

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bekerja dan berusaha (termasuk berwirausaha) merupakan keniscayaan dalam kehidupan manusia. Keberadaan manusia di muka bumi sebagai *khalifah fil ardhi* dimaksudkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik.¹

Seringkali ekonomi menjadi masalah yang serius bagi kehidupan manusia. Hal ini lantaran keterbatasan jumlah sumberdaya ekonomi yang tersedia tidak sebanding dengan berbagai macam kebutuhan manusia yang relatif tidak ada batasnya. Perbedaan yang mendasar ini yang mengakibatkan adanya ketidaksinergisan kehidupan manusia. Seseorang yang tidak kreatif dalam memanfaatkan sumber daya ekonomi tersebut, akhirnya akan jatuh ke dalam jurang kesengsaraan dan kemiskinan.²

Sebagai manusia kita dituntut untuk bekerja agar dapat memenuhi dan mencukupi kebutuhan hidup. Bekerja bagi setiap orang merupakan satu kebutuhan, tidak hanya sekedar kewajiban. Baik itu dilakukan guna memenuhi kebutuhan yang bersifat jasmani, seperti makan, sandang, dan papan, maupun kebutuhan yang bersifat rohani, yaitu untuk lebih meningkatkan kualitas keimanan dan ketaqwaan terhadap Allah SWT.³ Salah

107. ¹ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011 hlm.

² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm. 32.

³ *Ibid.*, hlm. 71-72.

satu surat yang berkaitan dengan bekerja atau berkarya adalah QS. Al Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “10. Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.⁴

Ayat diatas memberikan anjuran agar umat islam bekerja mencari karunia Allah di dunia, namun hal itu juga disertai dengan niat bahwa semua yang dilakukan oleh manusia harus dilandasi dengan selalu ingat kepada Allah.

Manusia memiliki banyak peluang untuk berusaha. Dalam menjalankan usaha tersebut, manusia kemudian menjalin *networking* yaitu membangun berbagai hubungan dengan orang lain. Hal itu dapat dijadikan investasi agar usahanya tidak mendapatkan kendala, malahan mendapat dukungan dan kemudahan dari pihak lain.⁵

Persaingan dalam bisnis (usaha) bukan menjadi persoalan yang tabu, tapi justru persaingan dijadikan sebagai sarana untuk bisa berprestasi secara *fair* dan sehat. Kalau Allah tidak menghendaki adanya persaingan, maka Allah tidak akan menciptakan kita dalam beragam kultur, etnis, dan budaya yang berbeda. Saingan atau lawan dalam dunia bisnis bisa dijadikan sebagai

⁴ Software Al-Quran Surat Al Jumu'ah ayat 10 dan Terjemahanya.

⁵ Jafiril Khalil, *Jihad Ekonomi Islam*, Depok: Gramata Publishing, 2010, hlm. 198.

partner untuk memicu dan mendorong kita agar menjadi manusia-manusia yang kreatif yang terus berinovasi untuk mengeluarkan produk-produk baru.⁶

Oleh karena itu, untuk memenuhi kepuasan pelanggan tersebut, seorang wirausahawan atau pengusaha harus memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah terhadap produk dari industrinya dan jasa layanan yang diberikan kepada pelanggan (*konsumen*). Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kreativitas dan inovasi dalam kewirausahaan.

Wirausahawan dalam perusahaannya akan dihadapkan pada permasalahan yang banyak dan rumit sifatnya, seperti barang atau jasa apakah yang sebaiknya diproduksi oleh perusahaan ini, kalau memperhatikan peluang pasar, kemungkinan-kemungkinan pemasaran dan biayanya. Begitu juga berapa besar sebaiknya kapasitas produksi dari perusahaan tersebut, metode atau teknik produksi apa yang kemungkinan dapat diterapkan.

Menghadapi permasalahan dan tantangan di atas, tentunya wirausaha harus memiliki dan menunjukkan sikap kewirausahaan dalam menjalankan dan mengelola usahanya.

Seorang wirausaha adalah orang yang kreatif, berani mengambil resiko, inovatif dalam menggunakan sumber daya, selalu aktif dalam mengambil peran, dan berkreasi untuk mendapatkan yang diimpikannya.

