyak 20% pelaku usaha mikro merasa kekurangan sumber daya untuk mengembangkan usahanya. Sebagian pemilik usaha merasa tidak mempunyai modal untuk dapat mengembangkan usaha lebih besar lagi, jika tanpa adanya modal tambahan dari luar, sehingga ada di antara usaha mikro yang tidak mempunyai modal akan berencana untuk beralih ke usaha lain. Para pemilik usaha mikro mengandalkan warung atau kedai yang dikelolanya dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarga sehari-hari. Oleh sebab itu keuntungan yang di dapat sebagian besar hanya habis untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Hal ini menjadikan pelaku usaha kecil tidak memiliki modal tambahan. Adapun untuk mendapatkan tambahan modal melalui pembiayaan lembaga keuangan, sebagian besar usaha mikro belum mempunyai persyaratan yang diperlukan.⁴³ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan UMKM. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Keduabelas, Fauzan Anggi Prasatya yang berjudul “Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Jajanan Asing Kaki Lima di Kota Serang”. Dalam penelitian ini terdapat 74 orang (83.15%) yang mengalami keberhasilan usaha ditunjukkan dengan adanya peningkatan omzet 25% dari modal awal usaha. Pria lebih banyak membuka usaha dibandingkan wanita. Jenis kelamin pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil dalam penelitian ini didominasi oleh pria 59 orang. Secara keseluruhan, wanita

⁴³ Raihanah Daulay, “Pengembangan Usaha Mikro Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Di Kota Medan,” *Miqot: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* Volume 40 Nomor 1 (2019).

merupakan perbedaan nyata keberhasilan usaha karena 15 orang menunjukkan peningkatan omzet 25% dari 18 orang responden yang mengisi kuesioner. Dalam penelitian ini terdapat 15 orang (16,85%) yang mengalami kegagalan usaha ditunjukkan dengan tidak adanya peningkatan omzet 25% dari modal awal usaha. Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai keberhasilan suatu usaha.⁴⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Ketigabelas, Jumhur yang berjudul “Model Pengembangan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kuliner di Kota Singkawang”. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Di dalam usahanya membina, menata dan mengembangkan PKL kuliner beberapa dinas atau intitusi lain yang harus terlibat diantaranya adalah biro administrasi perekonomian, biro administrasi sarana dan prasarana kota, Bappeda/Bapeko, dinas perdagangan, dinas perindustrian, dinas pasar, dinas tenaga kerja dan transmigrasi, dinas pendapatan daerah, Satpol PP, dinas tata kota, dinas kebersihan dan pertamanan, dinas pekerjaan umum, dinas perhubungan, dinas kesehatan, Balai POM, organisasi PKL kuliner (asosiasi PKL), koperasi PKL kuliner, lembaga bantuan modal/finansial, dan perguruan tinggi. Hasil survei lapangan di Kota Singkawang menunjukkan sebagian besar PKL belum mendapatkan pembinaan dari pemda.⁴⁵ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan usaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Keempatbelas, Akbar Khamarullah dengan judul “Strategi dan Dampak Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berbasis Minapolitan (Studi pada Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi)”. Minapolitan ditujukan untuk mengoptimalkan potensi perikanan dan kelautan yang dapat menjadi penyumbang pembangunan

⁴⁴ Fauzan Anggi Prasatya, “Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Jajanan Asing Kaki Lima Di Kota Serang,” *Jurnal MPI* Volume 12 Nomor 2 (2017).

⁴⁵ Jumhur, “Model Pengembangan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kuliner Di Kota Singkawang,” *JEBIK: Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* Volume 4 Nomor 1 (2020).

perekonomian daerah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang merata khususnya melalui sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang budidaya perikanan yang saat ini masih mengalami berbagai macam hambatan dalam pengembangannya sehingga membutuhkan perhatian dari pemerintah daerah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM yang dilakukan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi, yaitu pemberdayaan sumber daya manusia, bantuan permodalan usaha, dan pengembangan Balai Benih Ikan. Dalam hal ini pengembangan UMKM mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi pembudidaya serta mampu menyerap tenaga kerja yang ada disekitar lingkungan usaha budidaya, terlepas dari adanya faktor pendukung dan penghambat dalam prosesnya.⁴⁶ Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan usaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Kelimabelas, Meri Ayu dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Darussalam)”. UMKM dikenal sebagai usaha yang mampu mengatasi pengangguran dan kemiskinan, Aceh merupakan suatu daerah yang dikenal dengan daerah Serambi Mekkah yang dibaluti dengan peraturan-peraturan yang ketat dalam setiap kegiatan masyarakat seperti kegiatan ekonomi, sehingga tidak dapat dipungkiri setiap kegiatan ekonomi harus diawasi dengan baik. Di Aceh UMKM sangat berperan penting untuk mengurangi pengangguran karena dengan adanya UMKM dapat membuka kesempatan kerja yang besar sehingga meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakatnya. Salah satu UMKM yang sering di jalankan oleh masyarakat adalah Livelihood Activities yang merupakan usaha kecil menengah yang

⁴⁶ Akbar Khamarullah, “Strategi Dan Dampak Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Minapolitan (Studi Pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi),” *Jurnal Administrasi Publik* Volume 2 Nomor 4 (2021).

digunakan untuk mencari nafkah contohnya seperti pedagang kaki lima. Di Banda Aceh banyak sekali dijumpai pedagang kaki lima yang dijadikan sebagai mata pecaharian khususnya di daerah Darussalam, dimana dengan semakin banyaknya muncul pedagang kaki lima tentu semakin ketat persaingan yang terjadi dalam mengembangkan masing-masing usahanya. Persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan UMKM.⁴⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dipilih.

Dari seluruh penelitian terdahulu yang dicantumkan diatas maka belum ada penelitian yang membahas tentang Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan di OSD Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Sehingga penelitian ini dinyatakan perlu dan penting untuk diteliti agar nantinya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan OSD.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan dan terlibat didalamnya untuk mendapatkan data secara langsung.⁴⁸ Peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti terjun langsung di lapangan untuk mengamati langsung yang terjadi disana tentang bagaimana penerapan strategi pengembangan bisnis dan pelayanan di OSD Pacitan.

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah di mana peneliti sebagai instrumen kunci. teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi

⁴⁷ Meri Ayu, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Darussalam)," *Skripsi* (Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).

⁴⁸ Conny R Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Grasindo, 2010), 9.

(gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi.⁴⁹ Metode penelitian kualitatif mengungkapkan berbagai macam keunikan yang ada dalam individu, masyarakat maupun organisasi secara keseluruhan, dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.⁵⁰ Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini karena karena peneliti tertarik dengan sebuah fenomena di lapangan yaitu meneliti Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan Dalam Prespektif Ekonomi Islam di One Stop Design Pacitan.

2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang digunakan peneliti yaitu Toko OSD, yang ber alamatkan di Jl. A.Yani No. 122 B Kelurahan Sidoharjo Kecamatan Pacitan Kabupaten Pacitan. Peneliti memilih lokasi ini dikarenakan peneliti tertarik dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di OSD. Peneliti tertarik melakukan penelitian di lokasi ini karena, toko OSD merupakan salah satu toko yang perkembangannya cukup bagus di wilayah Kecamatan Pacitan. Dan berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa urgensi yang menurut peneliti sangat menarik untuk dibahas. Selain itu lokasi ini memiliki tempat yang strategis.

3. Data Penelitian dan Sumber Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan penelitian, peneliti menggunakan data primer tentang :

- a. Strategi pengembangan bisnis di OSD. Data ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik toko dan juga karyawan dari OSD.
- b. Dampak dari strategi pengembangan bisnis yang dijalankan oleh

⁴⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 9.

⁵⁰ Yutisa Tri Cahyani, "Strategi Pemasaran Produk Usaha Pesantren Untuk Meningkatkan Perekonomian Santri (Studi Kasus PP. Riyatul Jannah Pacet Mojokorto," *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, Volume 4 Nomor 2, (2021), 21.

OSD. Data ini juga bersumber dari hasil wawancara dan juga observasi, yang dilakukan langsung dengan pemilik toko dan juga karyawan dari OSD.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapat data.⁵¹ Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data ini adalah dengan menggunakan metode:

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁵² Wawancara dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya.

Dalam melakukan wawancara peneliti mencatat point-point penting dari jawaban-jawaban dari pihak informan. Peneliti juga menggunakan alat perekam berupa handphone untuk merekam pada saat wawancara berlangsung. Daftar informan yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah pemilik, beberapa karyawan dan konsumen.

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan OSD. Adapun jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur atau terbuka, yaitu peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

b. Observasi

⁵¹ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), 375.

⁵² *Ibid.*, 384.

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.⁵³

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi nonpartisipan artinya peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat. Observasi yang dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan bisnis OSD.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dimana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis.⁵⁴ Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan dokumentasi dengan tujuan untuk mendapatkan segala informasi atau data. Dokumentasi yang digunakan penulis seperti produk-produk dari toko OSD yang diakses melalui website dan sosial media dari toko OSD tersebut.

5. Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan konsep Miles dan Huberman yang teknik analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahap penelitian sampai tuntas, mencakup tiga kegiatan yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah

⁵³ Amir Syamsudin, "Pengembangan Instrumen Evaluasi Informal Kualitatif," *Jurnal Pendidikan Anak* Volume 3 Nomor 1 (2019), 404.

⁵⁴ Dedi Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda, 2006), 120.

⁵⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), 231.

dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu diperlukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum dan memilih hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.⁵⁶ Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan. Dalam langkah ini, peneliti merangkum semua data yang disampaikan oleh pihak-pihak yang terkait dan membuang data yang tidak perlu.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁵⁷ Langkah peneliti dalam penelitian setelah data direduksi yaitu menyajikan data dalam bentuk naratif.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing atau Verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan bagian akhir dari teknik analisis data. Kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas. Kesimpulan yang dikemukakan harus didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten sehingga kesimpulan dapat dikatakan kredibel.

⁵⁶ Nurul Hidayati, "Upaya Institusi Sosial Dalam Menanggulangi Pengemis Anak Di Kota Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah* Volume 2 Nomor 2 (2017), 42.

⁵⁷ *Ibid.*, 45.

Kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam pengolahan data. Peneliti menyimpulkan dengan runtut dan urut dari semua data yang telah disajikan sehingga kesimpulan yang dibuat dapat dipahami.⁵⁸

6. Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkannya, menyusun ke dalam pola, dan membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan dapat diinformasikan kepada orang lain.⁵⁹

Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan analisis deskripsi dengan memaparkan data-data yang berhubungan dengan strategi pengembangan bisnis pada usaha OSD Pacitan.

