

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK BATIK “*THENGUL*” DALAM
PERSPEKTIF HALAL *LIFESTYLE***

(Studi Kasus Home Industri Batik “*Mak Ni*” Desa Jono Kecamatan Temayang
Kabupaten Bojonegoro)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister dalam
Program Studi Ekonomi Syariah
Pada Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh:

GHASSANI BADZLINA

NIM 210504220003

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK BATIK “*THENGUL*” DALAM
PERSPEKTIF HALAL *LIFESTYLE***

(Studi Kasus Home Industri Batik “*Mak Ni*” Desa Jono Kecamatan Temayang
Kabupaten Bojonegoro)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister dalam
Program Studi Ekonomi Syariah
Pada Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh:

GHASSANI BADZLINA

NIM 210504220003

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ghassani Badzlina

NIM : 210504220003

Program : Magister (S-2)

Institusi : Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Batu, 01 Desember 2023

Saya yang menyatakan,



Ghassani Badzlina

PERSETUJUAN UJIAN TESIS

Tesis berjudul “**Analisis Pengembangan Produk Batik “Thengul” Dalam Perspektif Halal Lifestyle**” yang ditulis oleh Ghassani Badzlina NIM 210504220003 ini telah disetujui pada tanggal 01 Desember 2023.

Setelah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



H. Siamet, S.E., M.M., Ph.D

Pembimbing II



Dr. Fani Firmansyah, S.E., M.M

Mengetahui:

a.n Ketua Program Studi

Sekretaris Program Studi



Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D

LEMBAR PENGESAHAN

"Analisis Pengembangan Produk Batik "Thengul" Dalam Perspektif *Halal Lifestyle*" (Studi Kasus Home Industri Batik "Mak Ni" Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro)

TESIS

Oleh :

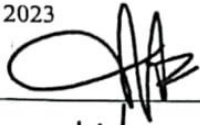
Ghassani Badzlina

NIM 210504220003

Telah Dipertahankan Di Depan Penguji Tesis Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Megister Ekonomi Syariah (M.E)

Tanggal: 21 Desember 2023

Penguji Pertama
Dr. Nanik Wahyuni, SE., M.Si
NIP 197203222008012005



(_____)

Penguji Kedua
Yuniarti Hidavah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D
NIP 197606172008012020



(_____)

Pembimbing Pertama
H. Slamet, SE., M.M., Ph.D
NIP 196604121998031003



(_____)

Pembimbing Kedua
Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M
NIP 197701232009121001



(_____)

Mengetahui
Direktur Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd
NIP 196903032000031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindahalihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang standar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi bahasa Arab (A Guide Arabic Transliteration), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	...''...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...''...	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma diatas ('), berbalik dengan koma (') untuk pengganti lambang "ع". (Transliteration), INIS Fellow 1992.

C. Vokal, Panjang, dan Diftong

Setiap penulisan Bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal *fathah* ditulis dengan "a", *kasrah* dengan "i", *dlommah* dengan "u", sedangkan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal	Panjang	Diftong
A = fathah	A	قال menjadi

I = kasrah	I	قيل menjadi
U = dlommah	U	دون menjadi

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong	Contoh
Aw = و	قول menjadi qawlun
Ay = ي	خير menjadi khayrun

D. Ta' Marbutah (ة)

Ta' mar ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi *ta' mar* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya menjadi *al-risala li-midarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "t" yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya menjadi *fi rahma*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalalah

Kata sandang berupa "al" (ال) dalam lafadh jal yang berada ditengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan...
2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. Masya'Allah *kana wa ma lam yasya lam yakun*.
4. *Billah 'azza wa jalla*.

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

شيء = syai'un	أمرت = umirtu
النون = an-nau'un	تأخذون = ta'khudzuna

G. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandangan maka ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangannya.

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak diperlukan.

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Maka, dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh : الرازقين خير لهو هلا وإن – wa innalillaha la lahuwa khairar-raziqin. Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

وما محمد إلا رسول	wa maa Muhammadun illa
ان اول بيت وضع للنس	inna Awwala baitin wu

I. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut:

“...Abdurrahman Wahid mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi, dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintesian salat diberbagai kantor pemerintahan, namun...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan

terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd Al-Rahman Wahid,”
“Amin Rais,” dan bukan ditulis dengan “Shalat.”

MOTTO

الصبر هو مفتاح النجاح في الحياة، فعلينا أن نتعلم أن نصبر على الصعاب ونستمر في السعي نحو أهدافنا.

(sabr huwa miftah al-najah fi al-hayat, fa 'alayna an nata'allam an nasbir 'ala al-sa'ab wanastamar fi al-sa'i nahnu ahdafuna)

Artinya:

Kesabaran adalah kunci kesuksesan dalam hidup, kita harus belajar untuk bersabar menghadapi kesulitan dan terus berjuang menuju tujuan kita.

ABSTRAK

Badzlina. Ghassani. 2023. **Analisis Pengembangan Produk Batik “Thengul” Dalam Perspektif Halal *Lifestyle* (Studi Kasus Pada Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro)**. Tesis. Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: (1) H. Slamet, S.E., M.M., Ph.D, (2) Dr. Fani Firmansyah, S.E., M.M.

Kata Kunci : Pengembangan Produk, Batik *Thengul*, Halal *Lifestyle*

Sampai saat ini, festival-festival, pameran produk-produk Batik “*Thengul*” telah menjadi cinderamata masyarakat Bojonegoro. Tetapi motif dalam produk-produk Batik “*Thengul*” ini menunjukkan gambar makhluk hidup, karena batik itu sendiri mempunyai asal-usul dari kesenian khas daerah Jawa yaitu Wayang Thengul.

Tujuan penelitian ini adalah medeskripsikan dan menganalisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” Dalam Perspektif Halal *Lifestyle*. Adapun penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode pengumpulan data melalui mengumpulkan data, mengorganisasikan data, membaca dan membuat memo, mendeskripsikan kasus dan konteksnya, mengklarifikasikan data, menafsirkan data, serta menyajikan dan memvisualisasikan data. Sedangkan keabsahan data diperoleh melalui metode triangulasi.

Hasil pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan produk Batik “*Thengul*” sudah sering dilakukan, pertama didukung dari gagasan Bupati, pengrajin-pengrajin batik, serta adanya festival-festival Batik “*Thengul*” di Kabupaten Bojonegoro, kedua nilai-nilai yang muncul pada produk Batik “*Thengul*” juga tidak terlepas dari pelaksanaan wayang thengul serta unsur ketertarikan dan kesenangan dari masyarakat (konsumen). Sedangkan analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul.

ABSTRACT

Badzlina. Ghassani. 2023. **Analysis of "Thengul" Batik Product Development in a Halal Lifestyle Perspective (Case Study of the "Mak Ni" Batik Home Industry, Jono Village, Temayang District, Bojonegoro Regency)**. Thesis. Sharia Economics Master's Study Program, Postgraduate Program at Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Supervisor : (1) H. Slamet, S.E., M.M., Ph.D, (2) Dr. Fani Firmansyah, S.E., M.M.

Keywords : Product Development, Batik *Thengul*, Halal Lifestyle

Until now, festivals and exhibitions of "Thengul" Batik products have become souvenirs for the people of Bojonegoro. However, the motifs in "Thengul" Batik products show images of living creatures, because batik itself has its origins in the typical Javanese art, namely Wayang Thengul.

The aim of this research is to describe and analyze the development of "Thengul" Batik products from a Halal Lifestyle Perspective. This research uses descriptive qualitative research. The data sources used are primary and secondary data sources. Data collection methods through observation, interviews and documentation. Data collection methods include collecting data, organizing data, reading and making memos, describing cases and their context, clarifying data, interpreting data, and presenting and visualizing data. Meanwhile, the validity of the data is obtained through the triangulation method

The results of the discussion in this research show that the development of "Thengul" Batik products has often been carried out, firstly supported by the ideas of the Regent, batik craftsmen, as well as the existence of "Thengul" Batik festivals in Bojonegoro Regency, secondly the values that appear in Batik products "Thengul" is also inseparable from the performance of thengul wayang and elements of interest and enjoyment from the public (consumers). Meanwhile, the analysis of the development of "Thengul" Batik products is from a Halal Lifestyle perspective, where in this perspective, thengul batik products starting from the fabrics used, as well as the materials used in making thengul batik products are said to be halal. However, according to the kyai as community leaders, the motifs contained in thengul batik are considered not halal (resembling living creatures), because they originate from the typical Javanese art, namely wayang thengul.

نبذة مختصرة

بذلينا. غساني. 2023. تحليل تطوير منتجات الباتيك "ثينجول" من منظور نمط الحياة الحلال (دراسة حالة لصناعة الباتيك المنزلية "ماك بي"، قرية جونو، منطقة تيمايانج، مقاطعة بوجونيجورو). أطروحة. برنامج دراسة الماجستير في اقتصاد الشريعة، برنامج الدراسات العليا في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

الكلمات الرئيسية : (1) سلاميت.، دكتوراه، (2) د. فاني فيرمانسياه،.

الكلمات المفتاحية: تطوير المنتجات، ثينجول باتيك، أسلوب الحياة الحلال

حتى الآن، أصبحت المهرجانات والمعارض لمنتجات الباتيك "ثينجول" هدايا تذكارية لشعب بوجونيجورو. ومع ذلك، فإن الزخارف في منتجات "ثينجول" الباتيكية تظهر صورًا لكائنات حية، لأن الباتيك نفسه له أصوله في الفن الجاوي النموذجي، وهو واينج ثينجول.

من منظور نمط الحياة "Thengul" الهدف من هذا البحث هو وصف وتحليل تطوير منتجات الباتيك الحلال. يستخدم هذا البحث البحث النوعي الوصفي. مصادر البيانات المستخدمة هي مصادر البيانات الأولية والثانوية. طرق جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تشمل طرق جمع البيانات جمع البيانات، وتنظيم البيانات، وقراءة المذكرات وتدوينها، ووصف الحالات وسياقها، وتوضيح البيانات، وتفسير البيانات، وعرض البيانات وتصورها. وفي الوقت نفسه، تم الحصول على صحة البيانات من خلال طريقة التثليث.

تظهر نتائج المناقشة في هذا البحث أن تطوير منتجات الباتيك "ثينجول" تم تنفيذه في كثير من الأحيان، مدعومًا أولاً بأفكار الوصي وحرفيي الباتيك، بالإضافة إلى وجود مهرجانات الباتيك "ثينجول" في مقاطعة بوجونيجورو. وثانيًا، القيم التي تظهر في منتجات الباتيك "ثينجول" لا يمكن فصلها أيضًا عن أداء ثينجول واينج وعناصر الاهتمام والمتعة من الجمهور (المستهلكين). وفي الوقت نفسه، فإن تحليل تطوير منتجات الباتيك "ثينجول" يتم من منظور نمط الحياة الحلال، حيث في هذا المنظور، يقال إن منتجات ثينجول الباتيك بدءًا من الأقمشة المستخدمة، وكذلك المواد المستخدمة في صنع منتجات ثينجول الباتيك حلال. ومع ذلك، وفقًا لقادة المجتمع كياي، فإن الزخارف الموجودة في باتيك ثينجول لا تعتبر حلالًا (تشبه الكائنات الحية)، لأنها تنبع من الفن الجاوي النموذجي، وهو واينج ثينجول.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Allah telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan tesis ini yang berjudul “Analisis Pengembangan Produk Batik “*Thengul*” Dalam Perspektif Halal *Lifestyle*” (Studi Kasus Home Industri Batik “*Mak Ni*” Desa Jono Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro) dapat peneliti selesaikan dengan baik. Hal ini tentunya tidak terlepas dari adanya bimbingan, bantuan dan dukungan baik moril ataupun materil yang diberikan oleh berbagai pihak dalam penyusunan tesis ini, maka dengan ini peneliti dengan kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Direktur Pascasarjana Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd atas semua layanan dan fasilitas yang baik, yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
3. Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, M.Si dan Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D atas motivasi dan kemudahan layanan selama studi.
4. Dosen Pembimbing I, H. Slamet, S.E., M.M., Ph.D atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
5. Dosen Pembimbing II, Dr. Fani Firmansyah, S.E., M.M atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.

6. Dosen Penguji Seminar Proposal Tesis, Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si dan Dr. Segaf, SE., M.Sc atas masukan, saran, kritik, dan koreksinya dalam pelaksanaan ujian seminar proposal tesis.
7. Dosen Penguji Ujian Tesis, Dr. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA dan Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D atas masukan, saran, kritik, dan koreksinya dalam pelaksanaan ujian tesis.
8. Semua dosen Pascasarjana yang telah mendidik, memberikan ilmu serta membimbing peneliti saat menempuh perkuliahan.
9. Semua staf dan tenaga kependidikan Pascasarjana yang telah banyak memberikan kemudahan-kemudahan layanan akademik dan administratif.
10. Orang tua, yang turut memberi semangat dan dukungan untuk menyelesaikan tesis ini.
11. Semua informan dalam penelitian, antara lain pemilik home industri, karyawan, konsumen, pencetus, dan juga tokoh agama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian.

Peneliti menyadari tesis ini jauh dari kata sempurna, terlalu banyak kesalahan yang hadir di tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat dan juga dapat menambah pengetahuan pembaca.

Batu, 01 Desember 2023
Peneliti

Ghassani Badzlina
NIM 210504220003

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul.....	i
Pernyataan Keaslian	ii
Persetujuan Ujian Tesis.....	iii
Lembar Pengesahan	iv
Pedoman Transliterasi.....	v
Motto	xi
Abstrak	xii
Abstract	xiii
نبذة مختصرة.....	xiv
Kata Pengantar	xv
Daftar Isi.....	xvii
Daftar Tabel	xix
Daftar Gambar.....	xx
Daftar Lampiran	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	11
G. Definisi Istilah.....	30
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Konsep Pengembangan Produk.....	32
1. Definisi Pengembangan Produk.....	32
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pengembangan Produk	33
3. Tahap-tahap Pengembangan Produk.....	35
4. Jenis-jenis Pengembangan Produk.....	37
5. Teori-teori Pengembangan Produk	39
6. Teori Kritis Tentang Pengembangan Produk Dalam Islam	39
B. Konsep Halal <i>Lifestyle</i>	41
1. Definisi Halal <i>Lifestyle</i>	41
2. Parameter Halal <i>Lifestyle</i>	44
3. Cara Mengamalkan Halal <i>Lifestyle</i>	51
4. Dalil-dalil yang Mengharuskan Halal <i>Lifestyle</i>	55
5. Dampak-dampak Halal <i>Lifestyle</i> pada Sosial.....	57
6. Pengelompokkan Halal <i>Lifestyle</i>	58
C. Kerangka Berpikir.....	73
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	74
B. Kehadiran Peneliti.....	74

C. Latar Penelitian	75
D. Data dan Sumber Data Penelitian	75
E. Pengumpulan Data	77
F. Analisis Data	80
G. Keabsahan Data.....	82
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Latar Penelitian.....	84
1. Sejarah Desa Jono	84
2. Profil Desa Jono	86
3. Profil Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ”	87
4. Visi dan Misi Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ”	89
5. Struktur Organisasi Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ”	89
B. Paparan Data dan Hasil Penelitian	90
1. Gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i>	90
2. Nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i>	96
3. Tahapan pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” di Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.....	102
BAB V PEMBAHASAN	
1. Gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i>	117
2. Nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i>	123
3. Tahapan pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” di Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.....	127
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	131
B. Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Jumlah Penjualan Batik “ <i>Thengul</i> ”	2
Tabel 2 : Orisinalitas Penelitian	20
Tabel 3 : Tingkat Risiko Keharaman Bahan	40
Tabel 4 : Parameter Dalam Menjalani Hidup	51
Tabel 5 : Nama-nama yang dijadikan sebagai Informan	76
Tabel 6 : Tabel Observasi	77
Tabel 7 : Tabel Wawancara.....	78
Tabel 8 : Tabel Dokumentasi	80
Tabel 9 : Teknik Analisis Data	81
Tabel 10 : Temuan Gagasan Pengembangan Produk.....	96
Tabel 11 : Temuan Nilai-nilai Pengembangan Produk	101
Tabel 12 : Temuan Tahapan Pengembangan Produk.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Organisasi di Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ”	90
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

A. Produk-produk Batik “ <i>Thengul</i> ”	139
B. Daftar Pertanyaan.....	140
C. Bukti Penelitian di Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ”	142

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Home industri merupakan perusahaan kecil yang menghasilkan produk barang atau jasa. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan dan dikelola di rumah. Pada umumnya, pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah adalah keluarga itu sendiri dengan mengajak orang di sekitarnya sebagai karyawan. Meskipun dalam skala kecil, kegiatan dalam home industri ini secara tidak langsung akan membuka lapangan pekerjaan untuk keluarga, kerabat, saudara, ataupun tetangganya. Pada akhirnya, usaha yang tergolong kecil ini dapat membantu ketersediaan lapangan kerja, serta dapat mengurangi angka kemiskinan. Tak lain halnya dengan home industri yang terus berkembang di Kabupaten Bojonegoro ini (Rasyid, 2017).

Kabupaten Bojonegoro yang terletak di Provinsi Timur memiliki banyak potensi ekonomi baik sumber migas atau bendungan solo. Tak hanya itu, selain dijuluki sebagai kota Migas dan Ledre, ternyata juga memiliki kekayaan budaya berupa batik. Salah satu sentra yang terus berkembang adalah home industri Batik "*Mak Ni*", beralamatkan di Desa Jono RT.08/RW.02, Kecamatan Temayang. Sampai saat ini home industri tersebut terus kreatif dan inovatif mengembangkan hasil kerajinan. Meski bukan penghasil batik yang terkenal di Jawa Timur, Desa Jono termasuk desa produksi batik terkenal di Bojonegoro. Salah satu hasil produk tersebut adalah Batik

“*Thengul*”. Batik tersebut memiliki keunggulan karena berawal dari khas Batik “*Thengul*” yang berasal dari Wayang Thengul khas Bojonegoro, wayang tersebut terbuat dari kayu dan dijadikan sebagai ruwatan. Selain itu, Batik “*Thengul*” dikenal masyarakat dikarenakan kisah inspirasi visual kesenian Wayang Thengul yang pernah melaksanakan Tari Thengul di Kabupaten Bojonegoro, dan berhasil menjadi rekor muri dengan dihadiri 2019 penari (Paini, *Wawancara*, 22 Mei 2023).

Sejak saat itu, home industri Batik “*Mak Ni*” menghasilkan beberapa produk diantaranya adalah kain satin, kain dolbi, kain sutra, kain primis, kain prima, dan kain santong. Selain produk-produk tersebut unggul dari segi harga dan kualitas kain, dari segi promosi juga sangat mendukung. Sedangkan produk-produk pakaian yang sering dikenakan oleh masyarakat sangat banyak, antara lain adalah jarik, selimut, pakaian adat, baju, slendang, udeng, sesrahan, mukena, hingga dikembangkan menjadi sebuah tas, dompet, serta payung untuk dekorasi rumah (Paini, *Wawancara*, 30 September 2023).