Kreativitas (*creativity*) adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (*thinking new things*). Sedangkan inovasi (*innovation*) adalah kemampuan

⁶ Johan Arifin, *Op.Cit.*, hlm. 100.

menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang (*doing new things*).⁷

Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berfikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah yang akan menjadi keunggulan. Keunggulan ini yang menjadi daya saing yang diciptakan oleh para wirausaha. Kreativitas akan muncul apabila wirausaha melihat sesuatu yang telah dianggap lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda.

Proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan, yaitu orang-orang yang penuh percaya diri (penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, dan bertanggungjawab), inisiatif (energik, cekatan, dan aktif), memiliki motif berprestasi (berorientasi pada hasil dan wawasan kedepan), memiliki jiwa kepemimpinan (dapat dipercaya dan tangguh dalam bertindak), dan berani mengambil risiko.⁸

Strategi wirausaha dalam meningkatkan volume penjualan itu dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain dengan mengembangkan konsep produk fisik dengan harapan agar konsumen dapat menerima produknya sesuai dengan keinginannya, yang kedua dengan riset dan analisis terhadap pasar yang dituju, dan ketiga dengan peningkatan dalam bidang promosi.⁹

Dalam berbisnis, Rasulullah SAW telah memberikan banyak tuntunan bagaimana bersaing dengan baik ketika berdagang (berbisnis). Nabi

⁷ Suryana, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 2.

⁸ *Ibid.*, hlm. 3.

⁹ Tarsis Tarmudji, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*, Yogyakarta: Liberty, 1996, Hlm. 8.

Muhammad tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan para pesaing bisnisnya, namun tidak serta merta Rasul berdagang dengan apa adanya tanpa menghiraukan para pesaingnya. Salah satu cara yang dilakukan Nabi adalah dengan memberikan pelayanan terbaik, serta selalu mengatakan hal yang jujur terhadap semua barang dagangannya, sekalipun ada yang cacat Beliau mengatakan barang tersebut benar-benar cacat. Tapi, dengan bekal itulah banyak konsumen dan pembeli merasa simpatik dengan cara berdagang Rasul dengan imbas mereka akhirnya mau membeli dagangan Nabi. Cara tersebut, ternyata dengan sendirinya akan meningkatkan kualitas penjualan tanpa harus mematikan para pebisnis lainnya.¹⁰

Tujuan dari sebuah usaha adalah mendapatkan keuntungan dengan menaikkan volume penjualan dari waktu ke waktu. Namun, selain menaikkan volume penjualan, wirausaha juga harus memperhatikan kepuasan pelanggan tanpa mematikan bisnis pesaingnya. Dengan menerapkan penjualan yang islami, pada perusahaan dalam jangka panjang akan membawa dampak positif dalam arti *image* perusahaan akan baik dan otomatis akan meningkatkan penjualan perusahaan itu sendiri.

Salah satu usaha kecil menengah (UKM) atau bisnis yang saat ini mulai berkembang sampai ke daerah-daerah adalah industri Batik. Industri Batik tentunya bukan perusahaan yang tidak memiliki pesaing, bahkan perusahaan-perusahaan sejenis banyak yang meramaikan pasar dengan produk-produk yang beraneka ragam. Menghadapi persaingan yang ketat ini,

¹⁰ Johan Arifin, *Op.Cit.*, hlm. 105.

pengrajin mulai meningkatkan kreativitas dan inovasi baik dalam ide desain, motif, maupun kualitas produk sehingga tidak tersisih dalam persaingan pasar.

