Analisis Strategi Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Penjahit Azzahra Desa Pandan Sejahtera Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur)

Efni Anita¹, Faturahman², Tina Listiani³

¹²³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha
Saifuddin Jambi
e-mail: tinalistiani16@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis islam penjahit Azzahra dalam meningkatkan untuk mengetahui strategi bisnis Islam, kendala yang dihadapi, dan upaya yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), metodologi deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjahit Azzahra menggunakan empat strategi utama: menjaga kualitas dan ketepatan waktu jahitan, menetapkan harga bersaing, promosi, dan lokasi. Kendala yang dihadapi termasuk persaingan dengan penjahit baru, perbedaan tarif, keluhan konsumen, dan keterbatasan teknologi yang membatasi pemasaran. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala ini meliputi pemanfaatan bahan sisa untuk membuat produk bernilai ekonomis seperti masker dan aksesoris, memberikan pelayanan ramah dan santun, serta memberikan bonus untuk pelanggan yang memesan dalam jumlah besar.

Kata Kunci: *Bisnis Islam, Pendapatan, Penjahit.*

Abstract

This research aims to find out the Islamic business strategy of Azzahra tailors in improving to find out the Islamic business strategy, the obstacles faced, and the efforts made to increase income. This research uses field research, qualitative descriptive methodology. Data collected using observation, interviews and documentation. The research results show that Azzahra tailors use four main strategies: maintaining the quality and timeliness of sewing, setting competitive prices, promotions, and location. Obstacles faced include competition with new tailors, differences in rates, consumer complaints, and technological limitations that limit marketing. Efforts made to overcome this obstacle include using leftover materials to make economically valuable products such as masks and accessories, providing friendly and polite service, and providing bonuses for customers who order in large quantities.

Keywords: *Islamic Business, Income, Tailoring.*

PENDAHULUAN

Saat ini semakin banyak masyarakat dunia yang sadar tentang kegiatan bermuamalah secara Islam. Salah satu buktinya adalah pesatnya perkembangan minat masyarakat dunia terhadap ekonomi Islam dalam dua dekade terakhir, Indonesia sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia juga mengalami hal yang sama. Hal ini dibuktikan dengan semakin bermunculan berbagai produk syariah (Islam). Saat ini perkembangan yang menyolok adalah produk yang bersentuhan dengan bidang lembaga keuangan. Namun pesatnya perkembangan produk ekonomi Islam belum bisa diimbangi oleh pesatnya perkembangan dari sisi keilmuan yang lebih luas. Jika hal ini terjadi secara terus-menerus, akan terjadi ketimpangan perkembangan ekonomi Islam ke depan. Untuk itu pengembangan ekonomi Islam dari sisi keilmuan menjadi hal mutlak, untuk menjadi penyeimbang pesatnya perkembangan yang terjadi saat ini (Putra dkk, 2018). Adanya persaingan bisnis membuat setiap bisnis harus melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran (*marketing strategi*) adalah suatu rencana yang didesain untuk memengaruhi pertukaran dalam mencapai tujuan organisasi. pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan (Putra dkk, 2018). Dengan adanya strategi bisnis Islam maka dapat meningkatkan pendapatan usaha. Pendapatan adalah hasil produksi yang diperoleh dalam bentuk materi dan dapat kembali digunakan memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana produksi. Menurut Samuelson dan Nordhaus, pendapatan adalah suatu hasil yang diperoleh dalam bentuk uang atau barang berwujud lainnya dengan menggunakan kekayaan atau jasa manusia secara cuma-cuma. Sebaliknya, pendapatan rumah tangga mengacu pada seluruh jumlah uang atau barang yang diperoleh setiap anggota rumah tangga dari sumber lain atau dari gaji atau pembayaran dari perusahaan asal mereka (Miswar, 2017).