Data-data yang telah terkumpul, selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Yang dimaksud dengan kualitatif adalah metode analisa data yang dikelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang diajukan.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Craswell dalam Ridwan menjelaskan bahwa validitas dalam penelitian kualitatif didasarkan pada kepastian bahwa hasil penelitian benar dari sudut pandang peneliti, partisipan, atau khalayak umum, istilah validitas dalam penelitian kualitatif dapat disebut reliabilitas, otentisitas dan reliabilitas. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji reliabilitas sebagai uji reliabilitas data menurut metode berikut:

a. Triangulasi

Menurut Moleong dan Ridwan, triangulasi adalah teknik yang digunakan untuk memverifikasi kebenaran data dengan cara

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Muhammad Arif, "Metode Penelitian Dan Teknis Analisis Data," *Pengabdian: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat* Volume 1 Nomor 2 (2020).

mengecek atau membandingkan data yang diperoleh dengan sumber atau kriteria lain di luar data untuk meningkatkan keabsahan data. Triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah.⁶⁰ Triangulasi Sumber, yaitu membandingkan pesan subjek dengan perkataan informan dengan maksud agar informasi yang diperoleh dapat dipercaya, karena tidak hanya berasal dari satu sumber yaitu subjek, tetapi juga dari beberapa sumber lain, seperti tetangga atau teman. pada subjek .⁶¹

b. Menggunakan Referensi yang Tepat

Menurut Ridwan, bahan referensi ini merupakan alat pendukung untuk membuktikan informasi yang peneliti temukan. Misalnya, data wawancara harus didukung dengan rekaman wawancara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tape recorder untuk merekam hasil wawancara dengan informan. Saat menguji validitas eksternal penelitian kualitatif, peneliti yang menyusun laporan harus memberikan gambaran yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi dan dapat sesuai dengan pembahasan. Dimana dalam penulisan skripsi ini akan terdiri dari 5 bab, dan setiap babnya akan terdiri dari beberapa sub bab yang saling berkaitan antara satu sama lain sehingga menjadi satu pembahasan yang utuh. Adapun susunan sistematikanya adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian

⁶⁰ Umar Sidiq, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin, "Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1–228.

⁶¹ H. Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).

serta sistematika pembahasan. Bab ini berperan sebagai cerminan umum guna memberi pola pemikiran untuk totalitas skripsi.

BAB II KAJIAN TEORI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM ISLAM DAN DAMPAK PENGEMBANGAN BISNIS

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori yang akan digunakan untuk menganalisa hasil dari penelitian tersebut. Bab ini juga menjelaskan mengenai pengertian yang diperlukan untuk pembahasan di bab selanjutnya sehingga dapat digunakan sebagai dasar dari penelitian. Mulai dari teori pemasaran, produk, dan proses pelayanan. Penggunaan teori pada bab ini juga menyesuaikan dengan jumlah teori yang dibutuhkan. Dalam kualitatif biasanya penggunaan teori sebagai alat bantu memahami data bukan sebagai alat ukur.

BAB III PAPARAN DATA

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari toko percetakan OSD serta menguraikan data untuk rumusan masalah. Pertama, tentang strategi pengembangan bisnis percetakan di OSD ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam. Dan yang kedua, tentang dampak dari strategi pengembangan bisnis yang dijalankan pada OSD. Paparan data ini berisi hasil dari wawancara, hasil observasi dan juga kesimpulan.

BAB IV PEMBAHASAN/ANALISIS

Pada bab ini merupakan proses analisis data menggunakan teori dalam rangka menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Pada bab ini memuat hasil penelitian yang berisi tentang Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan di One Stop Design (OSD) Pacitan dalam Perspektif Ekonomi Islam.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran sesuai dengan masalah dan tujuan untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian. Kesimpulan akan ditulis dalam bentuk yang singkat namun jelas. Saran akan berisi mengenai dua hal yaitu pengembangan keilmuan dalam bentuk penelitian lanjutan dan perbaikan aplikasi hasil penelitian.



BAB II

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM ISLAM DAN DAMPAK PENGEMBANGAN BISNIS

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.¹ Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus.²

Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Didalam bukunya Freddy Rangkuti menjelaskan beberapa pengertian mengenai strategi menurut beberapa para ahli. Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth, strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) *Distinctive Competence* : tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan

¹ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014), 2.

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), 1092.

pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki *Distinctive Competence*.

- 2) *Competitiv Advantage* : kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar.³

2. Fungsi Strategi

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat beberapa fungsi yang harus dilakukan, yaitu :

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasidengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atas aktivitas atas aktivitas organisasi kedepan.
- f. Menanggapi dan beraksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.⁴

3. Klasifikasi Strategi

- a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Adalah kombinasi dari proses produksi, penjualan, atau proses ekonomi lainnya yang secara teknologi berbeda dalam batas-

³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2017), 4-6.

⁴ Sofian Assauri, *Strategic Management* (Jakarta: Rajawali Press, 2017), 10.

batas satu perusahaan tunggal. Strategi Integrasi Vertikal dibedakan menjadi :

1) Strategi Integrasi ke Depan (*Forward Integration Strategy*)

Strategi integrasi ke depan berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor.⁵

2) Strategi Integrasi ke Belakang (*Backward Integration Strategy*)

Strategi integrasi ke belakang merupakan suatu strategi perusahaan agar pengawasan terhadap bahan baku dapat ditingkatkan, apabila para pemasok sudah dinilai tidak menguntungkan perusahaan, seperti keterlambatan dalam pengadaan bahan, kualitas bahan yang menurun, biaya yang meningkat sehingga tidak lagi dapat diandalkan.⁶

3) Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing perusahaan walaupun harus memilikinya. Jadi, tujuan strategi ini adalah untuk mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan pengendalian para pesaing.⁷

b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini dapat digunakan pada saat menentukan strategi atas produk baru atau penawaran produk baru di pasar yang ada maupun pasar yang baru.⁸ Strategi ini dibedakan menjadi 3 yaitu :

1) Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar.⁹

2) Strategi Pengembangan Pasar (*Market Development Strategy*)

⁵ Ibid., 144.

⁶ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2010),

⁷ Ibid., 31.

⁸ Rachmat, *Manajemen Strategik Edisi Pertama* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2018), 144.

⁹ Ibid., 145.

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru.

3) Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*)

Pengembangan produk adalah strategi mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Strategi pengembangan produk biasanya mencakup tiga jenis kegiatan, yaitu mengembangkan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama, dan mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama tersebut. Inovasi-inovasi baru sangat diperlukan untuk memuaskan konsumen. Mengingat kepuasan konsumen cenderung akan sering berubah seiring dengan berubahnya kemampuan ekonomi dan polahidup masyarakat.

c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini menuntut perusahaan untuk tumbuh dengan cara menambahkan produk atau devisa yang berbeda dengan produk atau devisa yang sudah ada. Hal ini biasanya dilakukan saat perusahaan berada pada industri yang telah terkonsolidasi dan pertumbuhannya menjadi terbatas. Dengan diversifikasi, perusahaan berpeluang tumbuh besar lagi. Strategi diversifikasi dibagi menjadi dua, yaitu :

1) Strategi Diversifikasi Terkait/ Konsentrik (*Concentric Diversification Strategy*)

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menambah produk atau jasa baru, tetapi masih saling berhubungan. Strategi ini dapat dilaksanakan apabila perusahaan memiliki posisi bersaing yang kuat, tetapi daya tarik industrinya rendah.

2) Strategi Diversifikasi Tidak Terkait/ Konglomerat (*Conglomerat Diversification Strategy*)

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menambah

produk atau jasa baru yang tidak saling berhubungan.

4. Strategi Pengembangan Usaha

a. Modal Kerja (Permodalan)

Modal kerja adalah investasi sebuah perusahaan pada aktiva-aktiva jangka pendek-kas, sekuritas, persediaan dan piutang. Modal kerja merupakan suatu ukuran dari likuiditas perusahaan. Oleh karena itu, dalam rangka mewujudkan suatu konsep modal kerja yang sesuai dengan pengharapan pihak perusahaan, maka harus diterapkannya suatu ilmu manajemen yang bisa memberikan arah konsep sesuai dengan yang dimaksud dalam kaidah manajemen modal kerja. Manajemen modal kerja berkaitan dengan manajemen aktiva lancar-kas, piutang dan persediaan serta prosedur pendanaan aktiva tersebut.¹⁰

b. Pemasaran

Melalui proses tersebut, suatu produk atau jasa diciptakan, dikembangkan, dan didistribusikan pada masyarakat. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Konsep yang paling mendasar dalam pemasaran yaitu kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia (*human need*) adalah keadaan seperti perasaan kehilangan dalam diri seseorang.

1) Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan.

Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang lainnya.

117. ¹⁰ Irham Fahmi, Kewirausahaan (Teori, Kasus, dan Solusi), (Bandung : Alfabeta, 2017),

Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.

2) Harga

Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa.

3) Tempat

Tempat yang menarik bagi pelanggan adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien untuk proses produksi maupun distribusi.

4) Promosi

Promosi adalah cara mengomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya pelanggan mengenal dan membeli. Tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan barang dan jasa agar diketahui, dibutuhkan, dan diminta oleh pelanggan.

B. Bisnis Dalam Islam

1. Pengertian Bisnis Dalam Islam

Kata bisnis dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata "*business*" dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Sedangkan secara terminologis bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang mengorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis merupakan segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan untuk kehidupan

masyarakat sehari-hari.¹¹ Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.¹²

Sejak zaman Nabi Muhammad SAW, umat Islam telah menjalani dalam dunia bisnis. Para sahabat yang menjadi pengusaha besar dalam mengembangkan jaringan bisnis dilakukan di perbatasan wilayah Makkah atau Madinah. Mereka membangun kehidupan bisnis mereka atas dasar Ekonomi Syariah dan nilai-nilai Islam. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal pengelolaan perusahaan berpedoman pada nilai-nilai Islam. Demikian pula dalam seluruh keputusan bisnis, pengembangan sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis.

Menurut Yusanto dan Widjajakusuma, bisnis Islami diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).¹³

Disamping anjuran untuk mencari rizeki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalan, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaan (pengelolaan dan pembelanjaan). Sebagaimana dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Ahmad yang artinya “Kedua telapak kaki seorang anak Adam di hari kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya mengenai lima perkara: tentang umurnya, apa yang dilakukannya; tentang masa mudanya, apa yang dilakukannya; tentang hartanya, dari mana dia peroleh dan untuk apa dia belanjakan; tentang ilmunya, apa yang dia kerjakan dengan ilmunya.

2. Tujuan Bisnis Islam

Dengan syari'at sebagai kendali dalam menjalankan roda bisnis,

¹¹ M Manullang, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT. Indeks, 2013), 2.

¹² Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, 196.