Minat masyarakat terhadap batik saat ini semakin maju, batik tidak hanya digunakan pada saat acara resmi atau identik dengan pakaian orang tua tetapi batik juga sering dipakai anak-anak sampai remaja dan tidak selalu resmi. Para *designer* dan majalah-majalah modepun beramai-ramai mengangkat Batik sebagai tema utama sehingga *booming fashion* terjadi

Propinsi Jawa Tengah telah lama menjadi barometer perkembangan batik Indonesia. Sentra produksi batik di Jawa Tengah banyak dijumpai di daerah Pekalongan, Jogjakarta, Surakarta, dan Sragen. Corak dan variasi batik Jawa sendiri berjumlah ratusan. Tiap variasi tersebut memiliki makna dan filosofi tersendiri. Hampir tiap wilayah sub-budaya di provinsi ini mengembangkan berbagai motif tersendiri yang akhirnya dianggap sebagai batik khas daerah itu.¹¹

Demikian pula Kabupaten Blora, meskipun batik belum lama dikembangkan, ternyata perkembangan dan kemajuan batik sangat pesat. Bahkan, hampir di setiap kecamatan sudah ada para pengrajin, dan memiliki pangsa pasar sendiri. Blora juga mempunyai motif yang menjadi ciri khasnya, seperti motif daun jati dan mustika yang mengandung filosofi hidup dan etos kerja. Banyak bermunculannya perusahaan batik di Blora, membuat para pengrajin harus memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah

¹¹ <http://www.jatengprov.go.id/?mid=produkhas>, diakses tanggal 17 Februari 2014.

terhadap produk yang dihasilkannya. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kreativitas dan inovasi kewirausahaan agar perusahaan tidak tersingkir dalam persaingan pasar serta dapat memenuhi kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Batik Blora kini hadir dan telah menjelma menjadi komoditi yang mampu mendongkrak ekonomi masyarakat. Meskipun usianya belum begitu dewasa, tetapi telah menunjukkan perkembangan yang baik. Sebanyak 37 pengrajin mengusung tema pohon jati sebagai media penggalian inspirasi yang akhirnya melahirkan desain-desain khas dan unik. Komposisi daun jati dan potongan-potongan pohon jati membawa nuansa eksotik Batik-batik Blora.¹²

Pengrajin Batik Blora terus mengembangkan wirausaha dan didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang ada di daerah tersebut, serta memperhatikan banyaknya persaingan yang ada di pasar. Daerah pembatikan di Kabupaten Blora sudah menyebar cukup luas, walaupun masih terpisah-pisah dan belum memiliki daerah sentra khusus untuk Batik Blora sendiri. Beberapa diantaranya terletak di Kecamatan Kunduran, Kecamatan Japah, dan Kecamatan Blora.

Melalui proses kreatif dan inovatif, wirausaha menciptakan nilai tambah atas produknya sehingga menciptakan keunggulan bersaing dan dapat menaikkan volume penjualannya. Dampak dari kenaikan volume penjualan ini diharapkan dapat menyejahterakan wirausaha maupun karyawannya.

¹² Sambutan Kepala BAPPEDA Kabupaten Blora Samgautama Karnajaya dalam Katalog Profil Klaster Batik Blora, 22 Oktober 2013.

Namun, diduga bahwa peluang untuk meningkatkan penjualan belum dimanfaatkan dengan sepenuhnya oleh para pengrajin batik di Kabupaten Blora yang memang belum memiliki merek ternama, sementara peluang penjualan produk batik sebenarnya terbuka sangat lebar hingga keseluruhan nusantara bahkan mancanegara. Selain itu, meskipun Kabupaten Blora sudah menjadi salah satu pusat kerajinan batik, tetapi masih banyak konsumen yang belum mengetahui keberadaan batik ini.

Dilihat dari permasalahan diatas, penulis tertarik untuk mengetahui kreativitas dan inovasi pengrajin Muslim Batik Blora dalam meningkatkan volume penjualannya. Dari uraian latar belakang dan kendala di atas, penulis mengadakan suatu penelitian yang berjudul **"Studi Analisis Usaha Pengrajin Muslim dalam Meningkatkan Volume Penjualan Batik Blora di Blora"**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- A. Faktor apa yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan Batik Blora?
- B. Bagaimana hasil volume penjualan Batik Blora?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian dimaksudkan untuk mengetahui sasaran dan arah dari hal-hal yang dicapai dalam mengadakan suatu penelitian. Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan Batik Blora.
2. Mendeskripsikan hasil volume penjualan pada Batik Blora.