Menurut Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Usaha mikro di Indonesia terdapat dua macam, yaitu Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dan Usaha Mikro dan Besar (UMB). Usaha mikro di Indonesia juga dapat menentukan perekonomian Indonesia. Di Provinsi Jambi terdapat 314.237 usaha tersebar di seluruh wilayah. Berdasarkan data BPS Provinsi Jambi menyebutkan bahwa kontribusi usaha menurut lapangan usaha perdagangan dan eceran ini sebesar 53,88%. Ini menunjukkan angka yang sangat besar, artinya sebagian besar dari usaha yang ada di Provinsi Jambi merupakan usaha pada industri perdagangan dan eceran. UMKM mampu berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. UMKM berpotensi menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan (Fajar, 2015). Berikut data banyaknya UMKM menurut wilayah dan skala di Provinsi Jambi:

Berdasarkan data menjelaskan bahwa jumlah UMKM di Provinsi Jambi

cenderung mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2020 jumlah UMKM mengalami penurunan. Penurunan jumlah UMKM ini menjadi permasalahan yang harus diatasi agar UMKM dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar dan dapat membantu perekonomian daerah. Mayoritas masyarakat yang tinggal di kabupaten hingga pedesaan bergantung pada hasil UMKM sebagai sumber pendapatan utama keluarga. Oleh karena itu usaha kecil dan menengah dikenal sebagai sumber pendapatan tambahan bagi keluarga. Usaha penjahitan pakaian merupakan salah satu usaha dalam bidang jasa yang masih terus beroperasi hingga saat ini. Terdapat tantangan dalam menjalankan bisnis penjahitan pakaian dan tantangan tersebut dapat mengganggu operasional perusahaan. Industri jahit mempunyai beberapa kendala seperti terlambat, membebankan harga selangit kepada klien, dan banyak saingan. Akibat dari hal ini, perusahaan akan menghadapi kebangkrutan karena iklan dari mulut ke mulut biasanya digunakan untuk mempromosikan bisnis menjahit, yang akan menyebabkan penurunan konsumen (Hapsari, 2021). Rahardi berpendapat bahwa penilaian terhadap perusahaan penjahit dapat dilakukan dengan melihat pelaksanaan dan strukturnya dari sudut pandang ekonomi Islam. Dalam industri penjahitan, hal ini dikenal dengan istilah "*istishna*", yaitu pelanggan memesan barang berdasarkan tema yang diinginkan, meliputi motif, warna, ukuran, gambar, bentuk, dan perkiraan waktu penyelesaian. Akad *Istishna* berakhir ketika pelanggan menerima dan membayar barang yang dibelinya. Moh. Mukhsinin Syu'aibi dan Ildlolul Maghfur mendefinisikan akad *istishna* sebagai perjanjian yang dilakukan oleh penyedia bahan baku dan jasa antara produsen dan konsumen dengan tujuan untuk memberikan jasa atau memperoleh jasa atas suatu pekerjaan sekaligus menyediakan bahan baku (Adawiah, 2022). Menjahit merupakan salah satu industri utama di Desa Pandan Sejahtera, Kecamatan Geragai, Kab. Tanjung Jabung Timur. UMKM jahit mempunyai peluang yang sangat besar untuk berkembang dan mempunyai potensi ekonomi yang cukup besar. Jumlah UMKM jahit yang ada di Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur yaitu sebanyak 6 orang: Peneliti memilih lokasi penelitian ini untuk mempelajari lebih lanjut tentang perkembangan pendapatan penjahit Azzahra, karena ia telah menjalankan bisnis ini selama 15 tahun. Dari penelitian, bahwa penjahit Azzahra membutuhkan uang sebesar Rp.700.000 untuk meluncurkan usahanya. Saat sebagian besar penjahit pertama kali membuka usahanya, mereka hanya memiliki satu mesin jahit dan masih berupa mesin dasar yang menggunakan pedal kaki untuk menggerakkan mesin jahit.

Seiring dengan bertambahnya pendapatan yang diperoleh penjahit Azzahra dari hasil usaha jahit ini sehingga bisa dijadikan sebagai penambahan modal untuk membeli mesin jahit dengan menggunakan dinamo. Hal ini menunjukkan bagaimana modal usaha jahit Azzahra semakin berkembang, semakin banyak uang yang diinvestasikan, semakin banyak uang yang dihasilkan. Dari segi pendapatan yang diperoleh penjahit Azzahra, terlihat dari kondisi sekitar setiap penjahitan, seperti volume pesanan pakaian, pendapatannya meningkat. Namun, jika gagal memuaskan pelanggan dan kualitas layanannya buruk, maka hal itu bisa menurun. Penelitian yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Soemitra yang berjudul