¹³ Yusanto and Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2017), 18.

mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut :

- a. Target hasil, hal ini bisa berupa keuntungan materi maupun keuntungan non materi. Hasil akhir dari sebuah usaha adalah :
 - 1) Mencari profit dalam bentuk materi yang sebanyak-banyaknya dengan cara yang halal, bukan dengan cara yang haram dan bukan pula dengan menghalalkan berbagai cara
 - 2) Mencari manfaat non materi baik internal maupun eksternal, seperti persaudaraan dan silaturahmi. Kepedulian sosial Islam yakni membuka kesempatan kerja dan bersedekah yang semuanya dapat menjadi sarana secara bersama-sama untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
- b. Pertumbuhan akan terus meningkat, ini bermaksud agar bisnis dapat dijalankan bukan sekedar untuk mengembalikan modal atau mencari keuntungan semata. Hal ini juga bertujuan agar kedepannya dapat mengembangkan bisnis Islami tersebut lebih maju dan berkembang.
- c. Keberlangsungan, menjalankan bisnis bukan berarti setelah mendapatkan berbagai keuntungan akan selesai. Menjalankan bisnis juga bertujuan untuk semakin meningkatkan kualitas bisnisnya agar bisnis yang dikelola akan selalu eksis dalam dunianya.
- d. Akan mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT. Faktor keberkahan dan keridhaan Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim. Apabila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya elemen niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntutan syariat.

C. Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Islam

Pengembangan bisnis sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis yang salah satunya adalah keberlangsungan. Dalam Kamus Besar Bahasa

Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.¹⁴ Dan bisnis bisnis yaitu suatu kegiatan usaha yang mengorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Strategi bisnis berkaitan dengan cara-cara yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan persaingan di dalam setiap bisnisnya. Sebuah strategi bisnis memberikan stabilitas arah dan orientasi yang konsisten untuk beradaptasi dengan lingkungannya.

Strategi pengembangan bisnis dalam perspektif Ekonomi Islam meliputi beberapa sikap yaitu takwa, adil, pribadi yang baik, melayani pelanggan dengan rendah hati dan menepati janji. Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan bisnis berdasarkan prinsip syariah diantaranya adalah membangun motivasi dan tekad yang kuat, tawakal kepada Allah, memilih bisnis yang paling dikuasai, sabar, dan berbuat kebaikan.¹⁵

Namun yang harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan oleh setiap manusia sesuai dengan ajaran Islam yang telah ditentukan. Oleh karena itu, ajaran Islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, diantaranya yaitu:

1. Niat yang baik.

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, sebaiknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak, sebagaimana hadits Rasulullah berikut ini: “Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan”. (HR. Bukhari).

Apa yang dikatakan Rasulullah itu bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha. Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha

¹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, 538.

¹⁵ Mohamad Fahrizal Asrofi and Ahmad Syaiconi, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis,” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* Volume 1 Nomor 11 (2022) 58.

Allah semata,¹⁶

2. Menjalankan Usaha yang Halal

Usaha yang halal adalah produk yang membuatnya sesuai dengan syariat islam. Artinya, bahan pembuatan produk, proses pembuatan, dan kegunaan produk tersebut tidak melanggar syariat islam.¹⁷

3. Percaya pada Takdir dan Ridha

Seorang wirausaha muslim wajib mengimani/percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Setelah percaya dengan takdir, maka ia pun harus berdzikir dan bersyukur bila menerima keuntungan dalam hartanya dan tidak akan bergembira secara berlebihan-lebihan, Begitu pula jika sebaliknya, maka tetap ridha dan sabar menghadapi dan menjalaninya, karena dalam setiap kejadian pasti ada hikmah yang tersembunyi.¹⁸

4. Bersyukur

Wirausaha muslim adalah wirausaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang sudah Allah berikan selama ini, hal ini akan selalu diingatnya, Rasa syukur kepada Allah yang dimaksudkan di sini bukan hanya diucapkan saja, tetapi juga harus diiringi dengan perbuatan terutama bagi yang sudah berkecukupan dari hasil usahanya, yaitu dengan berzakat, berinfak, dan bersedekah.¹⁹

5. Amanah

Amanat berarti kedudukan atau kewajiban orang yang dipercaya (al-amin). Namun, amanat secara umum merupakan menjaga sesuatu, tidak harus harta, yang mesti dijaga dan disampaikan kepada seseorang. Seperti amanat untuk menjaga rahasia perusahaan, amanat dalam pekerjaan tertentu ataupun amanat untuk memberikan informasi kepada pihak tertentu. Islam mengajarkan agar seorang wirausaha muslim selalu menghidupkan mata hati mereka dengan selalu

¹⁶ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 68.

¹⁷ Ibid., 69

¹⁸ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 11.

¹⁹ Ibid., 13

menegakkan sikap amanah. Dan dengan sikap amanah itu pula mereka dapat menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, sehingga ia tidak lalai dalam melaksanakan kewajibannya. Makna amanah dalam berbisnis juga bisa dilihat dari ketika seorang penjual mengatakan dengan terus terang mengenai cacat barang yang dijualnya kepada calon pembelinya. Penjual yang jujur itu tidak khawatir barangnya tidak laku karena cacatnya diketahui oleh calon pembeli. Ia sadar betul dengan apa yang dirasakan dalam hatinya: “selayaknya seorang tidak ridha terhadap sesuatu yang menimpa orang lain sebagaimana dia tak akan ridha bila hal itu menimpa dirinya”.²⁰

D. Prinsip-Prinsip Bisnis dalam Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, hal ini berarti bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terkait erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat.²¹ Dalam hal ini ternyata sistem nilai yang berasal dari agama memberikan pengaruh yang dominan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis pemeluknya. Islam sebagai agama yang besar dan diyakini paling sempurna telah mengajarkan konsep-konsep unggul lebih dulu dari Protestan, akan tetapi para pengikutnya kurang memperhatikan dan tidak melaksanakan ajaran-ajaran Islam sebagaimana mestinya.²² Umat Islam seharusnya dapat menggali inner *dynamics* sistem etika yang berakar dalam pola keyakinan yang dominan. Karena ternyata banyak prinsip bisnis modern yang dipraktekkan perusahaan-perusahaan besar dunia sebenarnya telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Perusahaan-perusahaan besar dunia telah menyadari perlunya prinsip-prinsip bisnis yang lebih manusiawi seperti yang diajarkan oleh ajaran Islam, dan yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu :

²⁰ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 11.

²¹ Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 73.

²² Buchari Alma and Doni Juni Prianssa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 204.

1. *Customer Oriented*

Dalam bisnis, Rasulullah selalu menerapkan prinsip *customer oriented*, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak. Dampak dari prinsip yang diterapkan, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan. Selain itu prinsip *customer oriented* juga memberikan keleluasaan kepada konsumen atas hak *Khiyar* (meneruskan atau membatalkan transaksi) jika ada indikasi penipuan atau merasa dirugikan. Konsep *Khiyar* ini dapat menjadi faktor untuk menguatkan posisi konsumen di mata produsen, sehingga produsen atau perusahaan manapun tidak dapat berbuat semena-mena terhadap pelanggannya.

2. Transparansi

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap konsumen adalah ketika seorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen. Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu harus membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya. Transparansi baik dalam laporan keuangan, maupun laporan lain yang relevan.

3. Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing

dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dijaui.

4. *Fairness*

Terwujudnya keadilan adalah misi diutusny para Rasul. Setiap bentuk ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis. Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga hubungan antara yang satu dengan yang lain sebagai bentuk dari keadilan. Keadilan kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan menyebabkan kerugian bagi konsumen. Wujud dari keadilan bagi karyawan adalah memberikan upah yang adil bagi karyawan, tidak mengeksploitasinya dan menjaga hak-haknya. Dalam pemberian upah, Nabi Muhammad SAW telah mengajarkannya dengan cara yang sangat baik yaitu memberikan upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya (HR. Ibnu Majah dari Umar). Selain itu bentuk keadilan dalam berbisnis adalah memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Selain itu bentuk keadilan dalam bisnis adalah bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba karena riba mengakibatkan eksploitasi dari yang kaya kepada yang miskin.²³

E. Dampak Strategi Pengembangan Bisnis

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan

²³ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta, 2018.), 19–22.

diambil.²⁴

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.²⁵ Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besar harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.²⁶

Ada beberapa dampak yang terjadi setelah adanya pengembangan strategi dalam sebuah bisnis. Diantaranya adalah :

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi

Di dalam Islam kesejahteraan masyarakat tidak hanya di ukur melalui *materialisme*, atau biasa disebut dengan masyarakat yang memiliki harta yang berlimpah, di dalam ajaran Islam kesejahteraan masyarakat juga termasuk kedalam *maqasid syari'ah* yaitu memiliki tujuan yang sesuai dengan tuntunan syariah seperti terlindungnya kesucian agama, terlindungnya akal, kehormatan dan terpenuhi hak ekonominya.²⁷

Menjalankan suatu usaha atau kegiatan usaha seperti berdagang

²⁴ Atla Tegar Habib Amrullah and Mutiara Devi Zumrotussaadah, "Analisis Dampak Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi," *Inspire Journal : Economics and Development Anlysis* Volume 1, Nomor 2 (2021), 591.

²⁵ Asrofi and Syaiconi, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis."

²⁶ Akbar Khamarullah and Riyanto, "Strategi Dampak Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Minapolitan," *Jurnal Administrasi Publik* Volume 2, Nomor 4 (2021), 124.

²⁷ Didi Suardi, "Makna Kesejahteraan Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam," *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* Volume 6, Nomor 2 (2021), 98.

merupakan kegiatan yang di Ridhai oleh Allah SWT, dimana usaha tersebut harus terus dikembangkan agar lebih baik ke depannya. Dalam mengembangkan usaha seperti memasarkan dan mengelola produk yang akan disalurkan ke masyarakat tentu harus diperhatikan agar usaha yang dijalankan tidak menimbulkan kemudharatan. Islam sangat mendukung manusia yang mau berusaha dengan cara bekerja sehingga mampu memperbaiki taraf hidupnya, bekerja di pandang sebagai ibadah oleh Allah SWT.²⁸

2. Meningkatkan sosial ekonomi masyarakat

Peningkatan sosial ekonomi adalah suatu usaha bersama dan terencana untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia dalam bidang ekonomi dan mendayagunakan kemampuan hidup *life skill* (keahlian hidup) yang dimiliki oleh masyarakat. Pengembangan ekonomi adalah perubahan kondisi perekonomian suatu kelompok masyarakat secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik.²⁹

²⁸ Amirus Sodiq, "Konsep Kesejahteraan Dalam Islam," *Equilibrium : Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 3, Nomor 2 (2018), 383.

²⁹ Amelia T Widya, Helfa Rahmadyani, and Agustinus Abadi, "Dampak Bisnis Online Terhadap Sosial Ekonomi," *MODUL*, Volume 20, Nomor 2 (2018), 98–99.