Pengembangan produk Batik “*Thengul*” saat ini sudah mulai menunjukkan kemajuan. Omset penjualan yang selalu meningkat, yaitu:

Tabel 1
Jumlah Penjualan Batik “*Thengul*”

Tahun	Jumlah
2015	1972
2016	2298
2017	2324
2018	2380
2019	2402
2020	2578
2021	2731
2022	2854

Sumber: Diolah peneliti 2023

Pengembangan tersebut tidak terlepas dari peran pemerintah yang selalu memberikan inovasi dan semangat kepada masyarakat Bojonegoro. Beberapa cara yang dilakukan pemerintah adalah mempromosikan Batik “*Thengul*” dengan menghimbau dinas-dinas atau sekolah dengan menggunakan motif Batik “*Thengul*”, mengadakan pameran batik di dalam maupun di luar kota, melaksanakan pelatihan-pelatihan bimbingan serta pendampingan membuat batik kepada masyarakat, melakukan pengawasan mutu untuk selalu menjaga Batik “*Thengul*”, mempublikasikan batik jonegoroan ketingkat yang lebih luas. Upaya yang dilakukan oleh masyarakat antara lain selalu mempromosikan Batik “*Thengul*”, menciptakan inovasi baru, membuat variasi motif serta pewarnaan sehingga bisa menarik para peminat untuk membeli, melakukan pelatihan-pelatihan pada anak sekolah (Paini, *Wawancara*, 30 September 2023).

Cara yang dilakukan agar produk-produk Batik “*Thengul*” selalu dikenal masyarakat adalah melalui sosial media, yaitu Facebook, Instagram, serta Whatsapp, dengan keterbatasan pengetahuan sosial media tidak menjadi faktor penghambat pengembangan batik. Pengembangan tersebut dilakukan melalui pelatihan belajar membuat batik dari berbagai mahasiswa dan mahasiswi. Setelah memasuki era digital, yang ditandai dengan munculnya teknologi digital, pengembangan batik dilakukan dengan melalui sosial media, terlebih untuk meminimalisir biaya. Hingga saat ini, produk-produk Batik “*Thengul*” inilah masih disukai masyarakat Bojonegoro bahkan dari luar daerah (Paini, *Wawancara*, 22 Mei 2023).

Selain itu, juga dilakukan dengan memberikan pembinaan, serta mengikuti pameran yang diharapkan Batik "*Thengul*" akan lebih dikenal semakin luas. Dan juga berkat dari peran masyarakat pengrajin batik yang pantang menyerah untuk menggoreskan malam disetiap lembar kain batik. Pengembangan dapat dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan teknologi, memfokuskan promosi melalui sosial media, menggunakan strategi digital marketing, memanfaatkan aplikasi untuk menjalankan bisnis, melakukan inovasi dalam berbisnis, memastikan promosi yang dilakukan Mobile Friendly, dan selalu memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan. Meskipun keterbatasan pengetahuan masalah digital, pemilik home industri serta karyawan pantang menyerah bagaimana cara mempromosikan melalui sosial media, bahkan cara menggunakan digital marketing agar pengembangan Batik ini meluas (Bryson, 1999).

Pemerintah Bojonegoro khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bojonegoro berperan untuk membina, melatih dan membantu memasarkan produk baru Kabupaten Bojonegoro ini. Pelatihan-pelatihan membatik terhadap masyarakat yang dilakukan pemerintah ada beberapa tahap, antara lain pelatihan dasar membatik. Pelatihan ini ditujukan kepada pembatik pemula, yang belum pernah sama sekali membatik. Kedua pelatihan peningkatan mutu membatik, pada pelatihan ini pembatik pemula diajarkan menggoreskan canting kekain batik dengan benar. Ketiga pemerintah melakukan pelatihan membatik dengan pewarna alam. Pada tahap ini pembatik dilatih mengolah kekayaan alam yang bisa dimanfaatkan untuk

pewarnaan pada batik. Contohnya, masyarakat menggunakan bahan alam yang diambil dari talun desa atau kebun dan hutan. Beberapa tumbuhan yang digunakan sebagai pewarna alami oleh para perajin yaitu: jati, mangga, mahoni, asam jawa, secang, pandang, pisang. Namun dari berbagai tumbuhan tersebut yang paling sering digunakan sebagai pewarna batik alami yaitu jati, mahoni dan secang karena menghasilkan warna yang sangat bagus (Arnofia, 2023).

Dari hasil observasi yang telah dilakukan, muncul beberapa penelitian terdahulu yang telah dikaji oleh peneliti diantaranya, pertama penelitian yang dilakukan Titik Desi Harsoyo, Audita Nuvriasari, (2019) oleh dengan judul *“Pengembangan Produk Batik Tulis Giriloyo Guna Meningkatkan Minat Beli Konsumen”*, penelitian tersebut menunjukkan untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka perlu diberikan pembinaan yang berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam mengembangkan produk batik melalui pembuatan batik Eco-printing yang memanfaatkan bahan-bahan alam, seperti: aneka daun, aneka bunga dan kulit kayu. Disamping itu pengrajin perlu diberikan pelatihan keterampilan untuk membuat aneka asesoris berbahan batik, seperti: bando, karet rambut, bros, kalung, dan lain-lain. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini adalah (1). Adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra di bidang manajemen pemasaran khususnya dalam pengembangan produk, dan (2) bertambahnya variasi produk yang dihasilkan yakni batik eco-printing dan aneka asesoris.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Abi Pratiwa Siregar, Alia Bihrajihant Raya, Agus Dwi Nugroho, Fairuz Indana & Prasada, Riesma Andiani, Theresia Gracia Yunindi Simbolon, (2020) yang berjudul "*Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia*", penelitian tersebut menunjukkan upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan batik yaitu memperbaharui printing industri batik, koordinasi sistem database batik, pemanfaatan sumber daya alam lokal dengan meningkatkan penggunaan pewarna alam, optimalisasi pembinaan industri dan peran Balai Latihan Kerja (BLK) dalam peningkatan keterampilan tenaga kerja, sosialisasi potensi batik, pembangunan pengolahan limbah dan peningkatan kesadaran industri batik mengenai pengelolaan limbah, penguatan brand batik tulis dan batik cap, dan advokasi dan pemasaran sosial kepada konsumen batik tulis dan batik cap.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dewi Auditiya Marizka, (2012) dengan judul "*Rancangan Pengembangan Produk Bahan Batik Pada Kluster Batik Trusmi Cirebon*", penelitian tersebut menunjukkan bahwa desain dan pengembangan produk adalah proses penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pelanggan kepuasan. Pada fase ini, manajemen harus mengikuti tren pasar, khususnya pasar terkait segmen. Manajemen harus mengidentifikasi titik-titik kritis yang akan dikembangkan. Batik adalah produk yang berkembang pesat dalam 5 tahun terakhir di Indonesia telah berkembang dan meningkat secara spesifik desain. Pasirsari, merupakan cluster batik di Pekalongan yang juga merancang dan mengembangkan produknya (fashion) guna mendapatkan nilai karena industri ini berkembang

semakin kompetitif. Hal-hal penting itu setiap ide pengembangan harus ditegaskan dalam kriteria operasi, keuangan, dan pemasaran.

Ragam motif batik di Indonesia tidak hanya tergantung kreativitas perajin batik. Sang perajin juga terpengaruh oleh lingkungan sekitar, termasuk ajaran agama yang berkembang di sekitar sentra kerajinan batik. Batik yang berkembang di Batang, Jawa Tengah yaitu Batik Rifa'iyah, yang mempunyai ciri khas dalam mendiskripsikan fauna, yakni memisahkan kepala dengan tubuh hewan. Kadang, ada juga pembatik yang menggambar tubuhnya saja, tanpa kepala. Cara penggambaran hewan juga tidak selalu eksplisit maupun realis. Umumnya, perajin menstilasi gambar hewan, misalnya dengan mengisi badan hewan dengan corak tumbuhan, membuat ekor hewan menjadi dramatis, atau tidak menggambar anatomi hewan secara utuh.

Ketua Umum Asosiasi Perajin dan Pengusaha Batik Indonesia Komarudin Kudiya mengatakan, dalam agama Islam ada hadis yang melarang melukis makhluk hidup. Orang yang melakukannya akan dihukum di hari kiamat kelak. Di sisi lain ada pula hadis yang jika ditafsirkan mengizinkan orang melukis makhluk, khususnya hewan, dengan beberapa ketentuan. Lukisan hewan yang diperbolehkan, antara lain, yang dibuat bukan untuk dipuja atau disembah, serta tidak digambar utuh seperti gambar ciptaan Allah. Gambar pemandangan dan elemen alam, seperti tumbuhan dan air, diperbolehkan. Selain itu, Komarudin juga mengatakan bahwa: "Sebelum agama Islam masuk Cirebon, masyarakat dulunya pemeluk agama Hindu dan Buddha. Dalam Islam, ada yang mengatakan bahwa kita boleh menggunakan

tradisi lama, seperti gambar-gambar fauna (pada batik), serta terdapat nilai-nilai Islam sehingga tidak ada tujuan yang menggambarkan ciptaan Allah (Susanto, 2021).

Berdasarkan konteks penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*. Dimana Halal *Lifestyle* adalah gaya hidup yang harus sesuai dengan syariat Islam, segala sesuatu yang mengutamakan kehalalan dari produk tersebut dan sesuai dengan syariat Islam. Karena jika mengacu pada fokus penelitian, pengembangan produk Batik “*Thengul*” memang sudah menjadi perhatian sehingga masyarakat ingin membeli dan mempergunakan sebaik-baiknya untuk fashion. Hal ini, berbeda pendapat dengan para ulama dan kyai-kyai. Mereka berpendapat bahwa produk Batik “*Thengul*” ini menyerupai wajah orang, dengan mempunyai khas wayang thengul. Menurut KH. Ghufron, salah satu tokoh panutan masyarakat, mengatakan bahwa batik thengul tersebut tidak disukai bagi kalangan kyai, karena menyerupai wayang thengul. Penulis mengkaji tentang perspektif Halal *Lifestyle* karena produk Batik “*Thengul*” sampai saat ini masih menjadi sorotan masyarakat. Padahal hal tersebut bertentangan dengan kaidah Islam.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, penelitian ini memunculkan beberapa fokus, antara lain:

1. Bagaimana gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*?

2. Bagaimana nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*?
3. Bagaimana tahapan pengembangan produk Batik “*Thengul*” di Home Industri Batik “*Mak Ni*” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro?

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi gagasan yang melatarbelakangi produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*.
2. Luas lingkup hanya meliputi nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*.
3. Luas lingkup hanya meliputi tahapan pengembangan produk Batik “*Thengul*” di Home Industri Batik “*Mak Ni*” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.

D. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*.

2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis tahapan pengembangan produk Batik "*Thengul*" di Home Industri Batik "*Mak Ni*" Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat. Adapun beberapa manfaat tersebut, antara lain:

1. Manfaat Teoritis, penelitian ini diharapkan agar masyarakat paham bahwa analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*", mulai dari gagasan yang melatarbelakangi, nilai-nilai yang terkandung, dan tahapan pengembangan produk Batik "*Thengul*" di Home Industri Batik "*Mak Ni*" Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro. Padahal yang diketahui, produk Batik "*Thengul*" bertentangan dengan prinsip Halal *Lifestyle*, karena terdapat beberapa gambar yang menyerupai makhluk hidup.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan menjadi media informasi bagi serta menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya mengenai analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*.

F. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Terdapat perbedaan dalam penelitian ini dengan hasil penelitian terdahulu. Maka, perlu dikaji hasil penelitian terdahulu dengan hasil yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Adapun rincian penelitiannya adalah:

Penelitian yang ditulis oleh Rahayu Ningsih & Nugraha (2020), penelitian tersebut menunjukkan proses pengembangan produk yang dilakukan oleh UMKM Batik Semarang menghasilkan suatu metode alur pengembangan produk yang disebut Natural Dye Concept serta perwujudan karya, selain itu metode brand story digunakan dalam upaya memperkenalkan produk ke pasar, dengan menggunakan sosial media. Tantangan yang dihadapi perusahaan dalam hal ini adalah bagaimana perusahaan mampu memperluas pasar serta mempertahankan warisan budaya. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas pengembangan produk Batik.

Cahyati et al., (2015) dalam penelitiannya tersebut menunjukkan pengembangan desain motif produk dan juga menambah lini produk baru.

Faktor eksternal juga berperan dalam mendorong terjadinya pengembangan produk yang lebih efektif. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang ditulis oleh Kuncoro (2015) menunjukkan: 1). Pemunculan ide atau gagasan pada produksi batik. Pemunculan ide bersumber dari konsumen kemudian menciptakan inovasi baru pada motif atau teknik pembuatan batik, 2). Penyaringan ide. Setelah mendapat ide dari berbagai konsumen, maka akan dipilih mana yang lebih menarik dan digemari. Untuk motif batik lebih banyak digemari bentuk tumbuhan, hewan, dan logo club sepak bola, serta tekniknya printing, dan 3). Pengujian Konsep. Tahap ini dilakukan dengan cara memasarkan langsung produk baru pada Batik Sembung untuk mendapat respon langsung dari konsumen. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang

digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang telah dibuat oleh Tahwin et al., (2014) menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi pengembangan industri Batik Tulis Lasem adalah strategi SO (strategi agresif), yaitu strategi menggunakan kekuatan (strength) yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang (opportunity) yang ada. Implementasi strategi tersebut adalah mengembangkan jaringan pemasaran dengan memanfaatkan networking serta mengembangkan quality control dan meningkatkan produktivitas dengan memanfaatkan teknologi modern. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan

kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Pitaloka & Puspitorukmi, (2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dibutuhkan strategi intensif-pengembangan produk. Selain itu, berdasarkan Kuadran Analisis SWOT, Strategi Generik yang dapat dijalankan adalah Strategi Kombinasi (Glueck) yaitu mendukung strategi diversifikasi (diversifikasi kosentrik, diversifikasi konglomerat, dan diversifikasi horizontal). Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah, (2020), dalam penelitian ini dibahas terkait beberapa strategi pengembangan usaha yaitu strategi diversifikasi dan strategi bertahan, selain itu strategi produksi dan strategi promosi. Faktor pendukungnya adalah skill dan kemampuan yang dimiliki, kemampuan membaca peluang, serta tersedianya modal. Sedangkan faktor penghambatnya adalah tersedianya persediaan air, kurangnya tenaga kerja

terampil, dan belum tersedianya lokasi produksi khusus. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Subekan, Khoirul Azasi, (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan adalah dengan melalui pemasaran, modifikasi, dan inovasi. Sehingga strategi pengembangan usaha pengrajin batu dapat dikatakan halal, karena tidak memiliki unsur keraguan. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian oleh Kaddas, (2018), menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan adalah dengan melalui kemampuan dalam menciptakan daya tarik pengemasan produk, memperluas distribusi sirup Pala, serta mempromosikan dan mengembangkan teknologi di pengolahan. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang dilakukan Setiyawati & Oktafia, (2021). Hasil penelitian adalah bahwa melalui pertumbuhan ekonomi suatu negara mampu mengubah perekonomiannya di kondisi yang lebih baik sesuai dengan maqashid syariah dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat

pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang telah dibuat oleh Fawaid & Fatmala, (2020). Menunjukkan bahwa dengan adanya home industri kripik singkong gazal makmur ini menjadi suatu strategi dalam usaha mikro dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengenai analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang ditulis oleh Sudrajat, (2020). Dengan adanya usaha yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito, strategi pengembangan yang dilakukan adalah dengan strategi vertical, strategi integritas kebelakang, strategi integritas horizontal, strategi intensif, dan strategi diversifikasi terkait/konsentrik. Jika dianalisis menggunakan etika Islam, maka sudah sesuai dengan teori yang ada. Tidak hanya terfokus pada strategi-strategi

umum, dan juga tidak melupakan hal-hal yang diatur oleh Agama Islam. Sedangkan peneliti meneliti mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang dilakukan oleh Mardiyana, (2022). Dalam penelitian yang telah dikaji oleh peneliti, industri jahe Wen-Dang di distrik kukar mempertahankannya merek dagang produk rasa dan kualitas produk ditingkatkan untuk meningkatkan permintaan pasar dan memperluas penjualan konsinyasi. Sedangkan peneliti mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang dilakukan oleh Joesyiana, (2017). Mengkaji tentang strategi pengembangan usaha tas rajut dilakukan dengan strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif yaitu peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktifitas promosi dan difersifikasi produk. Sedangkan peneliti meneliti mengenai analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang ditulis oleh Bakhri et al., (2019). Peneliti mengkaji strategi produsen yaitu menjaga kualitas produk dengan bahan baku yang berkualitas baik, memberi pelayanan yang baik, harga bersaing dan pemasaran online. Sedangkan peneliti mengenai analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas

Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Penelitian yang ditulis oleh Nadhiroh, (2022). Hasil penelitian adalah home industri gerabah di Desa Plumpungrejo mengalami perkembangan. Beberapa faktornya adalah mempertahankan keunggulan gerabah, mengatur strategi pasar, modal, sumber daya manusia, bahan baku, dan bekerjasama antar pengrajin. Beberapa keberhasilannya yaitu pembentukan karakteristik interpreneur yang harus memiliki kegigihan usaha dan juga kreativitas serta inovasi dalam pengembangan usaha. Sedangkan peneliti meneliti mengenai analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*, dimana dalam perspektif tersebut, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal (menyerupai makhluk hidup), karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul. Persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.