Secara umum manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah untuk mengetahui usaha yang dilakukan oleh wirausaha dalam meningkatkan volume penjualan pada industri Batik Blora. Secara khusus penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagaimana berikut:

1. Bagi Mahasiswa / Peneliti
 - a. Penelitian ini merupakan penerapan ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah dan juga mahasiswa dapat melihat kenyataan dalam kehidupan nyata khususnya yang ada dalam dunia wirauasaha.
 - b. Penelitian ini tentunya berguna bagi penulis sebagai media pengembangan diri.
2. Bagi Industri Pengrajin.
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan bagi usaha-usaha pengembang Batik Blora dalam rangka untuk lebih meningkatkan keberhasilan usahanya.

- b. Sebagai wacana untuk kedepan lebih baik dan dapat mengoptimalkan produk yang telah dihasilkan guna peningkatan kesejahteraan masyarakat itu sendiri
3. Bagi Fakultas.
 - a. Sebagai bahan informasi bagi pemerhati ilmu ekonomi terutama bagi para pemegang perusahaan dan *businessman* serta praktisi yang ada pada lingkungan IAIN Walisongo Semarang.
 - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk melengkapi perpustakaan dan sebagai bahan dokumentasi.

D. Tinjauan Pustaka

Bagian ini merupakan pemaparan teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi hasil penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian ini. Dari beberapa kajian literatur hasil penelitian terdahulu dapat disajikan dibawah ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Illa Nur Arofathillah tahun 2010 dengan judul Strategi Wirausaha dalam meningkatkan Volume penjualan (Pengrajin Bordir “Dahlia Collection” di Desa Sukoanyar Plalar Kecamatan Pakis Kabupaten Malang). Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana strategi wirausaha, teknik penjualan yang digunakan dan hasil volume penjualannya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa volume penjualannya mengalami naik turun sesuai dengan permintaan pelanggan karena di pengaruhi oleh musim.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Krisdiyanti tahun 2010 dengan judul Kreativitas dan inovasi wirausaha dalam Meningkatkan Kinerja pemasaran (CV Setia Tailor Konveksi Tajinan Malang). Fokus dari penelitian ini mengenai aspek latar belakang usaha, kreativitas dan inovasi, serta kinerja pemasaran dalam berwirausaha. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tehnik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian adalah kinerja perusahaan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun setelah diterapkannya kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha.

Jurnal inovasi dan kreativitas kewirausahaan Volume 1 No. 3 oleh Ernani Hadiyati tahun 2012 dengan judul Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya terhadap Pemasaran Kewirausahaan (Usaha Kecil Keramik Dinoyo Malang). Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan pada pemasaran kewirausahaan. Kedua, kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap pemasaran kewirausahaan. Ketiga, kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh dominan terhadap pemasaran kewirausahaan.

Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis oleh Alfi Amalia dkk dengan judul Analisis Pengembangan Strategi Usaha pada UKM Batik Semarangan di Kota

Semarang. Fokus dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi perusahaan dalam mengembangkan usaha Batik Semarang dengan analisis SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif dengan dukungan data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara mendalam serta data dari lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah dengan diterapkannya analisis SWOT, Batik Semarang lebih dikenal masyarakat dan mengembangkan usaha Batik Semarang lebih meningkat dari tahun ke tahun.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian kualitatif yang artinya, penelitian yang dilakukan dengan menggambarkan, menguraikan, dan menjelaskan data-data atau informasi-informasi, dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.¹³

Pendekatan kualitatif digunakan sebab masalah yang diteliti memerlukan suatu pengungkapan yang bersifat deskriptif dan komprehensif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, perilaku yang dapat diamati dan gambar-gambar. Data yang ada akan dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, hlm. 245.

tanpa menggunakan teknik analisis statistik. Seperti yang diungkapkan Moleong bahwa:

“Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya”.¹⁴

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Studi Kasus (*case study*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu perusahaan.¹⁵

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat berpengaruh sekali dalam hasil penelitian. Karena pemilihan metode pengumpulan data yang tepat akan diperoleh data yang relevan, dan akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi (Pengamatan)¹⁶

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan memperhatikan hubungan antaraspek dalam fenomena tersebut.