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Warung Makan Perspektif Ekonomi Islam (Siregar ddk, 2022). Penelitian ini menggunakan teori dalam bauran pemasarn, yakni *product*, *price*, *place*, dan *promotion* dalam meningkatkan pendapatan pengusaha dimana keempat variabel strategi pemasaran ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta memiliki peran yang berbeda dalam memasarkan produknya, sehingga keempat variabel strategi pemasaran dibutuhkan seluruhnya dalam proses peningkatan pendapatan pengusaha warung makan di Kec. Percut Sei Tuan. Sedangkan berdasarkan perspektif ekonomi Islam, pengusaha warung makan juga menerapkan praktik yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, yakni *shiddiq* (benar dan jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (komunikatif). Berdasarkan penguraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang: “Analisis Strategi Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Penjahit Azzahra Desa Pandan Sejahtera Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur)”

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Metodologi deskriptif dengan pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Dengan mendeskripsikan secara metodis fakta-fakta dan ciri-ciri dari hal yang diteliti, pendekatan deskripsi ini berupaya mengintegrasikan hubungan-hubungan antar variabel yang dikandungnya. Penelitian ini bertujuan agar kita dapat mengetahui analisis strategi bisnis islam dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Pandan Sejahtera Kec. Geragai, Kab. Tanjung Jabung Timur yaitu Penjahit Azzahra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Bisnis Islam Penjahit Azzahra dalam Meningkatkan Pendapatan

Strategi yang efektif dan efisien diperlukan untuk memasarkan atau menjual suatu produk atau jasa. Hal ini bertujuan untuk memperoleh penjualan yang maksimal dan keuntungan yang besar. Sejalan dengan hal tersebut, bisnis berarti menyediakan barang dan atau jasa dengan tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan (*profit*). Bisnis dan pemasaran dalam islam memiliki taktik atau strategi yang disebut dengan bauran pemasaran islam, yang terdiri aras produk, harga, tempat, dan promosi (Kurniawan dan Abidin, 2018). Berdasarkan temuan hasil penelitian, diketahui bahwa strategi bisnis yang dilakukan oleh Penjahit Azzahra Desa Pandan Sejahtera Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur dapat diklasifikasikan ke dalam empat strategi, yakni strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi tempat.

a. Strategi produk.

Strategi produk penjahit Azzahra dilakukan dengan melakukan beberapa cara, yakni dengan menjaga kualitas dan selalu memperhatikan hasil jaihtan, selalu mempelajari model-model baju terkini dengan mencari referensi dari internet sesuai dengan perkembangan tren masa kini, menyediakan berbagai jenis mesin jahit dengan berbagai macam fungsi untuk mendukung hasil jahitan yang maksimal,

serta selalu mengusahakan hasil jahitan tepat waktu. Islam adalah agama yang mengatur segala yang berhubungan dengan manusia dalam hidupnya. Banyak terdapat aturan-aturan yang menjadi pedoman manusia untuk menjalankan aktifitas yang sesuai dengan tuntunan islam, salah satunya adalah dalam hal perdagangan. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa penjahit Azzahra selalu menjaga kualitas produk, selalu berusaha menghasilkan hasil jahitan tepat waktu sesuai dengan kesepakatan.

Al-Qur'an memerintahkan kepada manusia untuk jujur, ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis syariah. Sikap jujur akan terlihat dalam kemampuan dalam menjalankan amanah-amanah yang diberikan. Orang yang jujur sudah pasti amanah dalam setiap kepercayaan yang diberikan kepadanya. Al-Qur'an dengan tegas melarang ketidakjujuran. Hal tersebut dapat dilihat dalam Firman Allah Swt. Dalam QS Al-Anfal (27):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui* (Q.S. Al-Anfāl [8]:27)

b. Strategi harga

Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga yang diberikan oleh penjahit Azzahra ditentukan berdasarkan kesulitan model yang diinginkan konsumen dan jenis bahan jahitan. Selain itu, penjahit Azzahra memberikan jaminan atas harga dan kualitas hasil jahitannya kepada konsumen. Penetapan harga dalam islam, sebagaimana dikemukakan oleh Kurniawan dan Abidin (2018), harus transparan sehingga dipahami oleh kedua belah pihak sehingga tidak terjadi gharar (ketidakjelasan atau penipuan). Penetapan harga tidak boleh mendzolimi pihak konsumen maupun pelaku usaha, di mana penjual tidak menetapkan harga di atas batas wajar sehingga memberatkan dan mendzolimi pembeli serta tidak menetapkan harga yang terlalu rendah sehingga merugikan atau mendzolimi penjual itu sendiri.

Dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar. Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: *Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)* (Q.S. Al-Baqarah [2]:279)

c. Strategi promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh penjahit Azzahra berdasarkan hasil temuan penelitian dilakukan dengan melakukan beberapa cara, antara lain promosi

dari mulut ke mulut, promosi melalui keluarga, tetangga, hingga kenalan, dan promosi dengan memanfaatkan fitur unggahan pada aplikasi *WhatsApp* dan *Facebook*. Penjahit Azzahra memulai promosi dengan menjahit baju untuk dipakai oleh keluarganya sendiri hingga akhirnya diketahui dan disukai oleh tetangga dan kenalannya dan pada akhirnya memutuskan untuk menggunakan jasa jahit di penjahit Azzahra.

Promosi merupakan berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau merek yang dijual (Kotler, Philip & Keller, Lane, 2019). Dahulu masyarakat masih menggunakan media yang tradisional dalam melakukan promosi/ memperkenalkan pada orang lain seperti menuliskan di dinding toko dan berita dari satu orang ke orang lain. Seiring berkembangnya teknologi kebiasaan masyarakat dalam promosi mengalami perkembangan, berupa penggunaan media cetak, media elektronik, hingga media sosial. Islam berpandangan bahwa promosi apapun yang dilakukan oleh pelaku usaha harus mengedepankan kejujuran, tidak melebih-lebihkan keunggulan produk yang berpotensi membuat kecewa konsumen, melakukan iklan yang isinya pernyataan palsu serta menyesatkan, serta menggunakan promosi yang wajar dan beretika. Penjahit Azzahra yang menggunakan dan memperlihatkan hasil jahitannya kepada tetangga dan kenalan yang dimilikinya menunjukkan bahwa penjahit Azzahra tidak melakukan promosi yang berlebihan dan menyesatkan karena calon konsumen diperlihatkan secara langsung hasil produk yang dihasilkan. Selain itu, penggunaan media sosial juga digunakan dengan bijaksana di mana penjahit Azzahra memanfaatkan untuk memperlihatkan hasil jahitannya tanpa memasukkan unsur promosi yang berlebihan.

Promosi merupakan salah satu bentuk usaha yang dilakukan pelaku usaha dalam memasarkan produknya untuk meningkatkan pendapatnya. Promosi merupakan bentuk ikhtiar sebagai manusia dalam mencari nafkah karena sebagai manusia, kita wajib selalu berikhtiar. Allah firmannya dalam surah An-Najm Ayat 39 – 42 sebagai berikut:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى . وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى . ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَى . وَأَنَّ إِلَى رَبِّكَ الْمُنْتَهَى

Artinya: bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), kemudian dia akan diberi balasan atas (amalnya) itu dengan balasan yang paling sempurna, dan bahwa sesungguhnya kepada Tuhanmulah kesudahan (segala sesuatu) (Q.S. An-Najm [53]:39-42)

d. Strategi tempat

Rumah jahit Azzahra berlokasi di tengah perkampungan Desa Pandan Sejahtera Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Berdasarkan penuturan informan penelitian, lokasi yang dipilih karena adanya pertimbangan berupa lokasi yang berada di rumah membuat pemilik rumah jahit dapat bekerja sambil mengurus urusan rumah tangganya serta lokasi rumah jahit Azzahra yang sudah diketahui masyarakat dan para kenalan membuat pemilik rumah jahit Azza

tetap memilih lokasi usaha di sekitar rumahnya.

Menurut Hurriyati (2020), lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh pelaku usaha mengenai dimana pengoperasian usaha atau penjualan dilakukan. Hal yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat, salah satunya adalah pada tipe interaksi penyedia jasa dimana pelanggan yang mendatangi penyedia jasa, sebagaimana yang dilakukan oleh penjahit Azzahra. Dalam interaksi ini, pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap faktor-faktor seperti kebutuhan konsumen, akses yang mudah dijangkau, visibilitas, traffic, parkir yang memadai, lahan ekspansi, lingkungan yang mendukung, dan lokasi pesaing (Hurriyati, 2020).

Allah dapat membuka pintu rezeki dari mana saja selama manusia meau berusaha. Al-Qur'an telah menyebutkan hal ini sebagaimana firman Allah dalam Q.S. At-Talaq ayat 3:

وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Artinya: *dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga.*

Siapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)-nya. Sesungguhnya Allahlah yang menuntaskan urusan-Nya.