Tabel 2
Orisinalitas Penelitian

No	Nama Peneliti, Tahun, Sumber	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
1	Rahayu Ningsih & Nugraha (2020), “ <i>Analisis Strategi Pengembangan Produk Batik Semarangan</i> ”	Sama-sama membahas pengembangan produk Batik.	Penelitian ini adalah pengembangan produk UMKM Batik Semarang menghasilkan suatu	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ”

	<i>Dalam Memperluas Pasar”.</i>		metode alur pengembangan produk yang disebut Natural Dye Concept serta perwujudan karya, selain itu metode brand story digunakan dalam upaya memperkenalkan produk ke pasar, dengan menggunakan sosial media. Tantangan yang dihadapi perusahaan dalam hal ini adalah bagaimana perusahaan mampu memperluas pasar serta mempertahankan warisan budaya.	dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
2	Cahyati et al., (2015), “ <i>Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Semarang 16</i> ”.	Sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.	Penelitian ini adalah pengembangan desain motif produk dan juga menambah lini produk baru. Faktor eksternal juga berperan dalam mendorong terjadinya pengembangan produk yang lebih efektif.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi

				menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
3	Kuncoro (2015), <i>“Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Sembung di Lendah Kulon Progo”</i> .	Sama-sama membahas terkait pengembangan produk Batik.	Penelitian ini adalah Pertama, pemunculan ide atau gagasan pada produksi batik, Kedua, Penyaringan ide, dan Ketiga, pengujian Konsep.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
4	Tahwin et al., (2014), <i>“Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem Dengan Analisis SWOT”</i> .	Sama-sama membahas tentang pengembangan Batik.	Penelitian ini adalah pengembangan industri Batik Tulis Lasem adalah strategi SO (strategi agresif),	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif

			<p>yaitu strategi menggunakan kekuatan (strength) yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang (opportunity) yang ada. Implementasi strategi tersebut adalah mengembangkan jaringan pemasaran dengan memanfaatkan networking serta mengembangkan quality control dan meningkatkan produktivitas dengan memanfaatkan teknologi modern.</p>	<p>Halal <i>Lifestyle</i>, karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.</p>
5	<p>Pitaloka & Puspitorukmi, (2023), “<i>Manajemen Strategi untuk Sentra Industri Kecil Batik Tulis Sekar Manggar Kabupaten Pemalang</i>”.</p>	<p>Sama-sama membahas tentang pengembangan Batik pada daerah.</p>	<p>Penelitian ini adalah strategi intensif-pengembangan produk. Selain itu, berdasarkan Kuadran Analisis SWOT, Strategi Generik yang dapat dijalankan adalah Strategi Kombinasi (Glueck) yaitu mendukung strategi diversifikasi (diversifikasi kosentrik, diversifikasi konglomerat, dan diversifikasi horizontal).</p>	<p>Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik “<i>Thengul</i>” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i>, karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai</p>

				motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
6	Abdullah, (2020), <i>“Strategi Pengembangan Usaha Batik Pesona Adabinjau Dalam Perspektif Islam di Kelurahan Tungal III Kuala Tungal”</i> .	Sama-sama membahas tentang pengembangan batik di daerah.	Penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha yaitu strategi diversifikasi dan strategi bertahan, selain itu strategi produksi dan strategi promosi. Faktor pendukungnya adalah skill dan kemampuan yang dimiliki, kemampuan membaca peluang, serta tersedianya modal. Faktor penghambatnya adalah tersedianya persediaan air, kurangnya tenaga kerja terampil, dan belum tersedianya lokasi produksi khusus.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
7	Subekan, Khoirul Azasi, (2021), <i>“Strategi Pengembangan Usaha Mandiri Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batu</i>	Sama-sama meneliti tentang cara melakukan pengembangan sebuah usaha dalam meningkatkan pendapatan.	Penelitian ini adalah strategi yang dilakukan adalah dengan melalui pemasaran, modifikasi, dan inovasi. Sehingga strategi pengembangan	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-

	<i>Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”.</i>		usaha pengrajin batu dapat dikatakan halal, karena tidak memiliki unsur keraguan.	produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
8	Kaddas (2018), <i>“Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Sirup Pala Kie Raha di Kelurahan Ngade Kota Ternate”.</i>	Sama-sama dikembangkan melalui promosi seta sosialisasi kepada masyarakat, dan pihak-pihak terkait.	Penelitian ini adalah strategi yang dilakukan adalah dengan melalui kemampuan dalam menciptakan daya tarik pengemasan produk, memperluas distribusi sirup Pala, serta mempromosikan dan mengembangkan teknologi di pengolahan.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik

				thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
9	Setiyawati & Oktafia, (2021), <i>“Analisis Pengembangan Usaha Kecil, dan Menengah Pada Kesejahteraan Masyarakat Kampung Bordir Kecamatan Beji” (Ditinjau dari Maqashid Syariah)</i> .	Dengan adanya usaha kecil dan menengah di kampung atau pedesaan, sama-sama dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan.	Penelitian ini adalah pertumbuhan ekonomi suatu negara mampu mengubah perekonomiannya di kondisi yang lebih baik sesuai dengan maqashid syariah dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
10	Fawaid & Fatmala, (2020), <i>“Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat”</i> .	Sama-sama dari produk home industri pedesaan yang dikelola dan dikembangkan agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat desa.	Penelitian ini adalah home industri kripik singkong gazal makmur ini menjadi suatu strategi dalam usaha mikro dan dapat meningkatkan pendapatan	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai

			masyarakat.	dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
11	Sudrajat, (2020), <i>“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Etika Islam”</i> .	Sama-sama mengenai pengembangan usaha yang dijalankan.	Penelitian ini adalah usaha yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito, strategi pengembangan yang dilakukan adalah dengan strategi vertical, strategi integritas kebelakang, strategi integritas horizontal, strategi intensif, dan strategi diversifikasi terkait/konsentrik. Jika dianalisis menggunakan etika Islam, maka sudah sesuai dengan teori yang ada. Tidak hanya terfokus pada strategi-strategi umum, dan juga tidak melupakan hal-hal	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak

			yang diatur oleh Agama Islam.	halal karena menyerupai makhluk hidup.
12	Mardiyana, (2022), <i>“Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Home Industri Wen-Dang Jahe di Kabupaten Kukar”</i> .	Sama-sama membahas pengembangan home industri.	Penelitian ini adalah industri jahe Wen-Dang di distrik kukar mempertahankannya merek dagang produk rasa dan kualitas produk ditingkatkan untuk meningkatkan permintaan pasar dan memperluas penjualan konsinyasi.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
13	Joesyiana, (2017), <i>“Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru”</i> (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur).	Sama-sama membahas terkait home industri rumah tangga di daerah.	Penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha tas rajut dilakukan dengan strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif yaitu peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktifitas promosi	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-

			dan difersifikasi produk.	bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai makhluk hidup.
14	Bakhri et al., (2019), <i>“Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon”</i> .	Sama-sama mengenai pengembangan usaha yang dijalankan.	Penelitian ini adalah strategi produsen yaitu menjaga kualitas produk dengan bahan baku yang berkualitas baik, memberi pelayanan yang baik, harga bersaing dan pemasaran online.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik <i>“Thengul”</i> dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai

				mahluk hidup.
15	Nadhiroh, (2022), “ <i>Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah di Desa Plumpungrejo Kabupaten Blitar</i> ”.	Sama-sama membahas pengembangan home industri.	Penelitian ini adalah home industri gerabah di Desa Plumpungrejo mengalami perkembangan. Beberapa faktornya adalah mempertahankan keunggulan gerabah, mengatur strategi pasar, modal, sumber daya manusia, bahan baku, dan bekerjasama antar pengrajin. Beberapa keberhasilannya yaitu pembentukan karakteristik interpreneur yang harus memiliki kegigihan usaha dan juga kreativitas serta inovasi dalam pengembangan usaha.	Sedangkan peneliti menganalisis pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> , karena produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan kyai motif-motif pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena menyerupai mahluk hidup.

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

G. Definisi Istilah

Ada beberapa istilah pada penelitian ini yang perlu dijelaskan secara detail dengan tujuan memudahkan para pembaca khususnya yang belum mengerti istilah penting pada penelitian ini. Adapun istilah-istilah tersebut antara lain Pengembangan Produk, Batik “*Thengul*”, dan Halal *Lifestyle*, dengan rincian sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk

Yang dimaksud pengembangan produk dalam penelitian ini adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk. Tujuannya adalah agar menjadi daya tarik masyarakat, produk tersebut dimodifikasi sehingga menghasilkan nilai yang tinggi baik dari segi ciri-ciri serta segi desain warna.

2. Batik “*Thengul*”

Yang dimaksud Batik “*Thengul*” dalam penelitian ini adalah batik yang mempunyai khas seni wayang, terbuat dari kayu berbentuk 3 dimensi dan bisa dikelompokkan sebagai wayang krucil maupun wayang golek. Biasanya Wayang Thengul mengisahkan cerita Menak dan Panji. Gunungan atau kalpatarunya terbuat dari kayu dan dihiasi ornament dalam cerita Menak. Wayang Thengul sebagai warisan kesenian tradisional di Bojonegoro akan selalu terjaga eksistensinya, menjadi ikon Bojonegoro, lebih dikenal, digemari masyarakat luas sekaligus sebagai bentuk pelestarian dan pengembangan salah satu warisan Pusaka Budaya (*culture heritage*) Kota Bojonegoro.

3. Halal *Lifestyle*

Yang dimaksud Halal *Lifestyle* dalam penelitian ini adalah gaya hidup saat ini, dimana yang dinamakan halal tidak hanya pada makanan dan minuman saja. Akan tetapi halal juga dimaknai suatu yang baik, bersih, higienis, dan sehat. Seperti halnya tata cara berhias, pariwisata, dan hal lainnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Pengembangan Produk

1. Definisi Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk memodifikasi atau produk baru ke segmen pasar yang ada sekarang pengembangan konsep produk menjadi produk fisik dalam upaya memastikan bahwa ide produk bisa diubah menjadi produk yang bisa diwujudkan secara efektif. Fokus utama dalam pengembangan produk adalah dengan menciptakan gagasan baru, yang nantinya akan diimplementasikan ke dalam produk baru. Adapun tujuan utama dilakukannya pengembangan produk adalah memberikan layanan yang baik serta pemenuhan kepuasan konsumen dan meningkatkan volume penjualan perusahaan (Rahayu Ningsih & Nugraha, 2020).

Pengembangan produk merupakan sebuah proses dan strategi yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan suatu produk. Hal yang perlu dilakukan dalam mengembangkan suatu produk yaitu memperbaiki produk yang lama atau menambahkan kegunaan produk tersebut kepada target pasar. Selain itu, pengembangan produk termasuk dalam proses perubahan yang dilakukan pada produk yang sudah ada sebelumnya. Sekaligus sebagai proses mencari inovasi guna

menambah nilai terhadap produk lama dan mengkonversikannya ke dalam bentuk produk tersebut (Kotler & Amstrong, 2008).

Pengembangan produk ini bukanlah hal yang mudah, karena dalam pengembangan produk itu sendiri terdapat banyak hambatan baik itu dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Maka dari itu dibutuhkan cara agar perusahaan tersebut tidak mengalami hambatan-hambatan yang dapat mengurangi kelancaran pengembangan produk.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Melakukan Pengembangan Produk

a. Faktor Pendukung

Terdapat beberapa faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, faktor-faktor ini harus dipertimbangkan agar terlaksana pengembangan produk yang baik. Beberapa faktor pendorong atau pendukung pengembangan produk adalah sebagai berikut: 1). Perkembangan Teknologi, 2). Perubahan Selera Konsumen, 3). Persaingan, 4). Adanya kapasitas produk berlebihan, 5). Siklus hidup produk yang pendek, dan 6). Adanya keinginan untuk meningkatkan laba (Hidayati, 2023).

b. Faktor Penghambat

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab terhambatnya proses pengembangan produk, yaitu (Hidayati, 2023):

- 1) Kekurangan gagasan mengenai produk baru yang penting pada bidang tertentu. Hanya ditemukan sedikit cara untuk memperbaiki beberapa produk dasar.
- 2) Pasar yang terbagi-bagi karena persaingan yang ketat. Perusahaan harus mengarahkan produk baru mereka ke segmen pasar yang lebih kecil, yang artinya penjualan dan laba yang lebih rendah untuk tiap produk.
- 3) Kendala sosial dan pemerintah. Produk baru harus memenuhi beberapa kriteria seperti keamanan konsumen dan keseimbangan lingkungan.
- 4) Mahalnya proses pengembangan produk baru.
- 5) Kekurangan modal. Beberapa perusahaan yang memiliki gagasan yang baik tidak dapat mengumpulkan dana yang diperlukan untuk melakukan riset dan meluncurkan produk baru.
- 6) Waktu pengembangan yang lebih singkat. Perusahaan yang tidak dapat mengembangkan produk secara cepat maka harus bisa mempersingkat waktu pengembangan dengan menggunakan teknik perancangan yang dibantu oleh komputer dan teknik manufaktur, mitra strategis, pengujian konsep awal, dan perencanaan tingkat tinggi.
- 7) Siklus hidup produk yang lebih singkat. Ketika suatu produk yang baru berhasil, pesaing dengan cepat meniru.

3. Tahap-tahap Pengembangan Produk

Terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui dalam pengembangan produk, yaitu (Kotler & Amstrong, 2008):

a. Penciptaan Ide

Penciptaan ide ini dapat muncul dari berbagai personil dan berbagai cara. Misalnya perusahaan dapat membentuk suatu tim ahli mendesain model baru, atau perusahaan mencari informasi dari orang-orang dalam atau kelompok gugus kendali mutu, ataupun dari hasil survei dari luar perusahaan, juga informasi yang diperoleh melalui para konsumen. Atau bahkan ide ini dapat berasal dari intuisi yang muncul seketika, kemudian dianalisis dan dikembangkan. Kegiatan market inteligent sering pula dilakukan dengan memperhatikan teknologi produk yang digunakan pesaing. Produk saingan dibeli, kemudian dibongkar dan diteliti lalu diciptakan produk baru yang lebih unggul dari produk saingan. Terciptanya ide baru dapat melalui:

- 1) Pelanggan, dapat diperoleh dari hasil survei, kontak saran, atau diskusi-diskusi.
- 2) Ilmuwan, melalui riset, laboratorium.
- 3) Pemilik, para pemimpin perusahaan.
- 4) Pegawai sebagai hasil penerapan gugus kendali mutu, semua pegawai boleh memberi saran untuk pengembangan produk.

b. Penyaringan Ide

Ide yang udah terkumpul, masih merupakan suatu brain storming sumbang saran biasanya belum matang, dan ini perlu disaring mana yang mungkin dikembangkan dan mana yang tidak. Dalam menyaring ide ini perlu daya prediksi yang lebih tinggi. Sebab adakalanya ada ide yang dibuang, malahan memiliki prospek yang sangat menguntungkan di kemudian hari.

c. Pengembangan dan Pengujian Konsep

Setelah ide disaring dilakukan pengembangan dan eksperimen. Kemudian model produk baru diperlihatkan kepada konsumen, sambil diadakan survei pendapat konsumen terhadap produk baru tersebut, serta kemungkinan-kemungkinan konsumen akan membeli dan menyenangnya.

d. Pengembangan Strategi Pemasaran

Dalam hal ini, sebuah perusahaan mulai merancang beberapa strategi pemasaran produk baru dengan memilih segmentasi pasar tertentu, beserta teknik promosi yang digunakan.

e. Analisis Usaha

Dilakukan dengan memperkirakan jumlah penjualan dibandingkan dengan pembelian bahan baku, biaya produksi, dan perkiraan laba.

f. Pengembangan Produk

Dalam hal ini gagasan produk yang masih dalam rencana dikirim ke bagian produksi untuk dibuat, diberi merek, dan diberi kemasan yang menarik.

g. Market Testing

Produk baru di pasarkan ke daerah segmen yang telah direncanakan, disini akan diperoleh informasi yang sangat berharga tentang keadaan barang, penyalur, permintaan potensial dan sebagainya.

h. Komersialisasi

Setelah perencanaan matang, dan dilaksanakan, dan diuji, maka akhirnya dibuat produksi besar-besaran yang membutuhkan modal investasi cukup besar. Mulailah dilansir produk baru dipasar, yang akan menjalani proses kehidupan sebagai suatu produk baru, sampai kepada tahap proses adopsi oleh pihak konsumen, dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen, dan mendatangkan keuntungan bagi produsen.

4. Jenis-jenis Pengembangan Produk

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi dalam melakukan pengembangan produk. Hal ini bertujuan agar produk yang akan dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan konsumen yang sudah ada tetap tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh suatu

perusahaan serta menarik konsumen baru. Pengembangan produk terdapat beberapa jenis, yaitu (Kotler & Keller, 2008):

- a. Memperbaiki yang sudah ada. Dalam hal ini perusahaan menggunakan teknologi dan fasilitas yang ada untuk membuat variasi dan memperbaiki produk yang ada. Dalam menggunakan cara ini perusahaan tidak memiliki resiko besar, karena hanya akan melakukan perubahan yang menyeluruh.
- b. Memperluas lini produk. Jenis pengembangan produk dilakukan perusahaan dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada atau menambah lini produk baru.
- c. Menambah produk yang ada. Perusahaan dalam hal ini menambah atau memberikan variasi pada produk yang telah ada dan juga memperluas segmen pasar dengan melayani berbagai macam konsumen atau pembeli yang memiliki selera yang berbeda-beda.
- d. Meniru strategi pesaing. Pada cara ini perusahaan meniru kebijakan pesaing yang dianggap menguntungkan, seperti halnya penetapan harga.
- e. Menambah lini produk. Biasanya perusahaan memerlukan dana besar dalam penambahan produk baru yang tidak ada kaitannya sama sekali dengan lini produk yang telah ada. Karena produk yang belum pernah diproduksi sebelumnya, serta dalam hal penggunaan fasilitas-fasilitas untuk mempromosikannya memerlukan proses yang baru pula.

5. Teori-teori Pengembangan Produk

Teori-teori Pengembangan Produk, antara lain: Diversifikasi Produk, dimana salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan jalan mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis perusahaan saat ini (Kotler & Amstrong, 2008).

Pada pengembangan diversifikasi ini tidak banyak diungkapkan terkait pemasaran. Perusahaan dalam melakukan diversifikasi produk hendaknya mempelajari dan meneliti tingkah laku konsumen, khususnya berkenaan dengan barang dan jasa yang dipasarkan, sehingga dapat diketahui kemungkinan-kemungkinan yang menimbulkan kepuasan. Pada umumnya perusahaan yang mampu merebut perhatian konsumen tersebut akan menjadi pelanggan. Diversifikasi produk yang dilakukan perusahaan untuk memperkecil resiko penjualan yaitu jika suatu jenis barang tidak terjual, dapat ditunjang oleh barang lain yang diproduksi perusahaan tersebut.

6. Teori Kritis Tentang Pengembangan Produk Dalam Islam

Kehalalan produk dapat ditinjau dari 3 (tiga) segi, yaitu jenis bahan atau zatnya, cara penyiapannya, dan usaha untuk mendapatkannya. Bahan makanan yang berasal dari tumbuhan akan dijamin kehalalannya, adapun titik kritis keharamannya terletak pada alat dan bahan yang ditambahkan ketika pengolahan dan pengemasannya. Sedangkan untuk bahan yang berasal dari hewan, titik kritisnya adalah cara penyembelihan, alat dan

bahan yang digunakan atau ditambahkan ketika pengolahan termasuk kemasannya.

Selain harus berasal dari bahan yang halal, sebuah produk juga harus memperhatikan model transportasi yang digunakan saat pengangkutannya dan analisis keharaman dilakukan pada setiap tahapan proses dengan menilai semua kemungkinan masuknya bahan haram dan najis. Untuk menentukan titik-titik kritis keharaman, bahan baku dikategorikan menjadi empat, yaitu: forbidden, risiko tinggi, menengah, dan risiko rendah.