BAB III

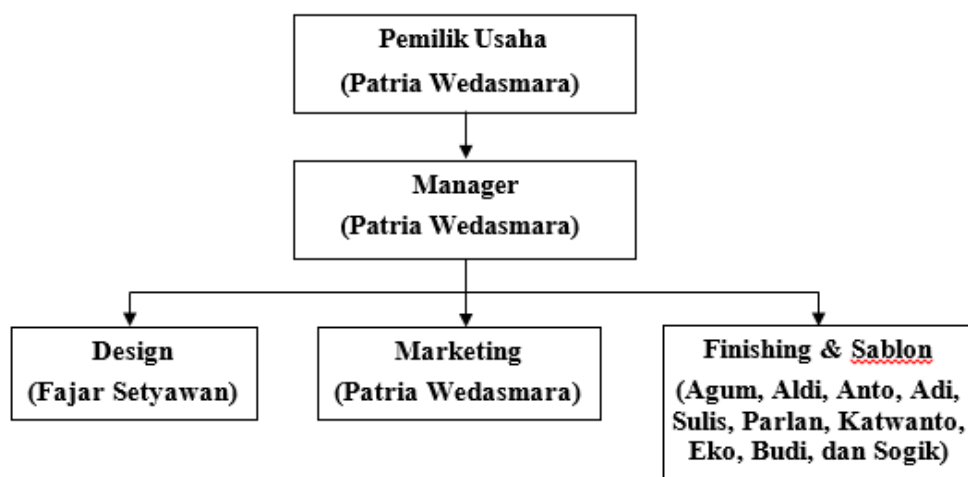
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERCETAKAN DI OSD

A. Gambaran Umum One Stop Design

1. Sejarah Singkat One Stop Design

OSD adalah usaha percetakan yang dijalankan mulai tahun 2007 di Pacitan, yang dipimpin oleh Bapak Patria Wedasmara, yang beralamatkan di JL. A Yani No 122B. Perusahaan ini bergerak di bidang percetakan dan *advertising*. Awal berdiri perusahaan ini hanya memiliki 1 karyawan, tapi seiring berjalannyawaktu, perusahaan ini sekarang memiliki 3 karyawan dibagian toko dan 8 karyawan dibagian sablon. Jam operasional perusahaan ini dimulai Pukul 08.30 – 16.30 WIB pada hari Senin – Sabtu. Pada awal berdiri perusahaan ini hanya berfokus pada *desain and printing banner*. Namun saat ini perusahaan ini sudah berkembang dan menambah produknya. Saat ini perusahaan juga menerima pembuatan kaos, undangan, stiker, bahkan pin dan gantungan kunci.¹

2. Stuktur Organisasi One Stop Design



Gambar 3.1 Struktur Organisasi One Stop Design

¹ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 28 Februari 2023

3. Job Diskripsi

- a. Pemilik usaha:
 - 1) Menentukan perencanaan usaha
 - 2) Menentukan arahan perkembangan usaha
 - 3) Memantau laba/rugi perusahaan
- b. Manager:
 - 1) Memimpin usaha
 - 2) Mengendalikan dan mengatur usaha
 - 3) Mengembangkan kualitas usaha
 - 4) Membangun kepercayaan antar karyawan
- c. Marketing:
 - 1) Memasarkan produk
 - 2) Melakukan promosi
 - 3) Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen
- d. Design dan Finishing:
 - 1) Membuat sketsa sesuai permintaan konsumen
 - 2) Melipat *banner*
 - 3) Membuat pin dan gantungan kunci
 - 4) Membuat *id card*
 - 5) Membuat Sablonan

4. Strategi Pengembangan Bisnis di OSD Pacitan

OSD melakukan pemasaran secara langsung maupun tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan melalui dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Melalui *word of mouth* menjadi salah satu sumber yang penting, dimana orang yang menyampaikan rekomendasi secara perseorangan seringkali lebih disukai sebagai sumber informasi. Selain itu, OSD juga aktif mengikuti berbagai jenis pameran yang digelar oleh lembaga tertentu dan mengunjungi langsung instansi-instansi tertentu. Sedangkan kegiatan pemasaran tidak langsung melalui media sosial seperti Instagram dan

Website, serta melalui siaran langsung dari radio. Kegiatan pemasaran, yang terkait dengan bauran pemasaran yaitu aspek produk, aspek harga, aspek distribusi, dan aspek promosi.

a. Produk

OSD adalah usaha yang bergerak di bidang percetakan dan *design*. Produk yang dihasilkan yaitu *banner*, *pamflet*, stiker, undangan, pin, gantungan kunci, *id card*, mug dan lainnya. Pemilik OSD melakukan produksi sesuai dengan pemesanan yang dilakukan oleh konsumen. Berikut merupakan hasil wawancara dengan Patria Wedasmara selaku pemilik OSD “Percetakan kami memilih jenis barang yang akan kami produksi disesuaikan berdasarkan pemesanan dari konsumen. Karna perusahaan kami tidak hanya membuat satu produk, melainkan beberapa jenis produk”.²

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh Fajar Setyawan sebagai berikut:

“Pembuatan *desain* sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen dapat membuat *desain* sendiri atau bisa juga meminta dibuatkan *desain* oleh kami, setelah pembuatan *desain*, lanjut ke produksi dengan menggunakan mesin yang dari perusahaan. Perusahaan kami sudah memiliki mesin produksi yang memadai. Setelah proses produksi dilanjut dengan proses *finishing* dengan pengemasan produk dan pengecekan kelayakan jual produk yang dilakukan oleh karyawan”³

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan mengenai proses pengambilan pesanan yang disampaikan oleh Patria Wedasmara selaku pemilik usaha percetakan OSD sebagai berikut “Dalam tahap pengiriman tergantung konsumen, kalau konsumen pesannya lewat media *online* maka iya akan di kirim melalui via *online* bisa dengan JNE atau kantor pos sedangkan dekat itu bisa diambil sendiri atau juga bisa diantar langsung oleh karyawan ke alamat konsumen”.⁴

b. Harga

Pemilik usaha percetakan OSD selalu berupaya untuk terus berusaha

² Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

³ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 17 Maret 2023

⁴ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

dan ingin mempertahankan usaha tersebut dengan berbagai cara dan darimanapun informasi atau masukan untuk memperbaiki citra perusahaan tersebut agar semakin baik. Selain itu manajer juga menekankan bagaimana caranya untuk dapat menarik pelanggan agar tidak bosan dengan produk maupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang ia pimpin. Dalam menetapkan harga penjualan, pemilik OSD juga sebelumnya sudah melakukan survei harga produk sejenis di pasaran, maka pemilik usaha percetakan OSD menetapkan harga jual sesuai di pasaran. Berikut merupakan tabel harga barang di OSD

Tabel 3.1 Harga Barang One Stop Design⁵

No	Barang Produksi	Harga (Rp)	Rata-rata Pesanan/ Bulan	Rata-Rata Pendapatan/ Bulan
1.	Banner	6.000 /Meter	400 Meter	2.400.000
2.	Kaos	65.000/buah	700Buah	45.500.000
3.	Stiker	8.000/Lembar	300Lembar	2.400.000
4.	Mug	20.000/Buah	200Buah	4.000.000
5.	Gantungan Kunci	5.000/Buah	100Buah	500.000
6.	Pin	5.000/Buah	100Buah	500.000
7.	Undangan	1.500/Lembar	3.000 Lembar	4.500.000
	TOTAL			59.800.000

c. Tempat

Dalam pemilihan lokasi atau tempat untuk dijadikan tempat usaha percetakan OSD berada di Jl. A Yani No.122B, Kelurahan Sidoharjo Kecamatan Pacitan Kabupaten Pacitan. Pemilihan tempat di tempat tersebut karena di sekitaran tempat tersebut cukup ramai masyarakat dan instansi pendidikan. Berikut merupakan hasil wawancara dengan Patria Wedasmara selaku pemilik OSD “Kami tentu memilih tempat yang strategis untuk proses produksi dan usaha percetakan karena disekitar sini banyak sekolah-sekolah dan ramai dengan permukiman masyarakat”.⁶

d. Promosi

⁵ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

⁶ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

Dalam mempromosikan hasil dari pengembangan produk dari usaha OSD tersebut, Patria Wedasmara selaku pemilik dan manager mengatakan bahwa selama ini mereka mengandalkan dari kerabat, teman-teman dan juga keluarga, selain itu dalam mempromosikan produknya juga melalui sosial media instagram pribadi yang dimiliki oleh manager perusahaan tersebut. Selain itu manager perusahaan tersebut juga meminta kepada karyawannya agar berperan dalam mempromosikan produk yang di hasilkan oleh perusahaan. Promosi yang dilakukan melalui yaitu:

1) Penjualan pribadi

Penjualan pribadi merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan dengan presentasi secara lisan dalam suatu percakapan dengan seorang atau beberapa orang pelanggan. Dalam penjualan pribadi ini akan terjadi pertemuan secara langsung antara pihak penjual dan pihak pembeli atau pelanggan. “Maksud dari penjualan secara langsung ini supaya pelanggan kami dapat menerima informasi secara keseluruhan dengan jelas dan benar sehingga pelanggan tertarik pada produk yang ditawarkan”.⁷

2) Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan setiap individu untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan ini perusahaan dapat lebih mudah untuk memperkenalkan suatu perusahaan kepada para calon pelanggan. Selain itu melalui media sosial dapat memperluas jangkauan promosi, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan. “Promosi melalui media sosial yang kami lakukan dengan *broadcast* melalui Facebook dan Instagram, saya pribadi menyadari bahwa promosi melalui media sosial sangat efektif dan efisien untuk proses pengembangan usaha percetakan ini. Target promosi dari usaha ini yaitu instansi- instansi sekolah-sekolah, Partai

⁷ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

dan lainnya”.⁸

B. Strategi Pengembangan Bisnis di OSD Pacitan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pengembangan usaha percetakan pada OSD dalam perspektif ekonomi Islam tentu harus berlandaskan dengan nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Allah dan juga Rasul-Nya. Bentuk usaha yang di jalankan oleh percetakan pada OSD sesuai dengan aturan Allah SWT dengan menjalankan usaha tidak dengan menipu pelanggan, tidak memaksa dan juga saling terbuka antara pembeli dan juga penjual, sebagaimana dalam mengembangkan usahanya harus berlandaskan iman kepada Allah SWT, menjauhi segala larangan-Nya dan menjalankan perintah-Nya. Menjalankan usaha semata-mata untuk mendapatkan keberkahan hidup di dunia dan di akhirat. Sebagaimana Rasulullah SAW merupakan seorang pembisnis yang handal dan sukses, di mana beliau menjalankan usahanya atas dasar kejujuran dan keadilan, tidak pernah melanggar aturan Allah dan transparan dalam menjalankan bisnisnya.