Sungguh, Allah telah membuat ketentuan bagi setiap sesuatu (Q.S. At-Talaq [65]:3)

2. Kendala yang Dihadapi Usaha Penjahit Azzahra dalam Meningkatkan Pendapatan

Dalam menjalankan usaha penjahit pakaian tidak selalu berjalan seperti yang diharapkan. Berdasarkan hasil penelitian terhadap penjahit Azzahra, kendala yang ditemui penjahit dalam usaha peningkatan pendapatan oleh penjahit Azzahra antara lain munculnya penjahit-penjahit baru yang semakin banyak sehingga memunculkan persaingan antar penjahit; kendala berkaitan dengan perbedaan tarif yang dipasang oleh penjahit baru dan harga yang dipatok oleh penjahit Azzahra sehingga kosumen menjadi beralih ke penjahit lain; kendala yang berkaitan dengan komplain kosumen berkenaan dengan ketidaksesuaian ekspektasi dengan hasil jahit dan waktu penyelesaian jahitan dimana kedua keluhan tersebut disebarluaskan dari mulut ke mulut kepada orang lain, sehingga berdampak pada minat orang lain menggunakan jasa jahit Azzahra, serta adanya kondisi gptek atau gagap teknologi penjahit yang menyebabkan pemasaran dan promosi penjahit Azzahra hanya sebatas lewat mulut ke mulut dari kenalan satu ke kenalan lainnya, lewat whatsapp, serta lewat unggahan status *facebook*.

Allah SWT sendiri sudah menentukan bahwasanya setiap makhluk pasti akan Allah uji dengan musibah dan kesulitan. Allah tidak akan pernah lengah memberi ujian dan cobaan kepada setiap makhluk-Nya semata-mata agar manusia semakin memperbaiki diri dan mendekatkan dirinya kepada Allah. Hadirnya kendala dalam bidang usaha adalah hal yang umum ditemui. Untuk menyikapi dan mengatasi kendala beserta keterbatasan tersebut, manusia diwajibkan untuk selalu berusaha. Hal ini sesuai dengan apa yang difirmankan Allah dalam Al-Qur'an bahwasanya Allah telah berfirman untuk selalu berusaha dan tidak pantang

menyerah dimana Allah telah menurunkan firmanNya dalam surah Al-Ra'd Ayat 11 yang berbunyi:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ آلٍ

Artinya: *Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia (Q.S. Ar-Ra'd [13]:11)*

3. Upaya yang Dilakukan untuk Menghadapi Kendala dalam Meningkatkan Pendapatan

Kendala yang ditemui penjahit Azzahra dihadapi dengan melakukan beberapa upaya. Berdasarkan hasil penelitian, upaya yang dilakukan oleh penjahit Azzahra antara lain dengan memanfaatkan bahan sisa untuk membuat produk baru yang bernilai ekonomis seperti berupa masker, bros jilbab, pita rambut, bando, hingga taplak meja; memberikan pelayanan dengan mengedepankan sikap santun dan ramah terhadap pelanggan; serta memberikan bonus bros jilbab dan pita cantik pada jumlah jahitan yang banyak. Secara keseluruhan, upaya yang dilakukan oleh penjahit Azzahra bermuara pada tujuan agar usaha jahitnya dikenal baik bagi konsumen sehingga dapat menarik minat orang lain untuk menggunakan jasa penjahit Azzahra.

Dasar berusaha dalam ekonomi sangat kuat dalam Alquran dan hadits. Manusia diciptakan di muka bumi ini untuk berusaha/bekerja dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Landasan berusaha ini terdapat dalam surah Al-Balad (90): 4, dimana Allah Swt. berfirman:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي كَبَدٍ

Artinya: *"Sungguh, Kami benar-benar telah menciptakan manusia dalam keadaan susah payah" (Q.S. Al-Balad [90]:4)*

Selain itu, dalam berbisnis khususnya dalam pemasaran, terdapat etika yang harus dijunjung tinggi. Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun. Rasulullah SAW juga menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab, sebagaimana sabda beliau yang artinya :

"Allah berbelas kasih kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, bila membeli dan atau ketika menuntut hak (menagih)." (HR. Bukhari).