Tabel 3
Tingkat Risiko Keharaman Bahan

No	Tingkat Risiko	Keterangan
1	Risiko Rendah (L)	Produk atau bahan mentah yang tidak mengandung bahan yang dilarang oleh syari'ah agama Islam, dan dalam bentuk tunggal tanpa campuran serta tanpa bahan tambahan.
2	Risiko Menengah (M)	Produk atau bahan mentah yang dibuat dari bahan dasar yang tidak diragukan kehalalannya, namun dalam bentuk campuran dan atau diberi bahan tambahan, dan atau melalui proses yang dikhawatirkan terbentuk dan atau terkontaminasi bahan haram.
3	Risiko Tinggi (H)	Produk atau bahan mentah yang terbuat dari bahan dasar yang bahaya ketidakhalaannya sangat tinggi, terutama produk yang berasal berasal dari hewan baik dalam bentuk segar (seperti daging, lemak, dan sejenisnya), maupun produk kompleks seperti minyak hewan, gelatin dan sejenisnya, termasuk juga produk khamr dan turunannya.
4	Forbidden (F)	Semua produk atau bahan mentah yang jelas-jelas berasal dari bahan haram dan atau turunannya.

Sumber: Apriyantono, (2005)

Produk yang dihalalkan dalam Islam, secara garis besar dapat dikategorikan kepada beberapa kriteria sebagai berikut: bukan terdiri dari

atau mengandung bagian atau benda dari binatang yang dilarang oleh ajaran Islam untuk memakannya atau yang tidak disembelih menurut ajaran Islam; tidak mengandung sesuatu yang digolongkan sebagai najis menurut ajaran Islam; tidak mengandung bahan penolong dan atau bahan tambahan yang diharamkan menurut ajaran Islam; dalam proses menyimpan dan menghidangkan tidak bersentuhan atau berdekatan dengan makanan yang memiliki kriteria terlarang. Dari paparan tersebut, dijelaskan bahwa dalam Islam makanan tidak hanya dituntut bagus, tapi juga halal. Dan, kriteria halal tidak hanya menyangkut asal dan proses pengolahannya, namun juga cara memperolehnya.

B. Konsep Halal *Lifestyle*

Halal *Lifestyle* terdiri dari dua kata yaitu Halal dan *Lifestyle*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Halal adalah yang diizinkan (tidak dilarang oleh Syariat). Sedangkan, *Lifestyle* adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat (KBBI, 2006).

1. Definisi Halal *Lifestyle*

Halal *lifestyle* termasuk sebuah gaya hidup yang dipegang oleh manusia yang berkaitan dengan halal atau diperbolehkan dalam syari'at Islam. Cakupan dari halal *lifestyle* dimulai dari makanan, fashion, kosmetik, travel, obat-obatan, serta media. Beberapa cakupan tersebut sudah menjadi bagian dari halal *lifestyle* dan tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia (Nurul Zaidah, Muhtar Solihin, 2019).

Halal *Lifestyle* adalah sebuah pola atau gaya hidup yang sesuai aturan dalam syari'at. Halal *lifestyle* disini sangat mengutamakan pengkonsumsian produk halal. Perkembangan gaya hidup berorientasi pada nilai-nilai Islam seperti yang terlihat dari beberapa fenomena antara lain semakin tajamnya masyarakat untuk menilai kehalalan suatu barang, munculnya budaya bercorak Islam, kaum muslim mulai menggunakan hijab, terdapat lembaga keuangan berbasis syariah, meningkatnya biro haji dan umroh, serta industri-industri yang berbau islami (Fitria, 2021).

Halal *lifestyle* merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai dengan kemampuannya secara benar, jujur, berintegritas, bermartabat, berkeadilan dan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Banyak masyarakat yang memperhatikan model gaya hidup yang akan dijalaninya. Melalui gaya hidup seseorang, orang lain dapat menilai tentang kehidupan orang tersebut (Ramadanti, 2023).

Halal *lifestyle* merupakan sebuah kebiasaan pola hidup masyarakat yang tengah menjadi tren global dan mulai diterapkan di berbagai belahan dunia. Bukan hanya negara yang mayoritas berpenduduk muslim, akan tetapi juga negara-negara yang berpenduduk mayoritas non-muslim juga mengikuti pola hidup tersebut. Ini membuktikan bahwa konsep halal *lifestyle* mendapatkan respon positif di kalangan nasional maupun internasional (Fatawa, 2022).

Ada fenomena halal *lifestyle* yang sedang menjadi trend saat ini menunjukkan potensi industri halal jika dikembangkan di Indonesia sangat

besar, karena halal bukan lagi suatu keharusan, terutama bagi semua orang Islam tetapi telah melekat sebagai way of life. Karena kehalalan sebagai cara hidup, dapat digunakan sebagai peluang bagi perusahaan memproduksi produk halal. Makna halal itu sendiri adalah berbagai hal yang boleh dikonsumsi dan dilakukan menurut ajaran Islam. Kemudian halal *lifestyle* dapat dipahami sebagai bagaimana seorang individu menjalani kehidupan sehari-harinya dengan prinsip-prinsip halal, mulai dari perilaku, kebiasaan, aktivitas hingga hobi dan minat, yang semuanya harus diikuti (Mursidah & Fartini, 2023).

Penerapan halal *lifestyle* telah menjadi opsi terbaik bagi manusia khususnya umat Islam. Karena halal *lifestyle* sendiri dapat memberikan perlindungan bagi manusia, tidak hanya dari aspek kesehatan saja, melainkan juga aspek kebaikan dimana yang diperoleh manusia itu dapat memberikan kenyamanan dan keamanan secara lahir dan batin. Sehingga, konsep halal yang direpresentasikan melalui halal *lifestyle* tidak hanya di Indonesia, yang menjadi negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar, melainkan secara global. Terlebih seperti Indonesia yang dominan mayoritas penduduknya beragama Islam, seharusnya menjadi suri teladan dengan penerapan halal *lifestyle*, sehingga hal tersebut dapat menjadi contoh secara global terkait konsep halal (Hadiyanto A. Rachim & Meilany Budiarty Santoso, 2021).

2. Parameter Halal Lifestyle

Perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh gaya hidup (*lifestyle*) dan bagaimana cara mereka mengelola uang serta membelikan barang dengan cerminan gaya hidupnya tersebut. Pola hidup seorang muslim dalam konsumsi akan kebutuhan hidupnya, membelanjakan uangnya, serta memanfaatkan waktu dalam mengkonsumsi produk dan jasanya tergambar dalam parameter (Fatawa, 2022):

Ada beberapa parameter menurut Normasari (2019) ada 3 (tiga) parameter yaitu: 1). Hidup sederhana, 2). Menetapkan produk dan jasa, dan 3). Memanfaatkan waktu luang. Sedangkan merujuk pada Amaliyah (2023) menyebutkan ada 4 (empat) parameter meliputi: 1). Unsur keselamatan, 2). Unsur keamanan, 3). Unsur kesehatan, dan 4). Unsur kemakmuran manusia.

Masing-masing parameter dijelaskan sebagai berikut, antara lain:

a. Hidup Sederhana

Dalam memenuhi kebutuhannya, Allah SWT memerintahkan umat manusia untuk hidup sederhana, yaitu dengan gaya hidup yang tidak berlebihan, dan dapat menjauhi gaya hidup yang mewah. Hal tersebut disebabkan karena memiliki karakter yang tidak boros dan tergolong pribadi yang baik. Seperti yang tercantum dalam firman Allah QS. Al-A'raf ayat 31:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ حُدُوٰ زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَّلَا تُسْرِفُوْا ؕ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Q.S Al-A’raf [7] 31).

b. Menetapkan Produk atau Jasa

1) Halal

Gaya hidup halal adalah gaya hidup di mana selalu mengkonsumsi segala sesuatunya yang diperbolehkan dari segi wujud, kandungan serta bagaimana cara memperoleh barang, dan cara memanfaatkan barang tersebut. Ketiga cara tersebut sudah memang diterapkan dalam memilih barang. Sehingga tidak terjerumus pada perbuatan yang dilarang dalam Islam.

2) Thayib atau Baik

Sebagai seorang muslim, sudah semestinya ketika hendak memilih barang akan dikonsumsi harus mengutamakan barang yang baik. Mengkonsumsi barang yang baik akan menjauhkan dari marabahaya, serta menjauhkan diri dari segala macam penyakit. Contoh barang yang tidak boleh dikonsumsi bagi umat Islam adalah bangkai, babi, dan sejenisnya. Karena disebutkan dalam QS. Al-Maidah ayat 3, bahwa umat Islam diharamkan memakan makanan yang haram karena makanan yang haram nantinya dapat menimbulkan kemudharatan yang lebih besar.

3) Bersih

Dalam menjalani hidupnya, umat Islam juga diwajibkan selalu menjaga kebersihan barang yang akan dikonsumsi. Jika kondisi barang tersebut sudah tidak layak dikonsumsi maka juga dapat menimbulkan dampak penyakit di tubuhnya. Sedangkan jika barang tersebut masih bagus, tidak ada dampak yang menyimpannya. Sehingga terbebas dari kotoran-kotoran penyakit yang akan menimpa diri kita.

4) Memanfaatkan Waktu Luang

Memanfaatkan waktu luang, seperti halnya perihal Hemat. Hemat dalam kajian halal *lifestyle* adalah membelanjakan atau mengonsumsi sesuai dengan rencana, dengan membeli kebutuhan sesuai dengan keperluan serta kemampuannya, serta dikatakan tidak boros dan tidak berlebihan. Seorang yang hemat adalah bukan berarti pelit secara finansial, melainkan merencanakan pengalokasian pendapatan untuk jangka panjang.

Sehingga, kesimpulan dari Halal *Lifestyle* disini adalah cara hidup seseorang atau bagaimana cara mereka mewujudkan kegiatan maupun aktivitas, memilih produk dan jasa untuk konsumsi kebutuhannya serta mengalokasikan waktu sesuai aturan yang terdapat dalam Islam.

Beberapa parameter yang lain, adalah:

a. Unsur Keselamatan

Definisi unsur keselamatan merupakan unsur yang terhindar dari bahaya selama melakukan suatu pekerjaan. Dengan kata lain, unsur keselamatan merupakan salah satu faktor yang harus diterapkan jika melakukan sebuah pekerjaan. Tidak ada seorang pun di dunia ini yang menginginkan terjadinya kecelakaan bahkan bencana. Unsur keselamatan sangat bergantung pada jenis, bentuk, dan lingkungan dimana sebuah pekerjaan tersebut dilaksanakan. Terdapat beberapa unsur yang dapat menunjang keselamatan, antara lain: 1). Adanya unsur-unsur keselamatan yang telah diuraikan di atas, 2). Adanya kesadaran dalam menjaga keamanan dan kesehatan kerja, 3). Teliti dalam bekerja, dan 4). Melaksanakan prosedur kerja dengan memperhatikan keamanan dan kesehatan kerja.

Sehingga, penjelasan dalam hal ini adalah seseorang yang menerapkan Halal *Lifestyle* sudah pasti menentukan unsur keselamatan dalam pelaksanaannya. Unsur keselamatan berawal dari kehati-hatian dalam menerapkan Halal *Lifestyle*. Sehingga gaya hidup yang telah diterapkan tidak bertentangan dengan syariat Islam, justru gaya hidup yang telah dijalankan sudah sesuai dengan aturan dalam syari'at Islam.

b. Unsur Keamanan

Definisi unsur keamanan artinya unsur penunjang yang mendukung terciptanya suasana kerja yang aman, baik, serta sehat. Misalnya, bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan makanan harus dari bahan yang bagus serta baik. Dikarenakan meskipun produknya bagus, yang membuat masyarakatnya tertarik, sama saja jika kandungan dari bahan-bahan tersebut tidak aman bagi tubuh, misalnya terdapat merkuri, dan lain sebagainya.

Dalam hal ini, kualitas bahan menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan bagi konsumen. Bahan pangan yang berkualitas harus memenuhi persyaratan wajib, misalnya terbebas dari hal-hal fisik, kimia, serta mikrobiologis, yang nantinya produk tersebut tidak aman untuk dikonsumsi.

c. Unsur Kesehatan

Definisi unsur kesehatan adalah unsur yang bertujuan agar manusia memperoleh derajat kesehatan yang tinggi, baik jasmani, rohani, serta dijauhkan dari segala macam penyakit yang dapat mengganggu kesehatan.

Dalam hal ini, mayoritas muslim sangat banyak di Indonesia. Maka Halal *Lifestyle* sudah banyak dipraktikkan, namun belum sempurna. Masih banyak dari masyarakat yang mengira bahwa selama makanan tersebut tidak ada unsur haram pada bahan bakunya, otomatis dikatakan halal. Padahal tidak seperti itu.

Sehingga untuk memastikan barang tersebut halal atau tidak, perlu adanya sertifikasi halal dari tahap produksi sampai dengan tahap distribusi.

d. Unsur Kemakmuran Manusia

Unsur kemakmuran dapat mencari kunci dunia dan akhirat. Artinya, seseorang harus bekerja keras agar menjadi kaya (makmur di dunia) dan sukses di akhirat (kelak). Tidak jauh beda dengan penerapan halal lifestyle di Indonesia ini, masyarakat berlomba-lomba untuk memproduksi dan mendapatkan produk halal. Dari penerapan yang telah dilakukan oleh penduduk Indonesia, sudah menampakkan produk halal serta cara penggunaannya, sehingga dalam hal ini semakin tinggi derajat kesalehannya. Sedangkan jika dikatakan semakin rendah derajat kesalehannya, berarti mereka juga tidak begitu menggunakan produk halal (Abdullah, 2020).

Contoh lainnya seperti Perempuan berjubah, berkerudung panjang, bahkan memakai cadar dapat di klaim sebagai perempuan sholehah, berbeda dengan perempuan yang tidak memakai pakaian panjang serta berkerudung. Begitupula laki-laki, yang memakai songkok, sarung, dan baju panjang mereka juga di klaim sebagai laki-laki yang sholeh, berbeda dengan laki-laki yang hanya memakai kaos dan celana. Dari sinilah, parameter kesalehan terletak pada sesuatu yang dapat nampak. Jika mengacu pada Halal

Lifestyle, adalah perbuatan yang berkaitan dengan makhluk dan penciptaannya.

Selain itu, Halal *Lifestyle* juga terdapat pada sektor konsumen, distributor, dan produsen. Berikut penjabarannya sektor Halal *Lifestyle*, antara lain (Fatawa, 2022):

a. Konsumen

Pengertian konsumsi dalam artian luas adalah barang tahan lama atau tidak lama, serta sektor barang konsumen dapat dijabarkan menjadi beberapa industri. Seperti halnya jenis produk, seperti makanan, dan barang kebutuhan yaitu transportasi mobil. Banyak perusahaan di sektor barang konsumen sangat bergantung pada iklan merk, serta keadaan konsumen terkait pengembangan rasa, mode, dan juga terkait kemasan untuk memaksimalkan pemasaran. Sehingga dari sinilah, tercipta kepuasan dari beberapa konsumen.

b. Distributor

Sebelumnya, distribusi sendiri adalah kegiatan menyalurkan barang atau jasa dari pihak produsen ke pihak konsumen. Orang yang menyalurkan disebut distributor. Salah satu tugas utama dari distributor adalah membeli barang-barang yang sudah disediakan oleh produsen untuk dijual ke pihak konsumen.

c. Produsen

Pada dasarnya, produsen adalah orang yang menghasilkan sebuah produk atau jasa yang hendak dipasarkan. Beberapa peran

produsen dalam perekonomian adalah mengelola barang mentah atau faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa, membelikan harga dan pembayaran setiap faktor produksi, serta menghasilkan dan memenuhi barang dan jasa kebutuhan konsumen.

Tabel 4
Parameter Dalam Menjalani Hidup

Pendapat Dari	Parameter Dalam Menjalani Hidup	Kriteria
Normasari, 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hidup sederhana 2. Menetapkan barang dan jasa (halal, thayib, dan bersih) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Halal 2. Thayyib 3. Bersih
Amaliyah, 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unsur keselamatan 2. Unsur keamanan 3. Unsur kesehatan 4. Unsur kemakmuran manusia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen 2. Distributor 3. Produsen

Sumber: Diolah peneliti 2023

3. Cara Mengamalkan Halal Lifestyle

Beberapa cara yang diterapkan dalam Halal Lifestyle, adalah:

a. Halal Mengonsumsi

Mengonsumsi makanan halal adalah salah satu hal yang wajib dilakukan oleh umat muslim sesuai dengan perintah Allah SWT. Manfaat dari makanan halal tersebut juga baik untuk kesehatan maupun dari sudut pandang agama. Hal tersebut diwajibkan karena makanan halal tersebut juga dapat menjaga kesehatan badan. Selain itu, makanan halal juga dapat memperoleh ridha Allah SWT, terhindar dari sumber penyakit, memberikan sumber tenaga, senantiasa menjaga hati dan akal, memperoleh pahala, memperbaiki keturunan,

memberikan rezeki yang baik, memperkuat iman, menjaga sholat, serta memperoleh ketenangan (Purnama, 2018).

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 172, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”* (Ramadanti, 2023)

Dalam hal ini, umat Islam diwajibkan mengkonsumsi barang yang halal dikarenakan untuk menjaga keimanan, jika umat Islam tidak memperlakukan, maka akan menerima dampak yang sangat berat. Oleh karena itu, perlu berhati-hati untuk memilih makanan yang hendak kita konsumsi untuk diri, anak, serta keluarga. Jangan sampai makan dan minum barang yang haram.

b. Halal Memperoleh

Halal memperoleh adalah diperoleh dengan cara berdagang atau jual beli yang dilakukan secara baik, secara tidak langsung bahan dasar dari makanan dan minuman tersebut harus didapatkan dari sesuatu yang halal dan jujur agar sah (Fatawa, 2022).

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 188, yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah sebagian kalian memakan harta sebagian yang lain diantara kalian dengan cara yang batil, dan kalian

membawa (urusan) harta itu kepada hakim supaya kalian dapat memakan sebagian dari harta orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kalian mengetahui" (Wisma, 2012).

Dari firman Allah tersebut, dapat diketahui cara yang batil adalah cara mengambil hak orang lain, secara langsung atau tidak langsung. Misalnya perampokan, pencurian, penipuan (Tambunan, 2018). Sedangkan makanan halal merupakan makanan yang tidak diperoleh dengan cara yang batil, akan tetapi diperoleh dari berkat usaha keras yang dijalankan. Kriteria-kriteria dalam menetapkan makanan halal adalah pertama dilihat dari dzat produk tersebut, berasal dari barang halal ataukah haram. Kriteria halal disini adalah halal makanan dari hasil bekerja yang diperoleh dari usaha yang lain seperti bekerja sebagai buruh, petani, pegawai, tukang, sopir. Kedua, halal makanan dari mengemis yang diberikan secara ikhlas, namun pekerjaan itu halal, tetapi dibenci Allah seperti pengamen. Yang ketiga cara memperoleh barang tersebut apakah barang yang diperoleh sudah melalui kriteria kebaikan sehingga dapat menjadi barang yang bermanfaat (Satria, 2021). Keempat, adalah halal makanan dari hasil sedekah, zakat, infak, hadiah, tasyakuran, walimah, warisan, wasiat. Keempat, halal makanan dari rampasan perang yaitu makanan yang didapat dalam peperangan (*ghoniyah*) (Ramadanti, 2023).