1. Niat Yang Baik

Niat dianggap sebagai salah satu hal yang mendasar yang harus diperhatikan dan dimiliki pelaku usaha untuk memulai atau menjalankan usahanya adalah niat yang baik. Hal yang baik akan mendatangkan hal-hal yang baik sebaliknya hal yang tidak baik akan mendatangkan yang tidak baik pula. Berdasarkan hasil wawancara dengan Petria Wedasmara selaku pemilik OSD menyatakan bahwa “awal mula usaha ini adalah niat dari saya sendiri dan didukung dari keluarga untuk dapat menyediakan kebutuhan percetakan yang awalnya hanya fotocopy hingga ke produksi barang-barang percetakan lain”.⁹

Niat yang baik tidak hanya datang dari pemilik perusahaan, namun juga dimiliki oleh karyawan dari OSD. Hal tersebut juga disampaikan oleh karyawannya “niat saya bekerja disini hanya untuk mendapatkan rezeki

⁸ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

⁹ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

yang halal dengan cara yang halal saja. Sekaligus juga menyalurkan apa yang menjadi minat dan bakat saya”.¹⁰ Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Agum “saya bekerja disini juga untuk mencari rezeki yang halal, mengembangkan kemampuan yang saya punya dan menambah wawasan saya di dunia kerja ini”.¹¹

Seperti yang telah dipaparkan bahwa pemilik usaha membentuk usaha percetakan OSD pada awalnya merupakan percetakan khusus untuk memenuhi kebutuhan hingga berkembang seperti saat ini dengan menambah usaha dibidang sablon kaos. Pendirian usaha ini didasari oleh niat baik untuk memperkenalkan dan mengembangkan usaha dagang sebagai salah satu usaha percetakan di Kabupaten Pacitan.

2. Menjalankan Usaha Dengan Halal

Dalam islam, kehalalan sebuah usaha merupakan suatu hal yang sangat penting dan benar-benar diperhatikan oleh seluruh pelaku usaha tidak terkecuali usaha percetakan OSD. Yang dimaksud halal dalam hal ini yaitu pemilihan jenis bahan yang digunakan untuk produksi proses produksi hingga produk sampai ditangan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko OSD menyatakan bahwa:

“Karena zaman semakin canggih kita harus lebih teliti lagi terhadap kandungan yang terdapat dalam barang yang diperjual belikan, kita juga memperhatikan proses pembuatan dengan baik. Disini saya sangat berhati-hati dalam hal pemelihan bahan baku, mulai dari jenis bahan sampai cara mendapatkannya. Kami usahakan semuanya sesuai dengan syariat islam. Meskipun yang kami produksi bukan bahan makanan, namun kehalalan bagi kami tetap yang utama”.¹²

Penyataan lain mengenai halal juga disampaikan oleh karyawan OSD, Agum menyatakan bahwa:

“Meskipun kami tidak memproduksi makanan, namun kami tetap mengedepankan konsep halal. Karna meskipun produk kami tidak untuk dimakan, tapi uang hasil dari bisnis ini juga kami gunakan untuk keperluan sehari-hari. Jadi jika kami tidak memikirkan ke halalan produk kami, sama saja kita makan dengan uang dari hasil

¹⁰ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 17 Maret 2023

¹¹ Pamungkas Agum, *Wawancara*, 17 Maret 2023

¹² Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

bisnis yang tidak halal. Itu kan juga tidak berkah”.¹³

Pada pengelolaannya, pemilik usaha percetakan OSD berpegang teguh pada prinsip Halal. Baik dari segi kegiatan operasional maupun jenis barang yang di perjual belikan menempatkan aspek halal sebagai pertimbangan utama.

3. Percaya Pada Takdir dan Ridha

Dalam dunia bisnis kita harus selalu mempercayai takdir. Karna apapun yang kita kerjakan itu semua sudah ditakdirkan oleh Allah SWT. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik toko OSD, menyatakan bahwa:

“Yang Namanya usaha itu pasti ada naik turunnya, ada pasang surutnya. Kita sebagai manusia haya bisa merencanakan namun semuanya teap Allah yang menetapkan. Kita percaya saja terhadap takdir, insyaallah usaha kita akan tetap berjalan baik apabila kita selalu berusaha dan tetap ridha dengan apa yang terjadi. Saya tidak takut dengan adanya banyak pesaing karna yang Namanya rezeki itu Allah yang mentakdirkan, yang terpenting kita ikhlas dan ridha saja dalam menjalankan bisnis ini”.¹⁴

Tidak hanya dari pihak pimpinan, karyawan OSD Agum juga menyatakan bahwa “saya yakin bahwa takdir Allah itu tidak pernah keliru, jadi kami disini sebagai karyawan hanya bisa memberikan yang kami bisa agar perusahaan ini terus berkembang”.¹⁵ Hal serupa juga disampaikan oleh karyawan yang lain, Fajar menyatakan bahwa “merencanakan untuk mengembangkan usaha itu pasti sudah kami pikirkan, namun kita juga hanya bisa berencana sambil berusaha, selebihnya takdir Allah yang menentukan”.¹⁶

Meskipun harus tetap bertahan dalam banyaknya pesaing bisnis, pihak OSD tetap percaya takdir dan tetap berusaha untuk semakin meningkatkan bisnisnya. Dengan meningkatkan kualitas produk, mencari bahan baku terbaik, dan juga meningkatkan SDM yang ada.

4. Bersyukur

¹³ Pamungkas Agum, *Wawancara*, 17 Maret 2023

¹⁴ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

¹⁵ Pamungkas Agum, *Wawancara*, 17 Maret 2023

¹⁶ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 17 Maret 2023

Rasa syukur merupakan salah satu bentuk terimakasih kita terhadap Allah SWT atas semua yang telah Allah titipkan kepada kita. Dalam dunia bisnis, kita tentu saja harus selalu mengedepankan rasa syukur. Dalam hal ini rasa syukur yang diterapkan OSD adalah dalam hal kemampuannya menggunakan teknologi yang terbaik untuk kegiatan operasionalnya, sehingga membuat OSD dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan akhirnya semakin dikenal oleh masyarakat luas. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran pemilik OSD, yang menyatakan bahwa:

“Jika membicarakan bisnis tentu saja kita mengharapkan keuntungan yang besar, dan juga mengharapkan bisnis ini berkembang dengan baik. Namun jika kita tidak memiliki rasa syukur, maka itu semua tidak akan ada habisnya. Bisa memiliki dan terus mengembangkan teknologi yang ada saat ini serta memiliki kualitas SDM yang baik sehingga membuat bisnis OSD ini dikenal masyarakat luas juga sudah membuat saya sangat bersyukur”.¹⁷

Pernyataan lain disampaikan juga oleh karyawan OSD, yang menyatakan bahwa “bersyukur itu sangat penting. Disini saya juga sangat bersyukur karna bisa bekerja disini, dengan orang-orang dan lingkungan yang sangat baik dan nyaman”.¹⁸

Meskipun banyak pesaing dalam bisnisnya, OSD tetap berusaha mensyukuri apa yang telah mereka miliki. Dalam hal pengembangan dan peningkatan usaha, teknologi tentu menjadi hal yang paling penting untuk menunjang keberlangsungannya. Kecakapan tenaga kerja dan peralatan yang dimiliki harus saling berdampingan.

5. Amanah

Rasa Amanah merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh setiap wirausahawan. Dalam dunia bisnis, Amanah merupakan hal penting. Patria Wedasmara selaku pemilik OSD juga menyatakan bahwa “kami disini selalu memberikan pelayanan terbaik kami. Hal ini terus kami kembangkan sehingga masyarakat dapat mempercayai hasil kerja kami”.¹⁹ Pernyataan lain juga disampaikan oleh Fajar Setyawan yang merupakan karyawan

¹⁷ Patria Wedamara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

¹⁸ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 17 Maret 2023

¹⁹ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

OSD, ia menyatakan bahwa “dipercayai oleh konsumen merupakan salah satu hal penting yang selalu mendorong kami untuk terus mengembangkan usaha ini dan memberikan yang terbaik untuk pelanggan”.²⁰

Pernyataan lain juga disampaikan oleh Pamungkas Agum, menurutnya “kepercayaan konsumen adalah hal penting bagi kami, jadi kami selalu berusaha semaksimal mungkin, agar dapat terus dipercayai oleh konsumen. Karna itu juga merupakan salah satu usaha untuk mengembangkan bisnis ini”.²¹

Kepercayaan menjadi salah satu faktor utama yang selalu OSD perhatikan dan pertahankan. Karna menurutnya, kepercayaan juga sudah menjadi salah satu strategi agar bisnisnya semakin berkembang.

Berdasarkan paparan data di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di toko OSD sudah semakin baik dan semakin berkembang. Hal ini tentu saja dapat membuat image toko semakin baik dimata konsumen. Semakin baik image toko di mata konsumen, tentu saja dapat mempengaruhi pengembangan usaha ini dimasa selanjutnya.

C. Dampak Pengembangan Bisnis di One Stop Design

Dalam sebuah bisnis pengembangan yang dilakukan diharapkan berdampak positif terhadap perusahaan tersebut. Tidak hanya untuk pemilik perusahaan dampak positif tersebut juga diharapkan untuk karyawan dan juga konsumen. Dampak pengembangan bisnis percetakan di OSD dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Meningkatnya Kesejahteraan Ekonomi

Dengan adanya pengembangan dalam bisnis yang dijalankan oleh OSD, tentu saja disambut baik oleh beberapa pihak terkait. Pemilik OSD bersungguh-sungguh dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, agar mereka mampu terus memperbaiki tingkat perekonomian, bagi pengusaha tingkat kesejahteraan tidak hanya di pandang dalam bentuk

²⁰ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 17 Maret 2023

²¹ Pamungkas Agum, *Wawancara*, 17 Maret 2023

materi semata, melainkan ketentraman jiwa, merasa nyaman dengan lingkungan sekitar juga merupakan bentuk kesejahteraan. Hal ini didukung dari hasil wawancara dengan pemilik OSD

“Saat ini usaha yang saya jalankan semata-mata bentuk usaha saya untuk memperbaiki perekonomian, di mana asalkan ada rasa syukur terhadap apa yang telah di berikan oleh Allah SWT maka semua akan merasa cukup, menurut saya yang terpenting adalah mau berusaha dan tidak malas-malasan, soal rezeki Allah telah mengaturnya”.²²

Pernyataan lain juga disampaikan oleh Fajar Setyawan selaku karyawan OSD, dimana ia menyatakan bahwa: “dengan semakin berkembangnya bisnis ini, sangat mempengaruhi terhadap pendapatan saya juga. Tidak hanya mengenai pendapatan tetapi saya juga jadi bertambah ilmu. Karna dengan adanya teknologi baru yang OSD miliki, jadi saya menjadi belajar banyak hal baru tentang pengoprasian mesin”.²³

Hal serupa juga disampaikan oleh Agum yang juga sebagai karyawan OSD “saya benar-benar sangat merasa diuntungkan dengan adanya pengembangan yang terjadi di OSD ini, saya menjadi memiliki banyak ilmu baru dan tentu saja pendapatan yang bisa saya bilang sangat cukup”.²⁴