Dalam Surah Ali Imran Ayat 159 Allah berfirman:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَأَنْتَ لَهُمْ ءَ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنَّفَصُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "*Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.*" (Q.S. Āli 'Imrān 159:[3])

SIMPULAN

Berdasarkan temuan hasil penelitian, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai Strategi Bisnis Islam dalam meningkatkan pendapatan (Studi pada Penjahit Azzahra Desa Pandan Sejahtera Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur) dilakukan dengan menerapkan empat strategi, antara lain strategi produk berupa selalu menjaga kualitas dan kerapihan hasil jahitan; strategi harga berupa penetapan harga berdasarkan kesulitan model dan kualitas barang; strategi promosi memperlihatkan hasil jahitannya kepada tetangga dan kenalan yang dimilikinya sehingga terjadi promosi dari mulut ke mulut serta pemanfaatan fitur *Story WhatsApp* dan *Facebook*; dan strategi tempat berupa memilih tempat yang berada di tengah perkampungan yang telah dikenal warga sekitar. Kendala yang dihadapi usaha penjahit Azzahra dalam meningkatkan pendapatan antara lain munculnya penjahit-penjahit baru yang semakin banyak sehingga memunculkan persaingan antar penjahit; kendala berkaitan dengan perbedaan tarif yang dipasang oleh penjahit baru dan harga yang dipatok sehingga konsumen menjadi beralih ke penjahit lain; kendala yang berkaitan dengan komplain konsumen berkenaan dengan ketidaksesuaian ekspektasi dengan hasil jahit dan waktu penyelesaian jahitan; serta adanya kondisi gaptak atau gagap teknologi penjahit yang menyebabkan pemasaran dan promosi kurang. Upaya yang dilakukan untuk menghadapi kendala dalam meningkatkan pendapatan antara lain dengan memanfaatkan bahan sisa untuk membuat produk baru yang bernilai ekonomis seperti berupa masker, bros jilbab, pita rambut, bando, hingga taplak meja; memberikan pelayanan dengan mengedepankan sikap santun dan ramah terhadap pelanggan; serta memberikan bonus kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.M. Manajemen Bisnis Syariah, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014).
Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), cet. ke-2.
Achmad Zulfikar Siregar & Andri Soemitra, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Warung Makan Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat* Volume 2, No 2, 2022.
Abdul Halim. "*Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Volume 1, No. 2, 2020.
Badan Pusat Statistik Kota Jambi pada Hasil Sensus 2016.

- Bawana, T.A., dkk. *Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam)*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020).
- Umar Husen, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007)
- Enny Istanti, dkk (2021). *“Effort to Empower MSMEs in Panci Village in Increasing Family Income (Study on MSMEs in Panci Village in Porong District, Sidoarjo Regency)”*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), Vol-5, Issue-2, June 2021 (IJEBAR).
- Linda Maryani dan Harmon Chaniago. *“Peran Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion”*, Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 5, No. 1, April 2019, hal 49-51.
- Mimi Susanti, dkk. (2021). *“Analisis Peran Usaha Rubik Ganepo Di Jorong Padang Kandih, Nagari Vii Koto Talago Kecamatan Guguak Dalam Perekonomian Keluarga”*. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah, Menara Ilmu, Vol. XV No.02 Januari 2021.
- Mahilda Anastasia Putri & Renny Oktafia. *“Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. Jurnal Tabarru”* : Islamic Banking and Finance Volume 4 Nomor 2, November 2021.
- Noviarita, H., Ari Kurniyawati, Nur Wahyu Ningsih & Weny Rosilawati. Analisis Tingkat Pendapatan Keluarga dan Pelatihan Kewirausahaan Gender dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 7(03). 2021.
- Nurlaila Hanum. *“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang”*, Jurnal Samudra Ekonomika, Vol.1, NO. 1 Maret 2017
- Odetta Aulia Bulantrisna, dkk (2022). *“Pemberdayaan UMKM Kampung Kue dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga”*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 2 No. 2 Juli Tahun 2022.
- Prihatin Lumbanraja, dkk. *“Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Kerajinan Menjahit Dan Bordir Di Kecamatan Medan Area Kota Medan”*. <http://jurnal.usu.ac.id/abdimas>, *Abdimas Talenta* 2 (1) 2017: 41-47 Vol 2.
- Putri Devi Agustini. *“Analisis Model Pelaksanaan Usaha Menjahit (Studi Komparasi Alumni Tata Busana FKIP USK dan Alumni Lembaga Kursus Pelatihan Tata Busana di Banda Aceh)”*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Volume: 6 Nomor : 4 November 2021.