Kesimpulan dari definisi halal memperoleh adalah seorang muslim wajib mengonsumsi makanan dan minuman yang halal, baik halal dari zatnya ataupun cara memperolehnya. Jika kita sebagai orang

muslim memperoleh makanan dengan cara yang haram, otomatis yang kita makan juga pasti menjadi haram. Sebaliknya, jika kita memperoleh makanan dengan cara yang halal, otomatis yang kita makan juga pasti menjadi halal. Maka dari itu, alangkah baiknya jika kita mengetahui kriteria label halal terlebih dahulu, agar kita tetap menjalani aturan dengan baik serta tidak terjerumus ke dalam perbuatan yang dilarang syari'at Islam, sehingga hal tersebut akan mendapatkan dosa kemudian hari.

c. Halal Memanfaatkan

Halal memanfaatkan disini artinya barang yang diperoleh dapat dimanfaatkan sesuai sesuai anjuran syariat Islam. Cara lain mudah bergaya hidup halal bisa mulai dilakukan oleh setiap individu dengan memastikan kehalalan setiap barang atau jasa yang akan dikonsumsi atau dimanfaatkan. Misalnya jika ingin bertransaksi di lembaga keuangan maka pilihlah lembaga keuangan syariah, jika ingin menginap di hotel/ penginapan pilihlah hotel syariah, jika ingin makan atau minum pilihlah yang memiliki labelisasi halal, jika ingin berbusana maka pakailah pakaian yang menutupi aurat, jika ingin berkata maka katakanlah perkataan yang santun, dan masih banyak contoh lainnya (Purnama, 2018).

Dalam hal ini, umat muslim diwajibkan memanfaatkan barang dengan cara yang halal, dikarenakan untuk memenuhi salah satu peraturan wajib dalam Islam. Untuk menjamin kehalalan suatu barang

dibutuhkan sertifikasi halal dengan diterbitkannya logo sertifikasi halal. Cara ini dimaksudkan agar masyarakat lebih mudah memilih barang yang benar-benar halal dan bisa dimanfaatkan. Dengan adanya logo sertifikasi halal biasanya terindeks label MUI, secara terang terbebas dari unsur-unsur yang dilarang syariat Islam (haram), sehingga dapat dikonsumsi untuk semua kalangan masyarakat.

4. Dalil-dalil yang Mengharuskan Halal *Lifestyle*

Beberapa dalil-dalil yang dapat digunakan untuk Halal *Lifestyle*, antara lain (Purnama, 2018):

Al-Baqarah ayat [2] : 172

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepadaNya kamu beribadah.” (Fatawa, 2022).

Pada ayat tersebut terdapat kata “makanlah” tidak hanya tentang makanan dan minuman, melainkan cara memperoleh makanan tersebut. Sehingga walaupun makanan itu halal, tetapi cara memperoleh makanan tersebut dilakukan dengan mencuri, maka tetap dihukumi haram karena hasil mencuri.

Rasulullah SAW bersabda:

“Barang siapa memperoleh harta dengan cara dosa, lalu ia menggunakannya untuk menjalin silaturahmi, bersedekah, atau kepentingan di jalan Allah, niscaya Dia akan menghimpun semua hartanya itu lalu melemparkannya ke dalam neraka” (H.R. Abu Dawud) (Fatawa, 2022).

Dalam hal ini, umat muslim jangan sampai melakukan hal kebaikan dengan cara yang diharamkan oleh Allah SWT, misalnya harta yang digunakan adalah hasil perbuatan dosa, contoh mencuri, judi, dll. Sehingga kelak pada saat hari akhir, harta tersebut akan dikumpulkan dan dilempar di neraka.

Rasulullah SAW bersabda:

“Mencari sesuatu yang halal adalah kewajiban bagi setiap Muslim.” (H.R. Al-Thabarani dari Ibnu Mas’ud).

Pada dasarnya, kewajiban mencari sesuatu yang halal memang sudah kodrat manusia. Akan tetapi siring dengan berkembangnya zaman, banyak transaksi-transaksi yang tidak sesuai syariat Islam. Maka dari itu, kita sebagai umat muslim harus benar-benar berusaha mengenai sesuatu yang halal adalah hal yang paling sulit, sehingga mereka menghalalkan semua barang meskipun melalui jalan yang tidak sesuai aturan Islam.

Padahal, halal-haramnya makanan yang masuk ke tubuh kita akan mempengaruhi kedekatan kita dengan Allah SWT. Kedekatan ini yang pada akhirnya akan berpengaruh ke doa-doa yang akan kita sampaikan. Padahal jika kita mengetahui, halal-haramnya makanan yang masuk ke tubuh kita akan berpengaruh terhadap kedekatan kita dengan Allah swt. Kedekatan ini yang nantinya akan berpengaruh terhadap doa-doa yang kita panjatkan kepada-Nya.

Diriwayatkan di dalam hadits Al-Thabarani bahwa salah satu sahabat yang bernama Sa’ad pernah memohon Rasulullah SAW agar

mendoakan dirinya menjadi orang yang diijabah doanya. Lalu Rasulullah berkata kepadanya.

“Baguskanlah makananmu, niscaya Allah menerima doamu.”

Hadits tersebut menjelaskan bahwa makanan dan rezeki halal sangat berpengaruh dengan kedekatan bersama Allah SWT. Jadi, kajian halal *lifestyle* disini mengarah pada sarana untuk memelihara jiwa serta agar selalu dekat dengan Allah SWT. Selain itu juga, wujud keimanan kepada Allah, agar doa selalu terkabul, mencegah api neraka, terhindar dari segala penyakit, serta yang paling dominan adalah tidak mengikuti langkah syaithan.

5. Dampak-dampak Halal *Lifestyle* pada Sosial

Salah satu dampak yang ditimbulkan dari perilaku Halal *Lifestyle* pada Sosial adalah dampak konsumtif. Berikut pemaparannya:

Halal *lifestyle* ini cenderung menimbulkan masyarakat berperilaku konsumtif. Hal ini karena fashion pada pribadi orang dan Lifestyle saling berkaitan. Dimana seiring berkembangnya fashion jaman sekarang, seseorang akan berlomba-lomba untuk membeku berbagai macam dari fashion tersebut, dengan tujuan agar terlihat tetap fashionable. Akan tetapi, saat ini wanita yang dikatakan muslimah tidak hanya memakai hijab saja, agar terlihat menawan mereka menggunakan baju yang seolah-olah memperlihatkan lekuk tubuh mereka. Padahal dalam Islam tidak diperbolehkan menggunakan pakaian yang terlalu ketat. Sehingga dalam hal ini, wanita yang dikatakan muslimah tidak hanya memakai jilbab

dengan menutupi bagian dada saja, tetapi juga memilih pakaian yang tidak ketat agar tidak menimbulkan syahwat bagi orang lain (Ayyah & Murniningsih, 2021).

Dalam hal ini, setiap muslim diwajibkan memakai pakaian yang sopan sesuai anjuran dalam syari'at Islam, yaitu menutupi semua aurat dan tidak menampakkan tubuh, serta memakai pakaian yang tidak ketat. Dengan adanya aturan seperti itu, tidak menimbulkan nafsu orang yang melihat. Sehingga mereka tidak masuk surga dan tidak dapat mencium surga dengan jarak yang dekat.

6. Pengelompokan Halal *Lifestyle* (Nurul Zaidah, Muhtar Solihin, 2019)

a. Halal Food

Halal food merupakan makanan yang dibolehkan berdasarkan sesuai syariat Islam, yaitu berpedoman kepada Al-Qur'an dan Hadits. Islam menghalalkan yang baik-baik dan pada dasarnya makanan yang ada di dunia ini diciptakan oleh Allah SWT hukumnya boleh-boleh saja (Nashirun, 2020).

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat saat ini membuat banyak perubahan dalam proses pembuatan makanan itu sendiri, salah satunya terlihat dari bahan dasar, serta bahan campuran yang digunakan. Sebagai contoh, jika dahulu untuk membuat roti hanya cukup menggunakan bahan dasar yakni terigu, ragi dan air. Akan tetapi saat ini bahan-bahan dasar tersebut tidak cukup, maka perlu adanya

bahan tambahan lainnya yang disebut dengan istilah bahan tambahan makanan seperti shortening (mentega putih), perisa, anti caking agen, namun di antara bahan-bahan tersebut terdapat kandungan zat yang haram, sebagai contoh pada mentega putih yang di dalamnya mengandung lemak babi, tentu dengan adanya lemak babi ini membuat mentega putih menjadi haram dan roti yang dibuat dari mentega putih ini pun berstatus haram (Aggraini, 2022).

Dalam hal ini, masyarakat membuat makanan halal tentunya yang mudah diterima oleh konsumen tentang keamanan makanan serta gaya hidup sehat seperti yang diterapkan saat ini oleh umat Muslim. Kesadaran mereka bukan hanya terkait bahwa suatu produk makanan adalah halal, akan tetapi mereka juga memiliki kesadaran dan rasa keingintahuan yang mendalam terkait status halal yang dihasilkan oleh produk meliputi semua kegiatan yang dilakukan hingga tercipta produk yang benar-benar halal.

b. Halal Pharmaceutical

Sebagai orang yang beriman, maka harus meyakini bahwasanya penyakit datangnya dari Allah Swt. dan pada hakikatnya yang menyembuhkan segala macam penyakit adalah Allah Swt. Tetapi manusia tetap harus melakukan pengobatan sebagai wujud ikhtiar dalam mencari kesembuhan, namun yang perlu diperhatikan dalam memilih pengobatan, apakah pengobatan yang dilakukan termasuk

pengobatan yang halal atau haram. Hal ini pun sesuai dengan sabda

Rasul:

“Allah Swt. telah menurunkan penyakit beserta obatnya, dan menjadikan obat bagi setiap penyakit, oleh karena itu, berobatlah, dan janganlah berobat dengan benda yang haram” (HR.Abu Daud).

Terdapat titik kritis kehalalan dalam obat, yakni pada bahan dasar pembuatan obat, seperti placenta manusia yang digunakan untuk pengobatan luka bakar, kanker. Selain itu terdapat obat yang menggunakan bahan dari hewan yang haram seperti dalam pembuatan kapsul memanfaatkan gelatin yang berasal dari hewan babi. Tentu hal ini meresahkan umat muslim. Meskipun Islam memberikan keringanan (rukhsah) dalam menggunakan obat-obatan yang berbahan dasar haram dikarenakan belum adanya obat yang halal, namun keringanan ini tidak bisa digunakan terus menerus. Oleh karena itu perlu adanya ikhtiar penemuan obat-obatan yang berasal dari bahan yang halal (Setiawan, 2021).

Dalam hal ini, halal obat-obatan juga menjadi penting dalam kajian halal *lifestyle* dikarenakan banyak obat-obatan yang saat ini berasal dari hewan-hewan yang dilarang dalam Islam, seperti hanya babi. Jika kita tidak mengetahui kandungan obat tersebut, maka juga tidak akan tau yang kita konsumsi haram atukah tidak. Maka dari itu, harus berhati-hati dalam memilih obatan-obatan saat ini, perlu diperhatikan juga label halalnya serta kandungannya.

c. Halal Cosmetic

Kosmetika adalah bahan atau campuran bahan yang digosokan, dituangkan, dilekatkan, disemprotkan, dimasukkan, dipergunakan pada tubuh manusia yang bertujuan untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik, serta mengubah rupa dan kosmetika ini tidak dikategorikan sebagai obat. Adapun zat yang digunakan dalam kosmetika tidak boleh membahayakan tubuh manusia secara keseluruhan (Muchtaridi, 2017).

Sebagai umat muslim sudah seharusnya memperhatikan terkait kosmetik yang digunakan, hal ini dikarenakan kosmetik memiliki tingkat kehalalan. Terdapat dua hal yang menjadi titik kritis dalam kosmetik yang pertama dari bahan yang digunakan, apakah bahan dari kosmetik tersebut berasal dari bahan yang halal atau tidak. Misalnya, bahan kosmetik ada yang berasal dari tumbuhan dan ada juga yang berasal dari kolagen. Kolagen disini produk hewan yang berasal dari sapi, ikan, bahkan babi. Dari sinilah, sebagai umat Islam harus berhati-hati menggunakan produk komestik, karena ditengah banyaknya tawaran terkait kosmetik.

Cosmetic disini menjadi kewajiban kaum wanita, setara jika dikaitkan dengan fashion. Apalagi saat ini dengan banyaknya macam cosmetic, mulai dari merk wardah, emina, make over, moko-moko, rollover reaction, purbasari, by lizzie parra, mustika ratu, goban cosmetics, dan esqa cosmetics. Hal tersebut belum tentu cosmetic yang

dikenal oleh masyarakat luas mengandung bahan-bahan baik, kadang ada juga yang mengandung merkuri, dimana racun merkuri ini dapat menyebabkan wajah menjadi rusak. Sehingga dalam hal ini, kaum wanita seharusnya bisa waspada dengan banyaknya merk cosmetic yang kita jumpai di supermarket bahkan toko-toko makeup ataupun skincare. Jangan sampai tergiur dengan adanya iklan-iklan di TV, tiktok, bahkan media sosial lainnya.

d. Halal Travel

Halal travel adalah bentuk wisata dengan mengedepankan budaya-budaya dengan mementingkan nilai-nilai dan norma syariat Islam. Peredaran industri pariwisata yang masih dalam fase pengembangan, tentunya membutuhkan gagasan yang lebih mutakhir dan internalisasi pemahaman secara menyeluruh terhadap integrasi nilai-nilai Islam pada seluruh tahapan kegiatan pariwisata. Halal travel terus mengalami perkembangan dan menghadapi tantangan tren teknologi dan informasi (Aggraini, 2022).

Secara sederhana, halal travel dapat dikatakan sebagai konsep wisata yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam dari segala aspek baik makanan, minuman, penginapan serta objek wisata. Sesuai dengan namanya, halal travel dalam menjalankan peranannya tentunya mempunyai standar tersendiri yang tentunya memiliki perbedaan dengan standar wisata pada umumnya. Tujuan dari halal travel bukan semata-mata untuk mencari kesenangan jasmani saja.

Akan tetapi kebahagiaan segi spiritual juga diperlukan. Dengan adanya halal travel, maka kebahagiaan dari sisi spiritual akan tercapai. Selain itu juga dapat meningkatkan ekonomi melalui pemberdayaan potensi masyarakat (Reza, 2020).

Dalam hal ini, halal travel tidak hanya mencakup keberadaan tempat wisata ziarah saja, tetapi juga tempat umum yang sekiranya menjadi standart wisata. Tujuan dari Halal *Lifestyle* disini adalah untuk mencari kesenangan semata terutama jasmani dan rohani, tetapi juga meningkatkan dari segi perekonomian khususnya pada masyarakat kampung sekitar wisata.

e. Halal Financial

Halal financial adalah hal terpenting dalam halal *lifestyle*, karena dalam kehidupan manusia tidak akan lepas dari namanya kegiatan muamalah. Kegiatan muamalah disini menjadi kegiatan ekonomi yang berpedoman pada syariat Islam. Oleh sebab itu, sebagai seorang muslim yang dirahmati Allah sebaiknya menjalankan aktivitas dengan berpedoman terhadap Al-Qur'an dan Sunnah Nabi, serta Ijma' para Ulama (Nurul Zaidah, Muhtar Solihin, 2019).

Dari sinilah, lembaga keuangan yang diterapkan di Indonesia memang bermacam-macam, mulai dari lembaga keuangan bank, dan lembaga keuangan non bank. Perbedaan dua lembaga keuangan tersebut terletak pada penerapannya, jika lembaga keuangan syariah lebih menitikberatkan pada fatwa-fatwa dari Dewan Syariah Nasional

yang berdasarkan syariat Islam, misalnya diharamkannya riba. Sedangkan jika lembaga keuangan konvensional dilakukan secara pribadi, tidak berpedoman kepada siapapun, serta bebas dari agama.

f. Halal Media

Saat ini media sudah menjadi bagian dari hidup manusia serta menjadi sumber-sumber informasi bagi masyarakat. Namun banyak permasalahan-permasalahan negative yang timbul, seperti hoax, hate speech, bahkan tak jarang terdapat konten berbau zina. Tentu ini meresahkan karena media menjadi salah satu unsur penting dalam menjalankan Halal *Lifestyle*.

Agama Islam memandang media merupakan perkara yang dibolehkan, selama media tersebut tidak mengandung konten-konten yang bersifat negative. Diperbolehkan menggunakan media disaat sebagai sarana untuk menambah keimanan serta ketaqwaan kepada Allah SWT dengan demikian media halal menjadi penting, di mana media halal memberikan konten-konten yang berdasarkan nilai-nilai Islam. Konten tersebut pun dapat memberikan kebermanfaatan bagi penikmatnya dengan mengutamakan konten yang positif serta bermoral. Dalam hal ini, umat Islam harus lebih berhati-hati dalam memilih sumber media yang baik agar tidak terjerumus pada perbuatan yang tidak diperkenankan dalam agama Islam, sehingga dapat menambah dosa. Akan tetapi, mendapatkan pahala dihadapan Allah SWT (Rasyid, 2017).

Dalam pembahasan media halal ini, seharusnya Pemerintah Indonesia juga dapat menyajikan konten-konten yang berbau positif di dalam industri media dan hiburan. Hal ini termasuk salah satu upaya untuk meningkatkan penanaman nilai moral bagi masyarakat. Di sisi lain, kita juga harus selektif yang mewajibkan mengkonsumsi media dan hiburan yang terdapat di berbagai tempat. Jangan sampai media dan hiburan tersebut menjadi satu-satunya tujuan hidup kita sehingga melupakan Allah SWT. Justru sebaliknya, media dan hiburan harus membuat kita semakin dekat dengan Allah SWT. Maka dari itu, sebaiknya kita sebagai umat muslim juga memberikan perhatian lebih untuk mengkonsumsi media dan hiburan halal agar kita dapat menjalani Halal *Lifestyle* dengan baik, sehingga hidup yang kita jalani mengalami keberkahan yang berlimpah.

g. Halal Fashion

Fashion merupakan ragam bentuk atau gaya terbaru dalam pakaian umum dan muslim yang terjadi pada waktu tertentu dan diikuti oleh mayoritas orang. Pakaian atau busana berarti sesuatu yang dapat dipakai mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki, yang mencakup seluruh benda yang melekat atau menutupi tubuh hingga benda yang berfungsi sebagai hiasan (Rizkyana et al., 2022).

Ketentuan-ketentuan dalam Islam terutama dalam berpakaian adalah sebagai berikut (Hasan & Hamdi, 2022) :

- 1) Larangan bagi laki-laki untuk menggunakan emas dan sutera (Purnama, 2018).