Dalam mensejahterakan hidup, Islam menekankan dalam hal pemberantasan kemiskinan, pengangguran, kebodohan. malas dan sebagainya. Dimana hal-hal tersebut harus di atasi agar kesejahteraan dapat dirasakan.

b. Meningkatnya Sosial Ekonomi Masyarakat

Dampak yang ditimbulkan dari adanya strategi pengembangan usaha percetakan OSD yaitu mampu mengangkat perekonomian masyarakat. Dalam hal ini tentu saja yang utama adalah perekonomian dari pemilik OSD. Patria Wedasmara selaku pemilik menyatakan bahwa:

“Saya sagat bersyukur dengan semakin berkembangnya bisnis ini,

²² Patria Wedasmara, *Wawancara*. 17 Maret 2023

²³ Fajar Setyawan, *Wawancara*, 17 Maret 2023

²⁴ Pamungkas Agum, *Wawancara*, 17 Maret 2023

karna tidak bisa dipungkiri bahwa hal ini juga menambah pendapatan saya. Tujuan usaha kan memang untuk memperoleh pendapatan kan, jadi, disini saya merasa sangat berhasil. Karna dari yang tadinya pendapatan OSD hanya cukup untuk saya dan keluarga, tapi sekarang ada karyawan jug ayang insyaallah pendapatannya juga cukup. Jadi ya saya merasa senang bisa membantu mereka menyediakan lapangan kerja”²⁵

Hal serupa juga disampaikan oleh karyawan OSD yaitu Fajar Setyawan dalam wawancaranya sebagai berikut “saya merasa terbantu perekonomiannya sejak bekerja di percetakan ini, semoga usaha percetakan ini mampu berkembang lebih baik agar dapat merekrut banyak karyawan.”²⁶ Tidak hanya itu pernyataan serupa juga disampaikan oleh Pamungkas Agum yang juga salah satu karyawan OSD, dimana ia menyatakan bahwa “semenjak bekerja disini saya merasa sangat bersyukur. karna sekarang bisa mengurangi beban orang tua dengan memiliki pendapatan sendiri”.²⁷

Tidak hanya karyawan, masyarakat sekitar juga merasakan dampak dari pengembangan bisnis yang OSD lakukan, dimana berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Sri Winarni salah satu konsumen OSD yang menyatakan bahwa: “OSD ini bisa dibilang juga membantu saya untuk mendapatkan penghasilan, dimana saya bisa menjalankan bisnis online shop saya berkat adanya OSD ini”.²⁸ Pernyataan lain juga disampaikan oleh Dinda Aurelia yang juga salah satu konsumen dari OSD, yang mentakan bahwa: “dengan semakin berkembangnya OSD saya juga menjadi memiliki pendapatan tambahan, karna banyak teman-teman saya yang suka pesan produk OSD lewat saya, dan pihak OSD juga selalu memberikan harga yang lebih miring, jadi saya bisa memperjual belikannya

²⁵ Patria Wedasmara, *Wawancara*, 17 Maret 2023

²⁶ Fajar Setyawan, *Wawancara*. 17 Maret 2023

²⁷ Pamungkas Agum, *Wawancara*, 17 Maret 2023

²⁸ Sri Winarni, *Wawancara*, 17 Maret 2023

kembali dengan sedikit mengambil untung”.²⁹

Dari hasil wawancara tersebut, bisa dikatakan bahwa dampak dari strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di OSD sudah bagus. Strategi pengembangan bisnis yang diterapkan memiliki banyak dampak positif, baik untuk pemilik toko, karyawan toko, dan juga konsumen.

c. Memberi Kemudahan Terhadap Lingkungan Sekitar

Dampak lain yang tidak kalah penting dari adanya pengembangan bisnis ini adalah, manfaat yang diterima untuk masyarakat sekitar. Disini terkhususnya adalah masyarakat sekitaran kabupaten Pacitan. Banyak dari mereka merasa sangat terbantu dengan adanya inovasi dan kemudahan untuk mereka membuat barang yang mereka butuhkan di percetakan osd ini. Hal ini juga disampaikan oleh Sri Winarni salah satu pelanggan yang sudah sering mempercayakan percetakan OSD untuk pembuatan kaos custom untuk diperjual belikan kembali:

“Saya sangat terbantu dengan adanya percetakan osd ini, apalagi percetakan ini sekarang sudah semakin berkembang baik. Saya jadi tidak perlu susah-susah lagi jika ingin membuat banner atau kaos jika ada acara. Dulu saya harus pesan hingga ke ponorogo hanya untuk membuat satu banner, sekarang lebih mudah, tinggal wa, dan request desain, nanti bisa langsung diantar kerumah”.³⁰

Dinda Aurelia sebagai konsumen juga berpendapat bahwa harga yang diberikan oleh percetakan OSD juga lebih miring dibandingkan dengan percetakan-percetakan lainnya di wilayah kabupaten pacitan. “menurut saya di OSD ini lebih murah harga setiap barangnya. Namun kualitas yang diberikan juga sangat bagus dan tidak pernah mengecewakan. Meskipun harganya terjangkau, namun pihak toko selalu memberikan pelayanan terbaiknya”.³¹

Dari paparan data diatas dapat disimpulkan bahwa dampak dari pengembangan strategi pengembangan bisnis yang dijalankan oleh OSD menimbulkan dampak positif dan bersifat membangun. Dampak tersebut

²⁹ Dinda Aurelia, *Wawancara*, 17 Maret 2023

³⁰ Sri Winarni, *Wawancara*, 17 Maret 2023

³¹ Dinda Aurelia, *Wawancara*, 17 Maret 2023

tidak hanya dirasakan oleh pemilik perusahaan, namun juga dirasakan oleh karyawan dan masyarakat sekitar atau konsumen.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERCETAKAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI ONE STOP DESIGN (OSD) PACITAN

A. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di OSD Pacitan

Dalam menjalankan sebuah bisnis, tidak akan selamanya berada pada posisi yang selalu menguntungkan, namun terkadang berada pada posisi yang stabil atau bahkan pada posisi yang memprihatinkan atau dibawah. OSD juga pernah mengalami hal demikian. Pemilik toko tentu akan melakukan berbagai cara untuk memposisikan bisnisnya dalam kondisi yang menguntungkan, dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan didalam Syari'ah Islam. Sebagai cara untuk memperoleh posisi tersebut, maka hal yang dilakukan oleh pemilik yaitu dengan menerapkan beberapa strategi untuk menjadikan produknya unggul dan mampu berdaya saing diantara para pesaingnya. Beberapa strategi tersebut, antara lain sebagai berikut:

i. Strategi Integrasi Vertikal

Dalam hal ini, strategi integrasi vertikal berkaitan dengan penguasaan yang dimulai dari proses produksi sampai pada proses pemasaran atau distribusi. Penerapan strategi vertikal pada toko OSD terlihat dengan adanya proses produksi dan pemasaran. Pada proses produksi terlihat pada proses pembuatan produk-produknya. Langkah pertama yang dilakukan dalam proses produksi ini adalah memilih jenis produk pesanan dari konsumen. Langkah kemudian yaitu proses pembuatan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam proses ini jumlah pembuatan produk disesuaikan dengan pesanan dari konsumen. Setelah proses produksi menjadi barang yang sesuai dengan

pesanan, terlebih dahulu akan dilakukan pengecekan akhir. Pada bagian ini produk yang sudah jadi akan di cek Kembali apakah sudah sesuai atau masih ada cacat produk. Jika produk sudah selesai sampai ketahap *finishing*, maka produk siap dipasarkan kepada konsumen. Dalam hal ini, bisnis percetakan yang dijalankan OSD juga berlandaskan syari'at, maka proses produksi dan pemasarannya pun sesuai dengan syari'at Islam yaitu terbebas dari unsur keharaman. Unsur-unsur keharaman tersebut dapat dijelaskan dari beberapa jenis yaitu :

a. Proses Produksi

Berdasarkan hasil penelitian, pada proses produksi terdapat beberapa aspek yaitu :

1) Bahan baku yang digunakan

Dalam proses produksinya, toko OSD menggunakan bahan baku dengan kualitas yang baik, aman, dan halal tentunya. dalam proses produksi pihak toko juga selalu memperhatikan kualitas dari produk yang dibuat dan juga keamanan untuk setiap karyawannya. Pihak toko selalu mengusahakan hasil yang terbaik untuk setiap konsumennya. Dengan melihat pemaparan mengenai bahan baku yang digunakan OSD yang sesuai dan diperbolehkan dengan aturan syari'at, maka peneliti menyimpulkan bahwa osd terbebas dari unsur haram berdasarkan bahan baku yang digunakannya.

2) Cara memperoleh bahan baku.

Toko OSD memperoleh bahan baku tersebut dengan melalui trasaksi jual beli dengan para penjual (pemasok atau pedagang). Transaksi jual beli tersebut dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pembeli (pihak toko OSD) dan pihak penjual (pemasok atau pedagang), dengan menerapkan trasaksi jual beli yang sah menurut Islam, yaitu terhindar dari unsur penipuan. Penjudian, dan kecurangan. Dari hasil

penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan oleh toko OSD sah menurut Islam, sebab dalam pelaksanaan transaksi jual beli dihadiri oleh dua belah pihak yakni pihak penjual dan pembeli, dan dengan adanya barang yang diperjualbelikan, serta penetapan harga yang transparan. Setelah penetapan harga disetujui oleh kedua belah pihak, selanjutnya dilakukan pembayaran oleh pihak OSD yang disertai dengan nota pembayaran sebagai tanda bukti telah melakukan transaksi jual beli.

b. Pemasaran

Secara umum kesuksesan sebuah bisnis itu tergantung pada bagaimana cara memasarkan produk-produknya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa OSD menjalankan strategi pemasaran dengan menerapkan beberapa strategi pada setiap komponen pemasaran, yaitu strategi produk, strategi promosi, strategi harga, dan strategi distribusi, dengan penjelasan sebagai berikut :

1) Strategi produk

Dalam hal ini merupakan upaya bagaimana produk-produk yang telah dihasilkan oleh OSD dapat dipasarkan dengan baik dan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Strategi produk yang telah diterapkan oleh OSD yaitu dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas, yaitu seperti kaos, banner, stiker, pin, gantungan kunci, dan mug. Disamping itu, OSD juga membebaskan setiap konsumennya untuk menentukan desain produknya sendiri. Berdasarkan analisa peneliti, OSD telah menerapkan strategi produk yang sesuai dengan teori. Namun, inovasi dan kreativitas yang baru juga diperlukan untuk mengembangkan bisnis dari OSD agar terus berkembang dan mampu berdaya saing dengan produk perusahaan

lainnya.