Ada beberapa jenis observasi yang perlu diketahui antara lain:¹⁷

¹⁴ L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005, hlm. 6.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm. 115.

¹⁶ Imam Gunawan, *Metode Penelitian (Teori dan Praktek)*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013, hlm. 143.

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 226-228.

- 1) Observasi terus terang atau tersamar, dimana dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Tetapi, suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang dirahasiakan.
- 2) Observasi tidak berstruktur, yaitu observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses Tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik. Terdapat dua pihak dengan kedudukan yang berbeda dalam proses wawancara. Pihak pertama berfungsi sebagai penanya, disebut juga sebagai *interviewer*, sedang pihak kedua berfungsi sebagai pemberi informasi (*information supplier*) atau informan.¹⁸

Ada dua cara membedakan dua tipe wawancara dalam tataran yang luas:

- 1) Wawancara terstruktur, digunakan karena informasi yang akan diperlukan penelitian sudah pasti. Proses wawancara terstruktur dilakukan dengan menggunakan instrument pedoman

¹⁸ Imam Gunawan, *Op.Cit.*, hlm. 160.

wawancara tertulis yang berisi pertanyaan yang akan diajukan kepada informan. Dalam wawancara terstruktur, pertanyaan-pertanyaan, runtunannya dan perumusan kata-katanya sudah “harga mati”, artinya sudah ditetapkan dan tak boleh diubah-ubah.

- 2) Wawancara tidak terstruktur, bersifat lebih luwes dan terbuka. Pertanyaan yang diajukan bersifat fleksibel tetapi tidak menyimpang dari tujuan wawancara yang telah ditetapkan.¹⁹

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menyelidiki benda-benda tertulis berupa catatan, buku, surat kabar dan sebagainya.

Dokumen biasanya dibagi dua, yaitu:²⁰

- 1) Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya seperti buku harian, surat pribadi dan autobiografi.
- 2) Dokumen resmi terbagi atas dokumen internal bisa berupa memo, pengumuman, intruksi, aturan suatu lembaga masyarakat tertentu yang digunakan dalam kalangan sendiri. Sedangkan dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, misalnya majalah, buletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan kepada media massa.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 162.

²⁰ *Ibid.*, Hlm. 178.

Melalui teknik ini diharapkan peneliti bisa mendapatkan data-data yang terkait kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan yang diteliti oleh peneliti.

3. Sumber Data

Dalam penelitian yang bersifat *field research*, data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data ini diperoleh dari hasil wawancara (*interview*) atau kuesioner penelitian. Sedangkan data sekunder yaitu data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain, misalnya berupa dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja sebagaimana yang disarankan oleh data.²¹

Analisis data diperlukan sebagai media untuk membaca rincian data yang telah dikumpulkan pada penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan

²¹ L. J. Moleong, *Op.Cit.*, hlm. 104.

data yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan lembar observasi kemudian data tersebut dipaparkan, dibahas dan disimpulkan.

Karena penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif, maka analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.²²

F. Sistematika penulisan

Sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab, yaitu :

BAB 1 : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Faktor-faktor Penentu dalam Bisnis

Bab ini menguraikan landasan teoritis yang digunakan dalam pembahasan masalah yang disajikan dalam bab satu. Teori dalam bab ini merupakan dasar dalam menganalisis dan menyelesaikan masalah secara aplikatif dan obyektif.

²² Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methode)*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 333.

BAB III : Wirausaha Batik Blora

Bab ini menguraikan tentang sejarah Batik Blora, lokasi, visi dan misi, dan produk-produk yang dihasilkan oleh Pengrajin Muslim Batik Blora.

BAB IV : Analisis Peningkatan Volume Penjualan Batik Blora

Bab ini menguraikan tentang usaha yang dilakukan oleh Pengrajin Muslim Batik Blora dalam meningkatkan volume penjualan serta hasil volume penjualannya.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Dalam bab terakhir ini mengungkapkan kesimpulan yang ditarik dari permasalahan dan pembahasan yang ada, serta saran-saran yang diharapkan dapat membantu memecahkan masalah bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan berguna sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.