

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

3.1.1 Tujuan Umum

Melalui kegiatan penelitian ini diharapkan dapat diketahui fenomena penerapan hukum Islam dan etika bisnis Islam dalam perilaku pelaku usaha kerajinan batik di Kabupaten Cirebon untuk memenangkan persaingan bisnisnya.

3.1.2 Tujuan Khusus

- a. Mengetahui bagaimana kondisi persaingan usaha di industri kerajinan batik di Kabupaten Cirebon selama ini.
- b. Mengetahui penerapan etika bisnis Islam para pelaku usaha pada industri kerajinan batik di Kabupaten Cirebon dalam menghadapi persaingan usaha.

3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberikan gambaran kepada peneliti dan masyarakat sejauh mana perilaku pelaku usaha industri kerajinan batik di Kabupaten Cirebon dalam menerapkan hukum dan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha.
- b. Memberikan masukan kepada para pelaku usaha mengenai perilaku usaha yang sesuai dengan hukum dan etika bisnis Islam.
- c. Memberikan masukan kepada pemerintah daerah dalam upaya menciptakan iklim persaingan usaha yang kondusif yang sesuai dengan etika bisnis Islam dengan mengacu pada permasalahan yang ada.
- d. Menambah referensi bagi para peneliti yang akan dan sedang melakukan kajian penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha di sektor Usaha Menengah, Kecil dan Mikro.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penelitian

Untuk melihat bagaimana pola persaingan usaha, bentuk persaingan usaha serta penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pada pelaku usaha sektor unggulan di Kabupaten Cirebon merupakan studi deskriptif. Alasan yang menjadi pertimbangan pemilihan metode ini karena peneliti ingin menggambarkan dengan lebih baik dan jelas sifat-sifat yang diketahui keberadaannya yang relevan dengan variabel yang diteliti. (Kuncoro, 2003, 69).. Disamping itu melalui studi deskriptif peneliti melihat bahwa yang dikaji adalah makna dari suatu tindakan atau apa yang berada di balik tindakan seseorang sehingga penelitian deskriptif ini akan lebih mewakili kondisi yang dihadapi objek. Adapun objek penelitiannya adalah pelaku usaha di Kerajinan Batik di Kabupaten Cirebon, yang keseluruhannya merupakan salah satu industri unggulan.

Penelitian ini akan menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada para pelaku usaha di industri kerajinan batik di Kawasan Pasar Batik Trusmi dan Kawasan Penjualan Batik Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon dengan penentuan sampel dengan cara penarikan sampel dilakukan melalui *nonprobability random sampling*. Namun penelitian *nonprobability random sampling* ini memiliki kekurangan yaitu variabilitas dan estimasi yang bias karena sampel tidak representatif. Proyeksi data dari sampel yang diperoleh menjadi tidak sesuai.

Kawasan Pasar Batik dan Pengrajin dan perajin Trusmi merupakan kawasan yang dibangun oleh pemerintah Kabupaten Cirebon sebagai usaha pemerintah untuk meningkatkan penjualan dan pengenalan Batik Trusmi kepada masyarakat yang lebih luas, sehingga harapannya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Cirebon.

4.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu :

1. Observasi. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu selain pancaindra lainnya seperti telinga, mulut dan lainnya. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra maa serta dibantu panca indra lainnya. Terkait dengan metode pengumpulan data, metode obeservasi

adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian. Suatu kegiatan pengamatan baru dapat dikategorikan sebagai kegiatan pengumpulan data penelitian jika memenuhi beberapa kriteria yaitu : (Burhan, 2011, 95)

- a. Pengamatan digunakan dalam penelitian dan telah direncanakan secara sistematis.
- b. Pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan
- c. Pengamatan tersebut dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proposisi umum dan bukan dipaparkan sebagai sesuatu yang menarik perhatian.
- d. Pengamatan dapat dicek dan dikontrol mengenai validasi dan reliabilitasnya.