2) Strategi harga

Penetapan harga pada OSD yaitu dengan cara melakukan riset lapangan terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui besarnya harga pasar terhadap produk yang sejenis 58 dengan produk yang dihasilkan oleh OSD. Dalam hal penetapan harga, OSD hanya memiliki satu harga untuk semua kalangan konsumen. Harga yang ditetapkan oleh OSD sudah diperhitungkan dan disesuaikan dengan biaya produksi, operasional, dan keuntungan. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi harga yang dilakukan oleh OSD sudah sesuai dengan teori pada umumnya. Namun, tidak menutup kemungkinan perubahan harga juga bisa berubah.

3) Strategi distribusi

Hal selanjutnya dalam kegiatan bisnis yaitu pendistribusian produk ke tangan konsumen. OSD melakukan pendistribusian produknya melalui dua saluran distribusi yakni langsung ke tangan konsumen dan melalui paket. Dalam hal pendistribusian ini OSD tidak akan melakukan tindakan kedzaliman dengan menghalalkan berbagai cara yang tidak sesuai dengan aturan islam terhadap para pesaing lainnya. Sebab persaingan yang diterapkan OSD yaitu persaingan yang bisa menuju bisnis yang lebih sehat. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa OSD sudah menerapkan strategi distribusi yang sesuai dengan aturan yang ada, sebab dalam kegiatan pendistribusiannya telah sesuai dengan aturan Islam dan melalui beberapa saluran distribusi.

4) Strategi promosi

Dalam rangka mempromosikan produknya, OSD

akan terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen dengan menerapkan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun). Selain itu, strategi promosi yang lain adalah dengan memanfaatkan media sosial dan kerjasama dengan lembaga-lembaga tertentu. Menurut analisa peneliti, strategi promosi yang diterapkan oleh OSD sudah sesuai, namun dalam hal kerjasama dengan lembaga-lembaga tertentu masih kurang maksimal.

Dalam hal ini strategi pengembangan integrasi vertikal yang telah diterapkan oleh OSD dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu strategi yang dirancang khusus pada aspek pengendalian terhadap distributor (strategi integrasi ke depan), strategi yang dirancang khusus untuk mengendalikan pengawasan terhadap bahan baku (strategi integrasi ke belakang) dan strategi yang berhubungan dengan pengawasan terhadap para pesaing (strategi integrasi horizontal), yang dijelaskan sebagai berikut:

a) Strategi Integrasi Ke Depan (*Forward Integration Strategy*)

Dalam hal strategi yang dirancang khusus terhadap distributor, menjadikan OSD menerapkan strategi integrasi ke depan. Distributor yang dimaksud disini yaitu pihak Konsumen. Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi integrasi ke depan yang dilakukan oleh OSD sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun, menurut peneliti, sebaiknya pihak OSD melakukan pembenahan terhadap para distributor, yakni pihak Konsumen. Dengan memberikan perhatian dan perlakuan yang lebih kepada para konsumen, maka OSD akan memperoleh penjualan yang maksimal.

b) Strategi Integrasi Ke Belakang (*Backward Integration Strategy*)

Strategi ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pengawasan terhadap bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Dalam hal ini, pengawasan OSD terhadap bahan baku sangat diperlukan dan diperhatikan, sebab keterlambatan ketersediaan bahan baku tentunya akan menghambat produksi. Dalam hal bahan baku, OSD kadang kala masih mengalami beberapa permasalahan, seperti keterlambatan bahan baku, terjadi bahan baku yang rusak atau cacat, terjadi kelebihan atau bahkan kekurangan terhadap bahan baku yang dipesannya. Menurut pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam penerapan strategi integrasi ke belakang yang diterapkan oleh OSD masih belum maksimal, sebab masih terdapat beberapa permasalahan yang timbul. Sehingga dalam penerapan strategi integrasi ke belakang yang dilakukan oleh OSD diperlukan pembenahan lebih lanjut.

c) Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*)

Sebuah bisnis tentunya memiliki perhatian khusus terhadap para pesaing agar dapat menjadi bisnis yang mampu berdaya saing. Strategi integrasi horizontal memiliki tujuan untuk meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing. Penerapan strategi integrasi horizontal oleh OSD ditunjukkan dengan adanya pengawasan terhadap para pesaing yang kemudian dibuktikan dengan melakukan beberapa

inovasi terhadap produk-produk yang dihasilkannya. Berdasarkan hasil wawancara, OSD menerapkan persaingan yang bisa menuju bisnis yang lebih sehat, OSD juga tidak mempunyai maksud untuk memonopoli bisnis percetakan lainnya. Karena kegiatan memonopoli dilarang keras oleh agama Islam. Perhatian terhadap para pesaing disini bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk, pelayanan, dan lain sebagainya, yang mampu menjadikan OSD dapat terus berkembang. Dari analisa diatas, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi integrasi horizontal sudah sesuai dengan teori yang ada.

b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi intensif yang diterapkan oleh OSD berkaitan dengan produk-produk yang dihasilkan. Dalam praktiknya, strategi intensif yang dilakukan oleh OSD yakni sebagai berikut:

a. Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

Dalam menerapkan strategi penetrasi pasar, OSD berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, dalam artian pasar yang sudah ada, dalam artian pasar yang sudah dimiliki oleh OSD. Dalam hal ini, OSD akan lebih berusaha aktif dalam kegiatan pemasaran, seperti melakukan promosi melalui media instagram sehingga masyarakat akan semakin tertarik. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa sebuah bisnis tanpa disertai dengan pemasaran, tentunya bisnis tersebut akan dengan mudah bangkrut.

Dari pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi penetrasi pasar sudah sesuai dengan teori yang ada. Sebab OSD terus berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, agar pasar tersebut tidak jenuh.

b. Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*)

Produk disini adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Didalam dunia bisnis yang baik, tentunya mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan terjamin kehalalannya. Hal inilah yang menjadi proses awal dalam memulai sebuah bisnis. OSD merupakan bisnis yang menghasilkan produk berupa kaos, banner, stiker, pin, gantungan kunci, dll. Strategi pengembangan produk merupakan tindak lanjut dari strategi produk. Yang mana dari produk-produk yang ada selanjutnya dikembangkan sedemikian rupa agar produk-produk tersebut tetap menarik dimata konsumen. Pengembangan produk dilakukan oleh OSD yakni dengan melakukan berbagai inovasi terhadap produk yang dibuat. Mulai dari variasi warna, bentuk dan juga desainnya. Walaupun OSD dalam melakukan berbagai inovasi terhadap produk sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa diantara para konsumen yang merasa bingung dengan adanya banyak model tersebut.

c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Dalam hal ini, OSD menghasilkan beberapa macam produk yang sama atau disebut juga dengan diversifikasi terkait. Produk-produk yang dihasilkan berupa kaos, banner, stiker, gantungan kunci dll. Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya strategi diversifikasi terkait ini memiliki tujuan untuk meminimalisir risiko apabila terjadi gagal jual pada salah satu produk, sehingga OSD masih memiliki cadangan hasil penjualan pada produk lain. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa strategi diversifikasi terkait yang dilakukan oleh OSD sudah sesuai dengan teori yang ada

Dalam menjalankan sebuah bisnis, tidak akan selamanya berada pada posisi yang selalu menguntungkan, namun terkadang berada pada posisi yang stabil atau bahkan pada posisi yang memprihatinkan atau dibawah. OSD juga pernah mengalami hal demikian. Pemilik toko tentu akan melakukan berbagai cara untuk memposisikan bisnisnya dalam

kondisi yang menguntungkan, dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan didalam Syari'ah Islam. Sebagai cara untuk memperoleh posisi tersebut, maka hal yang dilakukan oleh pemilik yaitu dengan menerapkan beberapa strategi untuk menjadikan produknya unggul dan mampu berdaya saing diantara para pesaingnya.

Dalam perspektif ekonomi islam, bisnis yang baik adalah bisnis yang dijalankan dengan syariat yang sesuai dengan ajaran dalam islam. Yang tentu saja harus berlandaskan pada nilai-nilai yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT dan juga Rasul-Nya. Kunci sukses dalam berbisnis yakni terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut.

1. Niat yang Baik

Dalam dunia bisnis niat dianggap komponen utama dan mendasar yang harus dimiliki oleh setiap pemilik usaha. Berdasarkan hasil penelitian, niat yang dimiliki oleh pemilik usaha ini semata-mata hanya untuk membentuk usaha yang mampu mencukupi perekonomian keluarga hingga mampu membantu perekonomian masyarakat sekitar dan juga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat luas.

2. Menjalankan Usaha yang Halal

Usaha yang halal adalah usaha yang pasti akan di ridhoi oleh Allah SWT. Dalam hal ini pihak perusahaan juga sangat memperhatikan mengenai kualitas dari barang-barang produksinya. Sehingga masyarakat luas tidak perlu khawatir mengenai kehalalan dari produknya. Kehalalan tidak hanya dilihat dari hasil akhir produknya, namun juga dinilai dari cara memperoleh bahan baku, proses produksi, hingga cara penjualannya ke konsumen.

3. Percaya Pada Takdir dan Ridha

Dalam dunia bisnis setiap orang pasti memiliki rencana. Namun rencana tersebut hanyalah usaha dari manusia. Untuk selebihnya takdir Allah yang menentukan. Berdasarkan hasil penelitian, pemilik toko OSD sangat percaya terhadap takdir Allah. Ia sudah merencanakan berbagai strategi untuk mengembangkan bisnisnya, namun semuanya

tetap ia percayakan pada takdir Allah. Dan tetap ridha dengan apapun yang terjadi dalam bisnisnya.

4. Bersyukur

Bersyukur merupakan salah satu bentuk ucapan terimakasih kita kepada Allah. Dalam hal ini, bentuk syukur dari pihak OSD tidak hanya mengenai semakin suksesnya OSD yang tentu saja menambah pendapatan pemilik dan karyawannya. Namun juga rasa syukur atas kemampuannya mengembangkan teknologi dan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Penggunaan teknologi yang semakin canggih sehingga menghasilkan produk yang lebih berkualitas, dan tentu saja semakin membuat konsumen merasa puas.

5. Amanah

Kepercayaan merupakan hal penting dalam dunia bisnis. Karna apabila kita bisa dipercaya, maka konsumen juga akan semakin tertarik terhadap usaha kita. Dalam penelitian ini, pihak OSD sangat menjaga kepercayaan konsumennya dengan sangat baik. OSD selalu berusaha untuk memberikan pelayanan dan juga produk yang berkualitas untuk mendapatkan kepercayaan yang besar dari setiap konsumennya.

B. Analisis Dampak Pengembangan Bisnis Percetakan di OSD Pacitan

Pengembangan bisnis pada dasarnya adalah aktivitas atau ide apapun yang bertujuan untuk membuat bisnis menjadi lebih baik dari waktu ke waktu. Dalam sebuah bisnis, pengembangan-pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan tentu saja diharapkan dapat memberikan dampak yang baik terhadap perkembangan atau kemajuan bisnis tersebut. Dampak positif yang diharapkan tentu tidak hanya untuk pemilik perusahaan, namun juga berdampak baik untuk karyawan, lingkungan, dan juga konsumen.