Maksud dari larangan tersebut adalah aturan khusus bagi laki-laki untuk dilarang memakai emas dan sutera. Dikarenakan bahwa laki-laki tidak diperkenankan berhias, yang berhak berhias adalah pihak perempuan.

Ada ulama yang menyatakan bahwa hadis ini ditujukan hanya untuk laki-laki dengan dasar hadis:

أَخْبَرَنَا عَلِيُّ بْنُ الْحُسَيْنِ الدِّرْهَمِيُّ، قَالَ: حَدَّثَنَا عَبْدُ الْأَعْلَى، عَنْ سَعِيدٍ، عَنْ أَيُّوبَ، عَنْ نَافِعٍ، عَنْ سَعِيدِ بْنِ أَبِي هِنْدٍ، عَنْ أَبِي مُوسَى، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «أَحِلَّ الذَّهَبُ وَالْحَرِيرُ لِإِنَاثِ أُمَّتِي، وَحُرِّمَ عَلَى ذُكُورِهَا»

“Mengabarkan kepada kami Ali bin al-Husain al-Dirhamiyyi, berkata: ‘Menceritakan kepada kami Abd al-A’la, dari Said, dari Ayyub, dari Nafi’, dari Said ibn Abi Hindin, dari Abi Musa, sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: ‘Dihalalkan emas dan sutera bagi perempuan-perempuan umatku, dan diharamkan atas laki-laki kedua hal tersebut.’”

Dari hadis di atas dapat disimpulkan dengan jelas sekali bahwa emas dan sutera haram bagi laki-laki dan halal bagi perempuan. Pengkhususan hukum haram memakai sutera pada laki-laki ini berdasar pada hakikat bahwa laki-laki tidak seharusnya berhias, yang memiliki hakikat berhias adalah perempuan. Selain itu emas juga dilarang karena bukan saja tidak cocok bila digunakan oleh laki-laki namun ternyata emas juga mengandung molekul-molekul yang bisa menembus pori-pori kulit dan larut terbawa aliran darah. Molekul tersebut jika dibiarkan terus-menerus dapat

tertimbun dalam tubuh yang menyebabkan penyakit kelamin pada laki-laki. Itulah mengapa sebabnya perempuan boleh menggunakan pakaian sutera dan perhiasan yang terbuat dari emas sedang laki-laki tidak.

Persoalan larangan memakai sutera atas laki-laki tidak berhenti sampai disini. Pengharaman sutera bagi laki-laki dianggap tidak mutlak. Artinya ada keadaan tertentu yang membolehkan laki-laki memakai sutera. Misalnya apabila sutera tersebut bukan berupa sutera murni (terbuat dari ulat asli, bukan sintesis). Hal tersebut diperkuat dengan dalil berikut:

فَإِنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ لُبُوسِ الْحَرِيرِ، قَالَ: إِلَّا هَكَذَا،
وَرَفَعَ لَنَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إصْبَعَيْهِ الْوُسْطَى وَالسَّبَابَةَ وَضَمَّهُمَا

“Sesungguhnya Rasulullah SAW melarang pakaian sutera, lalu beliau berkata kecuali seperti ini, Rasul mengangkat kepada kami dua jarinya, jari tengah, dan telunjuk dengan merapatkan keduanya.” (Hadits diriwayatkan oleh Muslim).

حَدَّثَنَا ابْنُ نُفَيْلٍ، حَدَّثَنَا زُهَيْرٌ، حَدَّثَنَا حُصَيْنٌ، عَنْ عِكْرِمَةَ، عَنْ ابْنِ
عَبَّاسٍ، قَالَ: إِذَا «نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الثَّوْبِ الْمُضْمَمِ
مِنَ الْحَرِيرِ، فَأَمَّا الْعَلَمُ مِنَ الْحَرِيرِ، وَسَدَى الثَّوْبِ فَلَا بَأْسَ بِهِ

“Menceritakan kepada kami Ibn Nufail, menceritakan kepada kami Zuhair, menceritakan kepada kami Khushaif, dari Ikrimah, dari Ibn Abbas, berkata: sesungguhnya Rasulullah hanya melarang pakaian sutera murni (tanpa campuran), jadi apabila bendera dari emas, dan benang-benang sutera yang membujur maka tidak apa-apa (memakainya).” (Hadits diriwayatkan oleh Abu Daud).

Dari kedua hadis di atas dapat disimpulkan bahwa pengharaman sutera bagi laki-laki tidak bersifat mutlak. Artinya

laki-laki boleh menggunakan sutera apabila bukan berupa sutera murni dan kadar suteranya jauh lebih sedikit dibanding campurannya. Pendapat ulama menambahkan jika kadar suteranya lebih banyak dibanding campurannya maka hukumnya tetap haram.

Selain itu, pemakaian sutera bagi laki-laki juga berbeda pendapat. Ada yang pemakaian sutera bagi laki-laki dianggap sebagai penyembuh dari segala penyakit. Jika ini dilakukan sama halnya dengan darurat karena masalah. Pendapat ini didasarkan pada sebuah hadits Nabi yang mengatakan: “Sesungguhnya Allah tidak menjadikan kesembuhanmu dengan sesuatu yang Ia haramkan atas kamu.” Sementara ada juga yang menganggap bahwa penggunaan sutera bagi laki-laki bukan berasal dari sutera yang terbuat dari bahan sintesis. Karena sampai saat ini kebanyakan sutera berasal dari bahan sintesis (Rizaldi Erdin Prawira, Muhamad Yoga Firdaus, Adnan, 2022).

Dalam hal ini, hukum memakai emas dan sutera bagi laki-laki memang tidak diperbolehkan sesuai syariat. Kecuali pada hal tertentu, misalnya tidak terbuat dari bahan sintesis.

2) Tidak transparan dan tidak membentuk lekuk badan

Pakaian yang baik adalah pakaian yang tidak transparan dan menutupi lekuk badan. Pakaian yang tidak transparan adalah pakaian yang tidak tembus pandang atau pakaian yang tidak terbuat

dari renda, jala, atau kain tipis yang memungkinkan tubuh atau pakaian dalam pemakainya terlihat melalui kainnya.

Fenomena perempuan saat ini sudah mulai banyak yang harus diperbaiki, mulai dari cara berpakaian, berjilbab, dan sebagainya. Mereka muslimah yang menutupi rambut dan dadanya, akan tetapi mereka masih memakai pakaian ketat. Adapula yang memakai kerudung tetapi tidak menggunakan ciput. Tragisnya, masih banyak fenomena-fenomena serupa yang masih dilakukan oleh masyarakat Muslim saat ini (Alawiyah et al., 2020).

Dengan mengetahui fenomena seperti ini, alangkah baiknya wanita muslimah jika sudah mencapai akal baligh (dewasa) selayaknya menutup aurat dengan baik. Apalagi jika berpapasan dengan lawan jenis (laki-laki) karena pakaian yang tidak sesuai dengan syariat. Maka hal itu, dikatakan dosa karena melanggar perintah Allah SWT. Yang mana tertera pada QS. Al-Ahzab ayat 59.

3) Tidak menyerupai pakaian laki-laki bagi perempuan dan begitu pula sebaliknya

Maksudnya pakaian yang khusus untuk lelaki tidak boleh dipakai oleh wanita. begitu juga sebaliknya. Rasulullah Saw mengingatkan hal ini dengan tegas dalam sabdanya : "Allah mengutuk wanita yang meniru pakaian dan sikap lelaki, dan lelaki yang meniru pakaian dan sikap perempuan." (HR. Bukhari dan

Muslim). Dalam hadits lain Baginda Nabi SAW juga bersabda :
"Allah melaknat lelaki berpakaian wanita dan wanita berpakaian lelaki." (HR. Abu Daud dan Al-Hakim).

4) Tidak menyerupai pakaian orang kafir (Ardianoor,
2023)

Syariat Islam telah menetapkan bahwa kaum muslimin (laki-laki maupun perempuan) tidak boleh bertasyabuh (menyerupai) kepada orang-orang kafir, baik dalam ibadah, ikut merayakan hari raya, dan berpakaian khas mereka. Dalilnya adalah firman Allah surat Al-Hadid:16, yang berbunyi: "Belumkah datang waktunya bagi orang-orang yang beriman, untuk tunduk hati mereka mengingat Allah dan kepada kebenaran yang telah turun (kepada mereka) dan janganlah mereka seperti orang-orang yang sebelumnya telah diturunkan Al-Kitab kepadanya, kemudian berlalulah masa yang panjang atas mereka lalu hati mereka menjadi keras. Dan kebanyakan di antara mereka adalah orang-orang yang fasik." Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah berkata dalam Al-Iqtidha hal. 43: Firman Allah "Janganlah mereka seperti..." merupakan larangan mutlak dari tindakan menyerupai mereka, di samping merupakan larangan khusus dari tindakan menyerupai mereka dalam hal membatunya hati akibat kemaksiatan. Ibnu Katsir ketika menafsirkan ayat ini (IV/310) berkata: "Karena itu Allah melarang orang-orang beriman menyerupai mereka dalam

perkara-perkara pokok maupun cabang. Allah berfirman dalam surat Al-Mujadalah ayat 22 bahwa tidak ada seorang mumin yang mencintai orang-orang kafir. Barangsiapa yang mencintai orang-orang kafir, maka ia bukan orang mumin, sedangkan tindakan menyerupakan diri secara lahiriah merupakan hal yang dicurigai sebagai wujud kecintaan, oleh karena itu diharamkan.

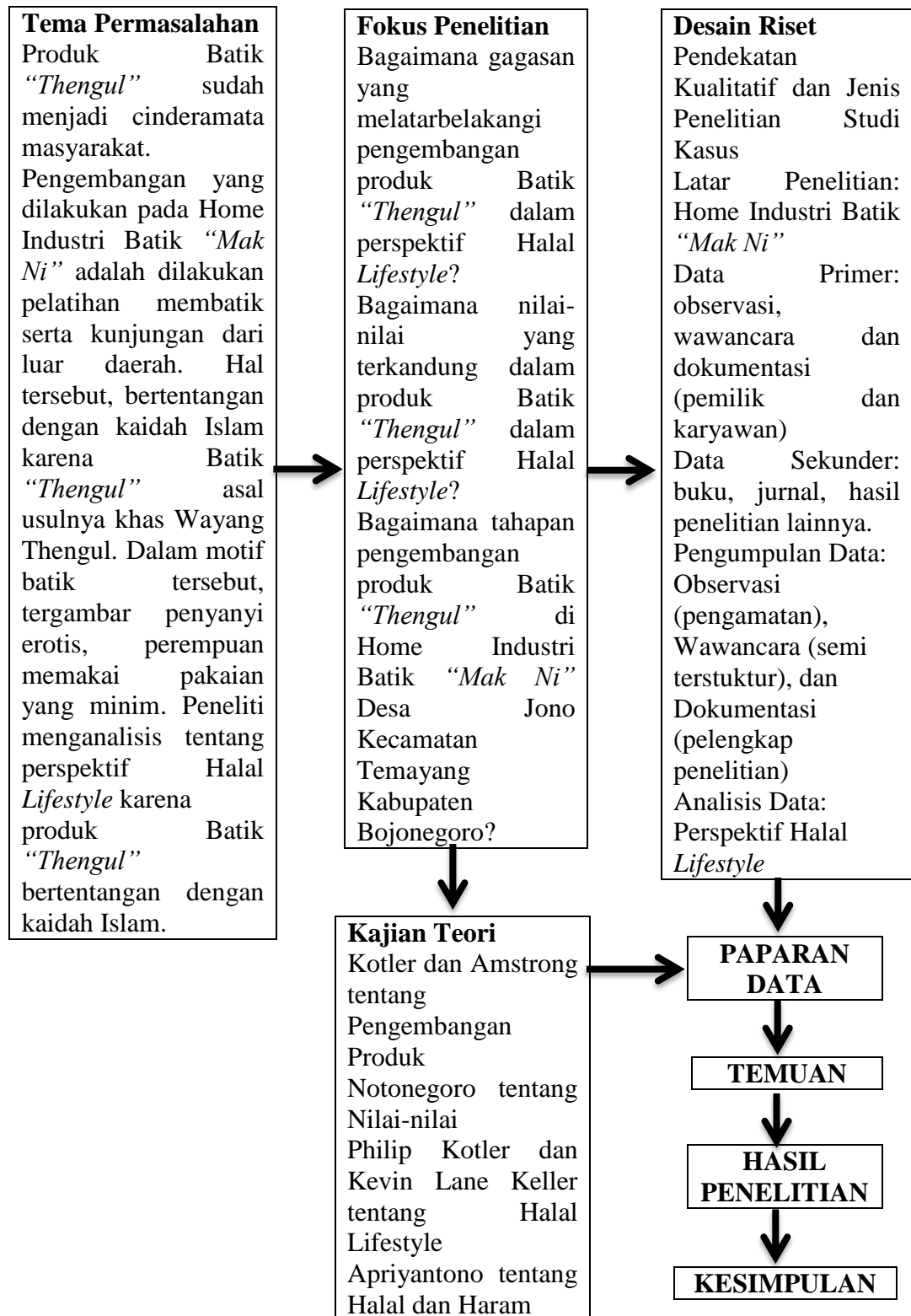
5) Pakaian tersebut tidak berbentuk pakaian *syuhrah*

(Sensasi) (Murtopo, 2017).

Berdasarkan hadits Ibnu Umar yang berkata: "Rasulullah bersabda: 'Barang siapa mengenakan pakaian (libas) syuhrah di dunia, niscaya Allah mengenakan pakaian kehinaan kepadanya pada hari kiamat, kemudian membakarnya dengan api neraka.'" Libas Syuhrah adalah setiap pakaian yang dipakai dengan tujuan untuk meraih popularitas di tengah-tengah orang banyak, baik pakaian tersebut mahal, yang dipakai oleh seseorang untuk berbangga dengan dunia dan perhiasannya, maupun pakaian yang bernilai rendah, yang dipakai oleh seseorang untuk menampakkan kezuhudannya dan dengan tujuan riya. Ibnul Atsir berkata: "Syuhrah artinya terlihatnya sesuatu. Maksud dari Libas Syuhrah adalah pakaiannya terkenal di kalangan orang-orang yang mengangkat pandangan nya mereka kepada nya. Ia berbangga terhadap orang lain dengan sikap angkuh dan sombong.

Saat ini, perkembangan halal fashion sudah tidak terbatas di hijab ataupun pakaian. Melainkan segala bentuk aksesoris mulai dari tas, sepatu yang dapat menjadi pendukung seorang muslim dalam berbusana. Semakin luasnya dunia fashion menimbulkan kekhawatiran terkait bahan baku yang digunakan untuk membuatnya, apakah halal atau haram, meskipun halal dalam fashion itu tidak serumit makanan dan kosmetik akan tetapi hal tersebut juga perlu dipertimbangkan untuk kenyamanan bersama. Mengingat hal tersebut perlu adanya sertifikasi halal untuk fashion untuk memastikan kehalalan produk tersebut sampai ke konsumen.

C. Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengidentifikasi isu-isu tentang analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dengan menggunakan pendekatan kualitatif, karena penelitian kualitatif lebih memberikan gambaran nyata tentang fenomena secara langsung. Kemudian, jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus. Dimana berbentuk penjelasan tentang masalah, kejadian, atau situasi tertentu, kemudian peneliti mencari alternatif pemecahannya yang digunakan untuk mengembangkan berpikir kritis dan menemukan solusi baru dari suatu topik yang dipecahkan (Creswell, 2009).

Hingga saat ini produk Batik “*Thengul*” sangat dikenal dan menjadi cinderamata masyarakat Bojonegoro. Dalam hal itu, peneliti berfokus pada pengembangan produk Batik “*Thengul*” yang sangat disukai masyarakat Bojonegoro. Tetapi pada kalangan kyai atau ulama, dan beberapa masyarakat menganggap bahwa produk Batik “*Thengul*” ini bertentangan dengan kaidah Islam karena menyerupai makhluk hidup.

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, kehadiran peneliti sangat penting karena bertindak sebagai instrument sekaligus pengumpul data. Sebagai instrument, kehadiran dan keterlibatan peneliti dalam penelitian merupakan suatu

keharusan agar data yang diperoleh dapat maksimal. Peneliti bertindak sebagai instrument utama dengan menggunakan tambahan instrument pendukung yaitu pedoman wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Peneliti merupakan perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis, dan membuat kesimpulan. Peneliti juga melakukan pengamatan dan mengumpulkan data yang dibutuhkan serta berperan dari awal hingga akhir penelitian (Nursanjaya et al., 2021).

C. Latar Penelitian

Latar penelitian ini di Home Industri Batik tepatnya di Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro. Peneliti tertarik mengambil lokasi penelitian tersebut, karena jumlah penghasilan Batik "*Thengul*" pada home industri tersebut selalu mengalami peningkatan, antara lain penghasilan kotor berkisar antara 50.000.000-60.000.000 perbulannya. Sedangkan penghasilan bersih sekitar 8.000.000-10.000.000 perbulannya.

Selain itu, pada home industri juga sering menjadi tempat pelatihan dan pembelajaran siswa-siswi sekolah untuk belajar membatik, serta dijadikan pelatihan atau kunjungan pada home industri batik tersebut. Sedangkan peneliti tertarik mengambil produk Batik "*Thengul*" adalah karena batik tersebut telah menjadi batik yang paling disukai masyarakat Bojonegoro dan dijadikan sebagai cinderamata.

D. Data dan Sumber Data Penelitian

Bagian terpenting dari sebuah penelitian yaitu sumber data. Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, antara lain:

1. Data Primer, yaitu sumber data fisik yang diperoleh dari lapangan atau sumber asli tanpa melalui seorang perantara, yang kemudian diolah dalam bentuk tulisan. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu: (1) metode observasi, (2) metode wawancara, dan (3) metode dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh hasil dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap informan tentang analisis pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle* (Creswell, 2009).

Tabel 5
Nama-nama yang dijadikan sebagai Informan

No	Nama	Alamat	Jabatan	Alasan
1	Paini	RT. 10, RW. 02 Jono Kecamatan Temayang	Pemilik	Sumber utama
2	Painten	RT. 10, RW. 02 Jono Kecamatan Temayang	Karyawan	Karyawan senior
3	Sudartik	RT. 08, RW. 02 Jono Kecamatan Temayang	Karyawan	Karyawan senior
4	Biwi Lestari	RT. 08, RW. 02 Jono Kecamatan Temayang	Karyawan	Karyawan senior
5	Yumaryono	RT.08, RW. 02 Jono Kecamatan Temayang	Karyawan	Karyawan senior
6	KH. Ghufron	RT. 06, RW. 02 Jono Kecamatan Temayang	Kyai	Tokoh masyarakat
7	Anna Muawannah	Tuban (rumah singgah di Bojonegoro)	Bupati	Pencestus
8	Billi	India	Tourism	Konsumen

Sumber: Diolah peneliti 2023

2. Data Sekunder, yaitu sumber data kedua setelah data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung seperti dokumen-dokumen resmi, buku-buku, dan hasil penelitian lainnya. Dalam hal ini, peneliti memperoleh data penelitian tentang analisis

pengembangan produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle* (Creswell, 2009).