Lebih lanjut, Burhan mengungkapkan terdapat dua jenis observasi yaitu observasi langsung dan observasi tidak langsung. Observasi langsung yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung pada objek yang diobservasikan, dalam arti bahwa pengamatan tidak menggunakan media-media transparan. Dalam hal ini peneliti secara langsung melihat atau mengamati apa yang terjadi pada objek penelitian. Sedangkan pada observasi terstruktur, peneliti telah mengetahui aspek atau aktivitas apa yang akan diamati, yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian karena pada pengamatan, peneliti telah terlebih dahulu mempersiapkan materi pengamatan dan instrumen yang akan digunakan. dalam penelitian ini menggunakan kedua metode observasi yaitu observasi langsung dan observasi terstruktur.

2. Wawancara. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Terdapat beberapa hal dari metode wawancara yaitu pewawancara, responden, materi wawancara dan pedoman wawancara (bisa ada atau tidak). Wawancara ini akan dilakukan pada pelaku usaha pedagang batik, pengrajin dan perajin batik, dan pengrajin yang sekaligus pedagang.
3. Kuesioner. Metode kuesioner (angket) merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian diberikan kepada responden. Setelah diisi, angket akan diambil kepada peneliti. Bentuk umum dari kuesioner terdiri dari bagian pendahuluan yang berisi petunjuk pengisian angket, bagian

identitas responden (nama, jenis usaha, status pemilik atau pegawai, tahun mulai merintis usaha dan jumlah karyawan yang dimiliki. Bentuk kuesioner yang disebarkan dibagi menjadi dua yaitu kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka.

- a. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang dirancang sedemikian rupa untuk merkam data tentang keadaan yang dialami responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab tertera dalam kuesioner.
- b. Angket terbuka adalah daftar pertanyaan yang dibuat dengan sepenuhnya memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab tentang keadaan yang dialaminya sendiri tanpa ada alternatif jawaban dari peneliti.

Pada penelitian ini kuesioner merupakan gabungan dari kuesioner tertutup dan terbuka, artinya disamping alternatif jawaban tertera dalam kuesioner, namun terdapat pilihan terbuka seandainya responden memiliki jawaban diluar yang telah disediakan atau diarahkan.

4.3 Operasional Variabel Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan penelitian maka disusun instrumen penelitian yang berisi indikator yang dapat mewakili perilaku persaingan usaha diantara para pelaku usaha dan juga penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha tersebut di usaha kerajinan dan pakaian batik di kawasan Trusmi Kabupaten Cirebon. Etika bisnis yang dijadikan acuan dalam persaingan usaha pada penelitian kali ini adalah mengacu pada sifat Rasulullah SAW yang telah mencontohkan sebelumnya dalam menjalankan usahanya bersama Siti Khadijah. Adapun sifat atau variabel tersebut adalah :

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator
Shiddiq (mengembangkan sifat jujur)	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki motivasi yang kuat dalam menjalankan usaha • Selalu menjaga kualitas produk atau barang yang dihasilkan • Jujur dalam setiap proses transaksi bisnis • Secara terbuka menyampaikan kerusakan produk kepada pelanggan
Amanah (mengembangkan sifat untuk mengembalikan segala sesuatu sesuai hak nya)	<ul style="list-style-type: none"> • Penentuah harga jual atas produk yang ditawarkan • Memberikan upah yang sesuai dengan UMR dan atau sesuai dengan jam kerjanya • Memberikan fasilitas kesejahteraan lain kepada karyawan

Variabel	Indikator
	<ul style="list-style-type: none"> • Pengeluaran lain yang tidak terkait biaya produksi • Upaya pengelolaan limbah atau barang yang tidak terpakai
Fatonah (mengembangkan sifat kemampuan untuk selalu mengembangkan diri atau berinovasi)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan untuk menghasilkan produk inovatif • Kemampuan untuk menciptakan produk yang unggul dibandingkan pesaing • Upaya mengembangkan skala usaha • Memahami faktor utama peningkatan pengembangan usaha • Memahami kendala atau permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha
Tabligh (mengembangkan sifat dalam kemampuan penyampaian keunggulan produk)	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan berbagai upaya promosi untuk memperluas pangsa pasar • Memahami keunggulan produk yang ditawarkan dibandingkan dengan pelaku usaha yang lain. • Memahami berbagai kendala dalam menghadapi pesaing saat berupaya memperluas pangsa pasar.

Seluruh variabel dan indikator tersebut akan diperoleh dengan melakukan indepth interview dengan responden, dan juga melalui pengamatan langsung di lapangan.