Dalam wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pemilik OSD dan juga karyawannya, dampak dari pengembangan bisnis yang dilakukan pihak OSD meliputi :

1. Meningkatnya Kesejahteraan Ekonomi

Dengan semakin berkembangnya usaha yang dimiliki, pemilik perusahaan menjadi merasa cukup dalam hal perekonomiannya. Dalam hal ini kesejahteraan ekonomi tidak hanya dipandang dari sudut materi, melainkan juga kesejahteraan hidup.

2. Meningkatnya Sosial Ekonomi Masyarakat

Dengan adanya pengembangan bisnis ini, juga membantu peningkatan terhadap social ekonomi masyarakat, khususnya adalah karyawan dari pihak peretakan ini.

3. Memberi Kemudahan Terhadap Lingkungan Sekitar

Dampak positif yang juga diperoleh dari pengembangan bisnis ini adalah, semakin mudahnya masyarakat untuk mendapatkan atau membuat barang yang mereka butuhkan. Karna dengan adanya pengembangan bisnis ini, masyarakat sekitar tidak perlu jauh-jauh ke luar kota untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan dengan kualitas barang yang baik dan harga yang terjangkau.

Secara keseluruhan dampak dari pengembangan bisnis yang dilakukan OSD ini berdampak positif. Baik untuk pemilik perusahaan, karyawan, maupun konsumen. Semuanya menjadi Imerasa mendapatkan kemudahan dengan adanya pengembangan bisnis yang dijalankan ini.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh OSD yaitu strategi kombinasi bersama, yakni strategi integrasi vertikal (strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal), strategi intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk), dan strategi diversifikasi yakni menerapkan strategi diversifikasi terkait/konsentrik. Strategi-strategi yang diterapkan oleh OSD, secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun, terdapat beberapa hal yang menjadikan strategi-strategi di OSD belum optimal. Pada strategi integrasi vertikal, kurangnya perhatian terhadap para pemasok (strategi integrasi ke belakang). Dan pada strategi intensif, kurang optimalnya dalam kegiatan pemasaran pada strategi pengembangan pasar, sebab OSD hanya fokus pada strategi penetrasi pasar.

Jika dianalisis dengan ekonomi Islam, strategi-strategi yang diterapkan OSD secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Dalam hal ini OSD tidak hanya fokus pada strategi-strategi secara umum, namun OSD juga tidak melupakan hal-hal yang diatur oleh agama Islam.

2. Dampak dari strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di OSD yakni meliputi, meningkatnya kesejahteraan ekonomi, meningkatnya sosial ekonomi masyarakat, dan juga memudahkan lingkungan sekitar. Hal ini tentu saja dapat dikatakan positif, karna dengan adanya pengembangan bisnis ini, banyak pihak yang merasa diuntungkan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi OSD. Melihat kondisi bisnis sekarang ini yang semakin rumit, seharusnya OSD tidak hanya fokus pada strategi penetrasi pasar, tetapi lebih difokuskan juga pada strategi pengembangan pasar. Hal ini perlu menjadi perhatian yang lebih, sebab jika menginginkan sebuah bisnis yang mampu berdaya saing, maka perbaikan atau pembenahan perlu dilakukan. Selain itu, pada strategi integrasi ke belakang juga perlu dilakukan pembenahan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta, 2013.
- Agum, Pamungkas. *Wawancara*. November 23, 2022.
- Ajib, Ghufron. *Fiqh Muamalah II*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2018.
- Alma, Buchari, and Doni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Amrullah, Atla Tegar Habib, and Mutiara Devi Zumrotussaadah. "Analisis Dampak Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi." *Inspire Journal : Economics and Development Anlysis* Volume 1, Nomor 2 (2021).
- Arif, Muhammad. "Metode Penelitian Dan Teknis Analisis Data." *Pengabdian: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat* Volume 1 Nomor 2 (2020).
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Asrofi, Mohamad Fahrizal, and Ahmad Syaiconi. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* Volume 1 Nomor 11 (2019).
- Assauri, Sofian. *Strategic Management*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Ayu, Meri. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Darussalam)." *Skripsi Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh*, 2019.
- Bahri, Syabbul. "Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam." *Episteme: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* Volume 8 Nomor 1 (2013).

- Cahyani, Yutisa Tri. "Strategi Pemasaran Produk Usaha Pesantren Untuk Meningkatkan Perekonomian Santri (Studi Kasus PP. Riyadtul Jannah Pacet Mojokerto)," 2021.
- Chaniago, Siti Aminah. "Perumusan Manajemen Strategi." *Jurnal Hukum Islam* Volume 12 Nomor 1 (2014).
- Daulay, Raihannah. "Pengembangan Usaha Mikro Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Di Kota Medan." *Miqot: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* Volume 40 Nomor 1 (2020).
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Pustaka Al-Mubin, 2013.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka, 2015.
- Effendi, Mukhlison, and Sulistyorini. "Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Lembaga Pendidikan Islam." *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* Volume 2 Nomor 1 (2021).
- Egim, Ash Shadiq, and Nenengsih. "Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas Daerah Di Kota Padang Dengan Pengemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi." *Jrnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* Volume 5 Nomor 3 (2022).
- Faizah, Fita Nurotul. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM Mekar Abadi Grobogan." *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, 2018.

- Fatimah, Tjutju. "Pedagang Kaki Lima (PKL) Sebagai Alternatif Solusi Dalam Mengatasi Kemiskinan Dan Pengangguran." *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi* Volume 10 Nomor 2 (2019).
- Fauroni, R. Lukman. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Habiburahman. "Strategi Promosi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi* Volume 22 Nomer 2 (2017).
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.
- Hasan, Muhammad. "Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Pertanian* Volume 2 Nomor 1 (2018).
- Hidayati, Nurul. "Upaya Institusi Sosial Dalam Menanggulagi Pengemis Anak Di Kota Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah* Volume 2 Nomor 2 (2019).
- Jumhur. "Model Pengembangan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kuliner Di Kota Singkawang." *JEBIK: Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* Volume 4 Nomor 1 (2020).
- Keraf, Sonny. *Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya*,. Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Khamarullah, Akbar. "Strategi Dan Dampak Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Minapolitan (Studi Pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi)." *Jurnal Administrasi Publik* Volume 2 Nomor 4 (2021).

- Khamarullah, Akbar, and Riyanto. "Strategi Dampak Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Minapolitan." *Jurnal Administrasi Publik* Volume 2, Nomor 4 (2021).
- Ling, Ay. "Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya)." *Jurnal Agora* Volume 1 Nomor 1 (2018).
- M Manullang. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT.Indeks, 2013.
- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Mulyana, Dedi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda, 2006.
- Muslimin, Supriadi, Zainah Zainab, and Fajar Wardah. "Konsep Penetapan Harga Dalam Prespektif Islam." *Al Azhar : Journal of Islamic Economics* Volume 2 Nomor 1 (2020).
- Nasir, Muhammad. "Distribusi Dalam Islam." *Jurnal Muqtasid* Volume 2 Nomor 1 (2010).
- Nawawi, Ismail. *Ekonomi Islam*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2009.
- Ningrum, Hilma Yuniar Widya, and Deden Gandana Madjakusumah. "Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri Di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay." *Jurnal Riset Perbankan Syariah* Volume 1 Nomor 1 (July 2022).
- Norvadewi. "BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM." *AL-TIJARY: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Volume 1 Nomor 1 (Desember 2015).
- Noviana, and Rusydi. "Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas

- Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia).” *Jurnal Visioner Dan Strategis* Volume 5 Nomor 1 (n.d.).
- Nuryadin, Muhammad Birusman. “Harga Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Mazahib* Volume 4 Nomor 1 (2007).
- Panjaitan, Nismah, Dini Wahyuni, and Mangara Tambunan. “Reduksi Produk Cacat Pada Kegiatan Percetakan.” *Jurnal Ilmiah Widya Teknik* Volume 16 Nomor 2 (2017).
- Prasatya, Fauzan Anggi. “Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Jajanan Asing Kaki Lima Di Kota Serang.” *Jurnal MPI* Volume 12 Nomor 2 (2017).
- Putri, Novi Andhika. “Analisis Proses Bisnis Pada Percetakan Bhineka Riyant.” *JIKA: Jurnal Teknik Informatika*, 2017.
- Rachmat. *Manajemen Strategik Edisi Pertama*. Bandung: CV. Pustaka Setia, n.d.
- Rahmawati, Fitrah. “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Wong Solo Di Kendari.” *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 3 Nomor 2 (2018).
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2017.
- Rochman, Fadika Fatchur. “Strategi Pengembangan Binis PT. Ojid Kharisma Nusantara.” *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*, 2019
- Santosa, Agus. “Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga Kabupaten Bogor, Jawa Barat).” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume 12 Nomor 1 (2011).
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014.

- Setiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Setyawan, Fajar. *Observasi*, 2022.
- Setyawan, Fajar. *Wawancara*, 2022.
- Sodiq, Amirus. "Konsep Kesejahteraan Dalam Islam." *Equilibrium : Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 3, Nomor 2 (Desember 2018).
- Suardi, Didi. "Makna Kesejahteraan Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam." *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* Volume 6, Nomor 2 (2021).
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suhito. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukristono. "Perencanaan Strategis Bank." *Jurnal Bisnis Islam* Volume 3 Nomor 7 (2018).
- Sula, Muhammad Syakir. *Asuransi Syariah Life And General*. Jakarta: Gema Insane, 2004.
- Suwiknyo, Dwi. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Syamsudin, Amir. "Pengembangan Instrumen Evaluasi Informal Kualitatif." *Jurnal Pendidikan Anak* Volume 3 Nomor 1 (2019).
- Syukur, Muhammad. "Distribusi Perspektif Etika Ekonomi Islam." *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* Volume 2 Nomor 2 (2018).
- Tri, Wahyuniarso. "Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik Di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang." *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*, 2018.

Ulfatun, Nisa'. "Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem."

Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2021.

Umar, Husein. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.

Wahyudi, Amin. "Kebijakan Moneter Berbasis Prinsip-Prinsip Islam." *Justicia Islamica Jurnal Kajian Hukum Dan Sosial* Volume 10 Nomor 1 (2013).

Wedasmara, Patria. *Wawancara*. Desember 2022.

Widya, Amelia T, Helfa Rahmadyani, and Agustinus Abadi. "Dampak Bisnis Online Terhadap Sosial Ekonomi." *MODUL* Volume 20, Nomor 2 (2020).

Wiranata, Buyung, and Bambang Haryadi. "Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada PT. Ubital Offset Printing." *Agora* Volume 1 Nomor 1 (2013).

Yusanto, and Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press, 2017.