E. Pengumpulan Data

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, maka data yang digunakan peneliti harus menggunakan metode pengumpulan agar tujuannya lebih obyektif. Adapun rinciannya, sebagai berikut:

1. Observasi

Pengertian observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran (Creswell, 2009).

Tabel 6
Tabel Observasi

No	Fokus Penelitian	Data yang Diperlukan	Fenomena
1	Bagaimana gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> ?	Data tentang gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ”.	Hasil yang telah dikemukakan oleh pemilik home industri bahwasanya terdapat beberapa gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” hingga terkenal sampai saat ini.
2	Bagaimana nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> ?	Data tentang nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “ <i>Thengul</i> ”.	Hasil yang telah dikemukakan oleh pemilik home industri dan masyarakat serta pelaku ekonomi bahwasanya terdapat beberapa nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “ <i>Thengul</i> ”.
3	Bagaimana tahapan pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” di	Data tentang tahapan pengembangan produk Batik	Hasil yang telah dikemukakan oleh pemilik home industri bahwasanya terdapat alur

Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro?	“Thengul”.	atau model pengembangan produk Batik “Thengul”.
---	------------	---

Sumber: Diolah peneliti 2023

2. Wawancara

Pengertian wawancara adalah proses memperoleh keterangan antara dua orang atau lebih untuk memperoleh hasil atau keterangan yang benar dan asli. Adapun wawancara terbagi menjadi 3 (tiga) bentuk, yakni: Wawancara terstruktur adalah wawancara yang menggunakan instrument penelitian, berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang pelaksanaannya dilakukan lebih bebas daripada wawancara terstruktur. Wawancara tak berstruktur adalah wawancara bebas dimana tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap (Creswell, 2009).

Pada penelitian ini, bentuk wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang dilakukan secara bebas sehingga dapat menggali informasi yang lebih dalam. Wawancara ini kerap memunculkan pertanyaan baru dari jawaban para informan untuk mengetahui analisis pengembangan produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle.

Tabel 7
Tabel Wawancara

No	Fokus Penelitian	Data yang Diperlukan	Informan	Metode Wawancara
1	Bagaimana gagasan yang	Data mengenai gagasan yang	Pemilik home	Wawancara semi

	melatarbelakangi pengembangan produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle?	melatarbelakangi pengembangan produk Batik “Thengul”.	industri	terstruktur
2	Bagaimana nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle?	Data mengenai nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “Thengul”.	Pemilik home industri, Karyawan, dan Konsumen, Kyai, dan Pencetus	Wawancara semi terstruktur
3	Bagaimana tahapan pengembangan produk Batik “Thengul” di Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro?	Data tentang tahapan pengembangan produk Batik “Thengul”.	Pemilik home industri, Karyawan home industri	Wawancara semi terstruktur

Sumber: Diolah peneliti 2023

3. Dokumentasi

Pengertian dokumentasi adalah sebuah pelengkap untuk memperoleh data yang berbentuk, tulisan, gambar, bahkan dokumen yang berbentuk gambar atau foto bersama informan-informan antara lain pemilik home industri beserta karyawan, serta konsumen Batik “Thengul”. Tujuan dari dokumentasi ini adalah sebuah pernyataan yang mendukung bahwa telah melakukan penelitian di Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro (Creswell, 2009).

Tabel 8
Tabel Dokumentasi

No	Fokus Penelitian	Jenis Dokumen
1	Bagaimana gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> ?	Dokumen gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ”.
2	Bagaimana nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “ <i>Thengul</i> ” dalam perspektif Halal <i>Lifestyle</i> ?	Dokumen nilai-nilai yang terdapat pada produk Batik “ <i>Thengul</i> ”.
3	Bagaimana tahapan pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” di Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro?	Dokumen tahapan pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” di Home Industri Batik “ <i>Mak Ni</i> ” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.

Sumber: Diolah peneliti 2023

F. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan analisis data adalah proses sistematis melacak dan mengatur catatan lapangan yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan sumber lain untuk memungkinkan peneliti melaporkan temuan mereka. Analisis data melibatkan kegiatan pelacakan, pengorganisasian, penyelesaian, dan sintesis, pencarian pola, dan penentuan bagian mana yang akan dilaporkan tergantung pada fokus penelitian. Analisis data dilakukan secara terus menerus, terus menerus, dan berulang-ulang. Analisis data dilakukan selama proses pengumpulan dan setelah seluruh data terkumpul. Sejalan dengan pengumpulan data, analisis (interpretasi) dilakukan dengan tujuan memperjelas fokus pengamatan dan pendalaman masalah terkait. Analisis data selama proses akuisisi data sangat penting bagi peneliti

untuk melakukan pengamatan yang fokus pada masalah yang diteliti (Pahleviannur et al., 2022).

Perlu untuk mencoba memahami data dalam bentuk teks atau gambar selama proses analisis data. Oleh karena itu, perlu menyiapkan data untuk dianalisis, melakukan berbagai analisis, meningkatkan tingkat pemahaman seseorang terhadap data, menyajikan data, dan memberikan interpretasi data yang lebih komprehensif. Berikut pemaparan langkah-langkah analisis data pada penelitian studi kasus sebagai berikut (Sugiyono, 2018).

Tabel 9
Teknik Analisis Data

No	Tahapan
1	Mengumpulkan Data : Pengamatan, Wawancara, dan Dokumen
2	Mengorganisasikan Data
3	Membaca dan Membuat Memo
4	Mendeskripsikan Kasus dan Konteksnya
5	Mengklarifikasikan Data menjadi Kode dan Tema dengan menggunakan Agregasi Kategorikal
6	Menafsirkan Data
7	Menyajikan dan Menvisualisasikan Data

Sumber: Creswell, 2015

Peneliti mengumpulkan informasi melalui observasi, pertemuan dan studi laporan, kemudian menggabungkan informasi tersebut ke dalam kata-kata, kalimat atau cerita lengkap untuk penyelidikan. Kemudian, peneliti tersebut membaca seluruh teks beberapa kali dan mencoba mencari tahu hasilnya secara keseluruhan. Peneliti juga membuat catatan tambahan sebagai ungkapan singkat, pemikiran, atau gagasan penting yang muncul dalam pikiran. Peneliti membuat kategori awal setelah meninjau semua catatan lapangan, dimulai dengan pengamatan, transkrip wawancara, dan studi dokumen. Masing-masing kategori ini didukung oleh bukti yang

dikumpulkan oleh para peneliti. Langkah selanjutnya adalah memberikan deskripsi dan pengembangan tema atau dimensi secara rinci, serta interpretasi berdasarkan perspektif peneliti dan perspektif yang ada dalam literatur. Pengkodean adalah proses pengorganisasian data teks ke dalam kategori informasi yang lebih kecil sehingga tidak semuanya digunakan. Memanfaatkan agregasi kategoris (pengelompokan ke dalam beberapa kategori). Peneliti kemudian akan mencoba memecah kategori tersebut menjadi tema-tema yang akan digunakan untuk menulis narasi peneliti di tahap akhir. Selain itu, peneliti memanfaatkan pemahaman langsung untuk mendorong hasil ini. Pada langkah terakhir, peneliti menyajikan dan memvisualisasikan data dengan menggunakan narasi untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang temuan penelitian.

Penyajian data ini adalah kumpulan beberapa informasi yang sudah disusun, dan memungkinkan pembaca mengambil kesimpulan serta tindakan. Dan data yang disajikan dalam penelitian ini yaitu berupa informasi secara langsung yang berdasarkan wawancara kepada informan penelitian, sehingga dari informasi tersebut dapat disimpulkan terkait analisis pengembangan produk Batik "*Thengul*" dalam perspektif Halal *Lifestyle*.

G. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data pada penelitian kualitatif sangat penting untuk dilakukan sebagai tolak ukur kebenaran atau kredibilitas data yang didapat. Untuk menguji kredibilitas data penelitian peneliti menggunakan teknis triangulasi. Teknik pengumpulan data triangulasi diartikan sebagai

teknik pengumpulan data yang bersifat penggabungan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Mandilika, 1982).

Jika peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Mandilika, 1982).

Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Adapun untuk mencapai itu maka di tempuh langkah sebagai berikut (Mandilika, 1982):

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikerjakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan oleh perusahaan
- d. Perbandingan keadaan dan perspektif seseorang berpendapat sebagai konsumen, karyawan, dan pemilik perusahaan
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Sejarah Desa Jono

Pada zaman dahulu, hiduplah seorang raja bernama Raja Wora-Wari. Sang raja memiliki wilayah kekuasaan yang sangat luas dibawah pemerintahan kerajaan Molowopati yang dipimpin oleh Raja Angling Darmo. Raja Wora-Wari merupakan raja yang patuh akan kebijakan Raja Angkling Darmo. Disamping itu, Raja Wora-Wari merupakan raja yang sangat dicintai rakyatnya. Hal tersebut karena kemampuannya membuat rakyatnya tentram, makmur, dan gemah ripah.

Pada masa kepemimpinan Raja Wora-Wari, datanglah seorang raja yang bengis bernama Raja Dongkol. Menurut legenda, Raja Dongkol memiliki paras buruk rupa dengan kaki yang cacat. Dengan sifat arogansinya, Raja Dongkol berusaha merebut kekuasaan Raja Wora-Wari. Tidak berhenti di situ, Raja Dongkol-pun menginginkan permaisuri Raja Wora-Wari. Segala upaya dilakukan oleh Raja Dongkol hingga berhasil menimbulkan peperangan. Dalam perang tersebut, Raja Wora-Wari akhirnya terbunuh.

Setelah peperangan, jatuhlah wilayah kekuasaan Raja Wora-Wari. Begitupula dengan sang permaisuri. Dengan sangat terpaksa, sang permaisuri harus menikah dengan Raja Dongkol. Peristiwa tersebut membuat sang permaisuri terpukul dan teramat sedih. Selain kehilangan

Raja Wora-Wari, sang istripun harus berjuang karena sedang mengandung anaknya dengan Raja Wora-Wari. Untuk itu, sebelum menikahi Raja Dongkol, sang permaisuri meminta Raja Dongkol untuk menerima anak yang dikandungnya. Tanpa berpikir panjang, Raja Dongkol menuruti perintah calon istrinya.

Tahun demi tahun berlalu, anak Raja Wora-Wari tumbuh menjadi seorang remaja yang gagah. Ia bernama Bondan Kejawan. Setelah mengetahui kebenaran tentang ayah kandungnya, ia berniat untuk membalaskan dendam ayahnya. Atas saran dari Raden Bagus Sujono, Bagus Alus, dan Demang yang merupakan bekas abdi dalem ayahnya, ia menyusun rencana balas dendam. Dengan rencana yang matang, Raja Dongkol berhasil terbunuh.

Seiring dengan berjalannya waktu, orang-orang yang berjasa menaklukan Raja Dongkol diberi penghargaan spesial oleh Pemerintahan Molowopati. Mereka diangkat menjadi patih Kerajaan Molowopati. Bagus Alus dan Demang menerima tawaran tersebut. Namun, tidak dengan Raden Bagus Sujono. Ia lebih memilih untuk hidup bersama rakyat menjadi orang biasa. Raden Sujono memilih untuk mengabdikan diri dengan menyebarkan kebaikan dan kebermanfaatan di sekitar tempat tinggalnya. Hingga akhir hayatnya, Raden Sujono tetap menjadi seseorang yang rendah hati. Karena jasa, keikhlasan, dan kerendahan hatinya yang teramat besar, nama Raden Sujono diabadikan menjadi nama desa. Sebuah desa

tersebut diberi nama **Jono** atau biasa disebut **N-Jono** oleh orang-orang Jawa.

2. Profil Desa Jono

Jono merupakan desa terluas di Kecamatan Temayang yang terletak di perbatasan antara Bojonegoro dan Nganjuk. Di sebelah utara, Jono berbatasan dengan Desa Buntalan. Sedangkan sebelah selatan berbatasan dengan Desa Bakulan, di barat berbatasan dengan Desa Ngoro Gunung dan sebelah timur dengan Desa Belun. Desa ini memiliki luas wilayah 1.021.848 Ha yang terbagi menjadi Dusun Krajan, Dusun Ngabar, Dusun Nguncaran dan Dusun Kajangan. Secara topografi, 80 persen dari wilayah Jono merupakan wilayah dataran dan 20 persen lainnya bergelombang. Dengan luas wilayahnya, Jono memiliki sumber daya alam yang melimpah seperti lahan tadah hujan seluas 220.770 Ha, lahan tegalan seluas 163.175 Ha, hutan yang belum terkontaminasi seluas 525.7 Ha, dan tambang Foos Fat seluas 84 Ha.

Di wilayah Jawa Timur, Jono terkenal akan potensi ternaknya. Hal ini dikarenakan adanya banyak kelompok ternak seperti Kedung Gondang, Embong, Purajaya dan Maeso Jenar. Jumlah seluruh ternak yang ada di desa ini sekitar 273 ekor. Karena potensi ternaknya, desa ini dikenal sebagai desa wisata. Sebagai desa wisata, Jono tentunya memiliki begitu banyak panorama alam yang dapat dinikmati sebagai lokasi wisata. Hamparan bukit, hutan dan sumber air memberi corak wisata yang bermacam-macam di setiap wilayahnya.

Terdapat dua sendang yang biasa dikunjungi masyarakat sekitar, yaitu Sendang Templek dan Sendang Giling wesi. Sebagai sendang, Templek dan Giling wesi memiliki air yang jernih sehingga sering digunakan sebagian masyarakat untuk mandi atau sekedar bermain air. Jono juga memiliki empat gua yang berada di wilayah hutan.

Selain sendang, desa ini memiliki 3 goa yang dapat dikunjungi, yaitu Goa Dandang, Goa Ubusan, dan Goa Lanang. Letak ketiganya saling berdekatan dan berada pada satu jalur pendakian sehingga pengunjung dapat mengunjunginya ketiganya dalam satu waktu. Ketiga goa ini berada di dalam hutan sehingga memberikan pengalaman yang berbeda dan unik ketika berkunjung.

Desa Jono juga memiliki keanekaragaman seni dan budaya, serta adat dan tradisi. Salah satu kesenian khas Jono adalah Tayub, yaitu tarian tradisional yang biasa dimainkan pada waktu-waktu tertentu. Desa ini juga memiliki beberapa kelompok karawitan yang mengiringi tarian Tayub. Selain itu, Desa Jono juga memiliki 4 sanggar batik yang terletak di Dusun Kajangan, Dusun Nguncaran, dan dua kelompok di Dusun Krajan.

3. Profil Home Industri Batik “Mak Ni”

Berbekal pelatihan yang sering diikuti Ibu Paini yang biasa dipanggil “Mak Ni”, mampu mendirikan usaha Batik Jonegoroan yang diberi nama Home Industri Batik “Mak Ni” yang berdiri pada tahun 2009 dan bekerja sama dengan pemerintah setempat guna mempromosikan batik Khas Bojonegoro.

Disamping mengikuti beberapa pelatihan yang diadakan di Kabupaten Bojonegoro, Ibu Pains juga mengikuti pelatihan-pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bojonegoro. Dengan berdirinya Home Industri Batik "*Mak Ni*" dikatakan sudah melestarikan budaya Indonesia yaitu Batik Jonegoroan.

Berangkat dari pemikiran tersebut, Home Industri "*Mak Ni*" telah menjadi salah satu produsen batik terkenal dan menjadi tempat kerajinan membatik pilihan masyarakat. Kerajinan batik tersebut merupakan salah satu upaya Pemerintah Kabupaten Bojonegoro untuk mengangkat potensi yang ada di daerah Bojonegoro.

Home Industri Batik "*Mak Ni*" merupakan perusahaan kecil yang memproduksi batik asli Bojonegoro, salah satunya yang sampai saat ini dikenal dan menjadi cinderamata masyarakat adalah Batik "*Thengul*". Batik "*Thengul*" mempunyai motif yang unik yang membedakan dengan corak atau motif batik lainnya di Indonesia. Di Home Industri Batik "*Mak Ni*" juga menyediakan kain motif batik asli "*Thengul*" dan tersedia juga kain batik dengan bermacam-macam bahan kain dengan harga yang sesuai kualitas yang kami berikan, tetap terjangkau konsumen serta terjaga dari segi kualitasnya. Dari produsen selalu menjaga mutu dan kualitas kain batik dan selalu melakukan perhatian yang ketat terhadap barang yang di produksi oleh perusahaan.

4. Visi dan Misi Home Industri Batik “*Mak Ni*”

a. Visi Home Industri “*Mak Ni*”

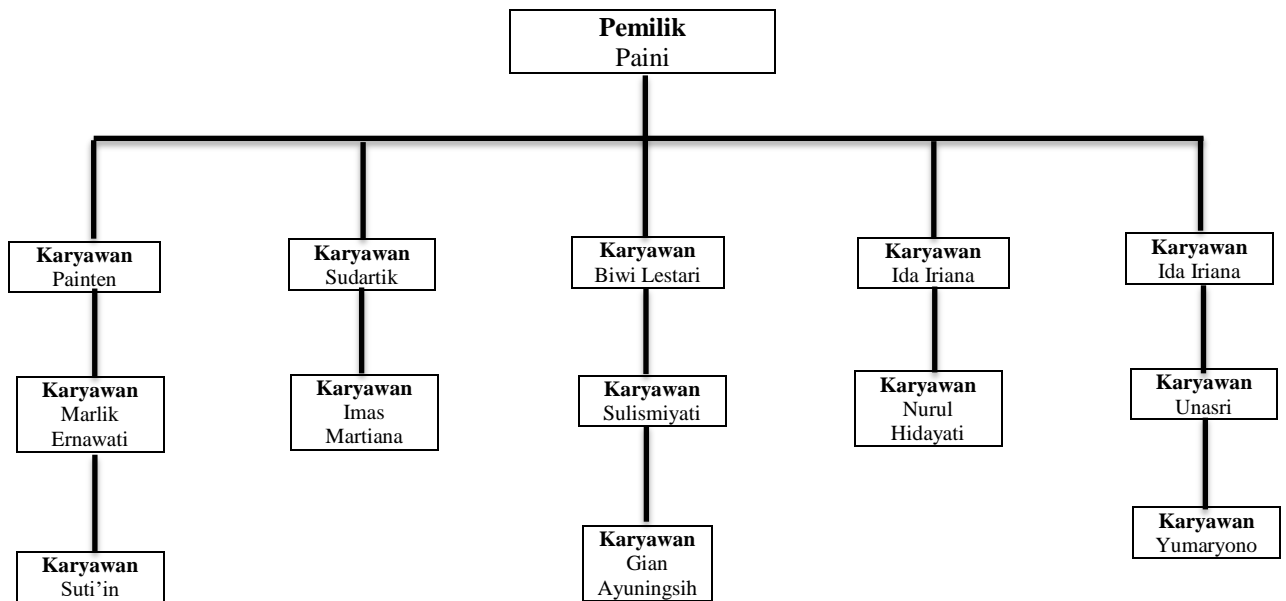
- 1) Masyarakat dan memperdayakan masyarakat sekitar untuk berkarya dan melestarikan budaya tradisional batik.
- 2) Menjadi perusahaan batik terbaik dengan mengutamakan kualitas dan profesionalitas.

b. Misi Home Industri “*Mak Ni*”

- 1) Memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan komitmen, kepercayaan, dan menunjukkan hasil sesuai harapan pelanggan.
- 2) Membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.
- 3) Profesionalitas dalam bekerja untuk memuaskan para pelanggan.
- 4) Produk-produk yang dihasilkan bermutu kualitas.

5. Struktur Organisasi Home Industri Batik “*Mak Ni*”

Struktur organisasi adalah salah satu unsur dalam manajemen yang mempunyai peranan penting sebagai suatu wadah kerjasama yang harmonis antara setiap anggota dalam organisasi yang menunjukkan suatu tugas dan tanggung jawab serta hubungan untuk memastikan bahwa tugas tersebut terlaksana dengan baik. Adapun struktur organisasi Home Industri Batik “*Mak Ni*” adalah:



Sumber: Diolah peneliti 2023

B. Paparan Data dan Hasil Penelitian

1. Gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle.

Berdasarkan teori yang digunakan terkait nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik, yaitu menggunakan teori Kotler dan Amstrong tahun 2008, dimana penciptaan ide atau gagasan dapat melalui pelanggan (dapat diperoleh dari hasil survei, kontak saran, atau diskusi-diskusi), ilmuwan (melalui riset, atau laboratorium), pemilik (para pemimpin perusahaan), dan pegawai (sebagai hasil penerapan gugus kendali mutu, semua pegawai boleh memberi saran untuk pengembangan produk). Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan adalah, mengungkapkan bahwa munculnya ide atau gagasan pengembangan produk Batik “Thengul” tercipta dari Bupati, pengrajin-pengrajin Batik

“Thengul” dan juga festival-festival Batik “Thengul” yang sering digelar di Kabupaten Bojonegoro. Berikut pemaparannya:

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Painsi selaku Pemilik Home Industri, yaitu:

“Awalnya karena daerah Bojonegoro dikenal dengan khas kesenian yaitu Wayang Thengul (wayang golek), lalu dikembangkan jadi motif thengul, pengembangan sebelum dan sesudah adanya rekor muri ada perbedaan mbak, salah satunya setelah ada rekor muri tu semua orang bojonegoro yang dipake motif thengul sampek tahun ini.” (Painsi, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Selain itu, Painsi juga memberikan hal sama terkait pengembangan produk Batik “Thengul”, yaitu:

“Menurut saya, pengembangan produk Batik “Thengul” ini dimulai karena munculnya ide dari Bupati Bojonegoro, dan juga pengrajin-pengrajin batik lainnya, karena saking banyaknya festival-festival batik thengul sehingga masyarakat menyukai corak thengul, makanya kain-kain yang digunakan juga beraneka ragam, tentu dari bermacam-macam kain yang digunakan dalam produk batik tersebut menyesuaikan keinginan dan kebutuhan masyarakat, sehingga dalam hal tersebut dinamakan pengembangan produk batik thengul.” (Painsi, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Selain itu, pendapat dari beberapa karyawan Home Industri, Biwi Lestari mengatakan bahwa:

“Munculnya batik thengul ini awal mula karena Bupati Anna mbak, dimana waktu itu saking banyaknya festival wayang thengul di Kabupaten Bojonegoro, jadinya adanya sumbangan beberapa pengrajin-pengrajin, makanya Bupati Anna mencetuskan bahwa thengul ini bisa dibuat corak pada batik.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Sudartik selaku karyawan Home Industri Batik juga mengungkapkan bahwasanya:

“Yang utama itu karena ada pergantian jabatan bupati mbak, jadi Bu Anna gak mau pake ide-ide yang dipake Pak Suyoto, jadinya

beliau munculkan ide terbaru tersebut. Selain itu, karena adanya masukan dari pengrajin dan juga festival-festival thengul yang sering digelar di Bojonegoro.”

Pendapat Paini, Biwi Lestari, dan Sudartik terkait pengembangan produk Batik “*Thengul*” berawal dari ide Bupati Bojonegoro periode 2018-2023 dan juga sumbang ide dari pengrajin-pengrajin lainnya, karena banyak masyarakat dari daerah Bojonegoro yang menyukai pertunjukan motif thengul, mulai dari kain yang digunakan untuk membatik hingga dalam pembuatan produk batik. Bahan-bahan yang digunakan juga menyesuaikan permintaan dari masyarakat (konsumen) sehingga hal tersebut dinamakan dengan pengembangan produk Batik “*Thengul*”. Sedangkan pemberlakuan pengembangan produk Batik “*Thengul*” adalah sebagai berikut:

“Untuk pemberlakuan pengembangan produk batik “Thengul”, kita disini mbak, bekerjasama dengan unit perdagangan yang ada di bojonegoro, kalau produk dari mak ni itu biasanya ditiptipkan di dinkop yang ada di jalan patimura depan smk 2 itu mbak, selain itu juga kios-kios batik bojonegoro, kan sekarang banyak mbak, apalagi model batik semi tulis ini hanya ada di home industri mak ni, jadi di home industri yang lain itu tidak ada.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Pendapat Paini terkait pemberlakuan pengembangan produk Batik “*Thengul*” adalah dengan melakukan kerjasama dengan penjual-penjual lainnya, bahkan perusahaan batik “*Mak Ni*” juga memasarkan produk-produk kain batik “*Thengul*” dan juga produk-produk yang sudah matang di Dinas Koperasi dan Perdagangan Bojonegoro. Produk-produk kain batik yang tersedia di Home Industri Batik “*Mak Ni*” adalah kain satin,

kain dolbi, kain sutra, kain primis, kain prima, dan kain santong. Menurut

Paini:

“Kita disini tergantung pesanan mbak, jadi kalo minta satin ya saya buatin, kalo minta kain biasa/ prima itu ya tak buatin, kalo kain satin itu lebih halus mbak, kain sutra lebih susah pembuatannya, harganya juga mahal, untuk kualitas antara kain satu dengan lain itu sama, bedanya di harga, yang terpenting disini tu batiknya mak ni nggak luntur.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal tersebut didukung dengan pendapat dari Biwi Lestari selaku karyawan Home Industri, yaitu:

“Untuk perbedaan antara kain satu dengan yang lainnya itu sama saja mbak, yang beda itu hanya harga jualnya, antara prima primis sama satin itu kan beda, semua pekerjaannya sama, cuma kadang beda kainnya beda proses, misale kaya gini kainnya kan sama, tapi prosesnya beda, ini (kain prima) harga murah, terus yang ini (kain primis) harga mahal, kalo harga mudah kan prosesnya lebih gampang, ini dasar kainnya putih, kalo cap ya langsung di cap, kalo yang primis (kain mahal) ini kan dibuat dasar dulu, jadi diwarna dulu, dicap, dicabut jadinya putih tulang gini, makane proses e kan bolak-bolak, jadi hargane mahal, kalo yang ini (prima) sekali proses kan jadi, kain putih, dicap diwarna biru, jadi, makane hargane ya murah.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Pendapat karyawan yang lain yaitu Painten mengungkapkan bahwa:

“Kain yang sering laku itu primis mbak, biasanya dipakek seragam sekolah, tapi kalo seragam kantoran itu orang-orang biasanya pesen yang prima.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Selain itu juga dikatakan oleh Sudartik sebagai karyawan:

“Kalo kain prima itu yang pesen biasanya guru-guru, pegawai-pegawai pemkab Bojonegoro gitu mbak, tapi kalo pejabat biasanya pesen yang harga 500.000 an, kaya ini mbak” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Dari ketiga informan tersebut bahwasanya tidak ada perbedaan antara kain satu dengan yang lainnya. Hanya saja perbedaan terletak pada

harga, misalnya kain sutra harganya 1.000.000 tetapi untuk sutra ini jarang sekali digunakan, karena dianggap terlalu mahal dan tidak boleh dipakai untuk beribadah, untuk primis sima dipatok dengan harga 150.000 biasanya dipakai untuk kalangan guru-guru, pegawai, dan setaranya, sedangkan untuk kain prima dengan harga 70.000 sampai dengan 90.000 biasanya dipake untuk batik sekolah. Tetapi yang biasa dipasarkan adalah kain batik primis sima, dikarenakan kain tersebut dari segi harga dan kualitas juga mendukung. Produk kain batik thengul tersebut juga sangat beraneka ragam, tergantung permintaan dari konsumen. Bahkan setelah adanya rekor muri permintaan konsumen tentang produk batik thengul juga bermacam-macam. Seperti yang diungkapkan oleh Paini, yaitu:

“Ya setelah batik thengul jadi rekor muri, persentase naik drastis, yang dulu hanya 30-40%, sekarang jadi 80-90% mbak, naiknya setengah sendiri mbak dari sebelum jadi rekor muri, rata-rata masyarakat Bojonegoro sudah menyukai corak batik thengul karena sudah banyak festival, dan di kios-kios juga banyak pedagang yang memamerkan produk-produknya batik thengul.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Pendapat Paini terkait persentase pengembangan produk Batik *“Thengul”* dikatakan naik drastis setelah menjadi rekor muri di Kabupaten Bojonegoro, peminat Batik *“Thengul”* melonjak tinggi dari 30-40% menjadi 80-90%. Selain banyaknya festival, pameran, bahkan expo Wayang Thengul dan Batik *“Thengul”*, juga keharusan memakai Batik *“Thengul”* khas Bojonegoro juga diberlakukan, khususnya kantor dibawah naungan pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Karena hal tersebut, tidak ada kendala atau hambatan yang terjadi saat pengembangan produk Batik

“Thengul”, seperti yang dikatakan oleh Paini selaku pemilik Home

Industri:

“Untuk pengembangannya, Alhamdulillah ndak ada kendala, malah terbantu banget, yang awalnya orang gak penasaran malah jadi penasaran mbak, ya Alhamdulillah membawa rejeki bagi home industri. Jadi setiap perajin punya khas thengul sendiri-sendiri mbak, biarpun di bojonegoro tu banyak perajin tapi thengulnya beda-beda mbak, jadi pengembangannya itu luar biasa thengul ini. Kalo punya mak ni itu pake thengul yang besar mbak, karena thengul besar corak terbaru tahun ini. Ada yang bentuk nari, ada yang bentuk joget, pokoknya beda-beda mbak modelnya.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Anna Muawannah selaku pencetus Batik “Thengul” dimana Beliau mengungkapkan ketika diselenggarakannya festival Batik Thengul, bahwa:

“Dicetuskannya motif berawal dari keberlangsungan pameran yang dilakukan besar-besaran di Bojonegoro, karena batik ini menjadi batik favorit masyarakat, dan sebagian besar para pegawai di lingkungan pemerintah juga menggunakan batik khas ini. Maka, saya tertarik mencetuskan produk-produk dengan motif Batik Thengul ini.” (Anna Muawannah, Wawancara, 23 Juli 2023).

Sama halnya yang diungkapkan oleh Billi (sebagai konsumen) bahwasanya:

“Batik Thengul ini memiliki corak yang estestic, dimana digambarkan seekor wayang thengul, yang termasuk kesenian khas daerah Jawa. Dan corak ini sangat disukai masyarakat, bahkan mereka yang dari luar.” (Billi, Wawancara, 5 Oktober 2023).

Terkait pengembangan produk Batik “Thengul”, tidak terjadi hambatan sekalipun, justru malah sangat terbantu dengan adanya kerjasama antara pengrajin satu dengan yang lain. Untuk corak-corak yang dihasilkan dari thengul ini bermacam-macam mulai dari gambar dan

bentuknya berbeda. Maka dari itu, proses pengembangan Batik “*Thengul*” di Kabupaten Bojonegoro ini dikatakan sangat luar biasa.

Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan, bahwasanya terdapat temuan tentang penciptaan ide atau gagasan sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong tahun 2008, berikut penjabarannya:

Tabel 10
Temuan Gagasan Pengembangan Produk

No	Temuan	Hasil Wawancara
1	Adanya gagasan dari Bupati Bojonegoro	Pengembangan produk Batik “ <i>Thengul</i> ” ini dimulai karena munculnya ide dari Bupati Bojonegoro periode 2018-2023. Dalam hal tersebut, adanya pergantian jabatan bupati, dari Bu Anna tidak mau menggunakan ide-ide yang dicetuskan Pak Suyoto.
2	Adanya sumbang ide dari pengrajin-pengrajin lainnya	Karena banyaknya festival-festival batik thengul di Kabupaten Bojonegoro sehingga masyarakat menyukai corak thengul, maka dari itu kain-kain yang digunakan juga beraneka ragam, tentu dari bermacam-macam kain yang digunakan dalam produk batik tersebut menyesuaikan keinginan dan kebutuhan masyarakat.
3	Adanya pelaksanaan Festival-festival Batik Thengul	Adanya sumbangan beberapa pengrajin-pengrajin, oleh karena itu Bupati Anna mencetuskan bahwa thengul ini bisa dibuat corak pada batik.

2. Nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah mengungkapkan bahwa nilai-nilai produk Batik “*Thengul*” adalah nilai sosial, nilai moral, nilai keindahan (nilai seni), nilai hedonic, dan nilai religius (nilai agama). Berikut pemaparannya:

Paini selaku pemilik Home Industri, mengungkapkan nilai pertama yang terdapat pada produk Batik *“Thengul”* adalah nilai sosial, berikut penjelasannya:

“Produk-produk batik thengul punya banyak nilai-nilai intrinsiknya mbak, pertama itu nilai sosial, karena pembuatan batik ini harus saling bekerjasama misalnya pencantingan, mlorot, dan lainnya, nilai gotong royong ini juga harus diutamakan dalam pembuatan batik, misalnya jika bahan malam yang dibuat pencantingan itu tidak ada, maka semua karyawan di home industri berusaha mencari agar bisa dibuat pelorotan batik terus kompak ini memang harus diterapkan ketika pembuatan batik thengul, jika tidak kompak nanti susah prosesnya mbak, dan ramah ini juga perlu dipake karena jika salah satu karyawan tidak bisa salah satu fase, maka bisa dikerjakan dengan karyawan lain.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Selain itu, Paini juga mengungkapkan bahwasanya:

*“Nilai-nilai sosial ini dicerminkan pada banyaknya masyarakat yang menggunakan pakaian Batik *“Thengul”* di Bojonegoro, apalagi pegawai-pegawai dibawah naungan pemerintah kabupaten Bojonegoro. “* (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Tak lupa pendapat dari Biwi Lestari selaku karyawan Home Industri, mengatakan:

“Nilai sosial dilihat dari sering dipakainya orang-orang yang berdinias, itu karena batik juga memiliki nilai jual tinggi, dan tingkat kebersamaannya juga tinggi, maka dari itu batik thengul ini bisa dikatakan memiliki nilai sosial yang tinggi.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Pendapat Paini terkait nilai-nilai yang terdapat produk Batik *“Thengul”* yaitu pertama nilai sosial, dikarenakan mulai dari banyaknya masyarakat yang bekerja di instansi menggunakan pakaian Batik *“Thengul”* dengan khasnya daerah Bojonegoro, selain itu juga pembuatan produk Batik harus mengutamakan prinsip kerjasama antara karyawan dengan pihak yang lain, bahkan dalam hal pengembangan.

Paini sebagai pemilik home industri, mengungkapkan bahwasanya dalam produk batik terdapat nilai moral, berikut penjabarannya:

“Selanjutnya terdapat nilai moral, misal disiplin, tanggung jawab, dan cinta tanah air. Kan batik thengul ini asal-usulnya dari wayang thengul mbak, nah wayang thengul tersebut termasuk salah satu kesenian daerah warga Bojonegoro. Jadi saking banyaknya festival, expo wayang thengul, dari pihak bupati menyarankan produksi batik dengan citra khas wayang thengul, makanya jadi batik thengul tersebut.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Sama halnya yang telah diungkapkan oleh Sudartik, salah satu karyawan Home Industri, bahwasanya:

“Nilai moral ini adalah nilai yang harus ada dalam Batik Thengul mbak, karena pada dasarnya batik tersebut berasal-usul dari wayang thengul, jadi kesenian khas daerah perlu dilestarikan dengan dibuat motif pada Batik.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Tak lupa juga ungkapan dari Yumaryono selaku karyawan laki-laki pada Home Industri, mengungkapkan bahwasanya:

“Nilai moral (nilai kebaikan), karena batik ini memiliki kaitan dengan perbuatan baik dan buruk yang menjadi dasar kehidupan manusia dan masyarakat. Misalnya dalam hal kedisiplinan, tanggung jawab, dan cinta tanah air.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Yang ketiga, mencerminkan nilai keindahan (nilai seni), dimana Paini memaparkan:

“Yang ketiga itu ada nilai dari segi keindahan mbak, kok bisa ada nilai keindahan darimana, dari yang awalnya wayang thengul seperti kayu, dan dalam wayang thengul tersebut seperti wajah penari yang eksotik, yang membuat pononton terhibur.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Nilai keindahan atau yang biasa disebut dengan nilai seni terlihat pada corak batik thengul yang sama seperti wayang thengul, dimana

terlihat seperti penari yang eksotik, eksotik disini artinya yang memiliki daya tarik khas, berpakaian yang minimum, menggunakan asesoris yang mencolok dan berlebihan. Tetapi menurut kyai tidak setuju dengan produk-produk yang dihasilkan Batik “*Thengul*”, apalagi produk sarung juga dihasilkan di Home Industri Batik “*Mak Ni*”. Seperti yang dikatakan oleh KH. Ghufron bahwasanya:

“Saya tidak menyukai kain-kain yang berbau thengul mbak, soalnya la wong thengul saja mirip orang, masak afdhol jika dipake orang-orang yang agamis, apalagi dipakainya dalam hal ibadah, misalnya songkok, baju lengan panjang, bahkan sarung. Kalo masyarakat lain suka ya tidak masalah mbak, karena memang sudah suka ya, tidak bisa dipaksakan, tapi saya pribadi menentang untuk motif thengul ini.” (Ghufron, Wawancara, 25 Oktober 2023).

Sama halnya seperti yang diungkapkan oleh Biwi Lestari, yaitu:

“Nilai tersebut diperoleh dari corak wayang thengul, dimana dipentaskan oleh penari banyak, dengan gerakan, ekspresi, serta kostum yang menyerupai wayang thengul.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Painten juga mengungkapkan hal yang sama, yaitu:

“Nilai keindahan batik thengul ini sama seperti wayang thengul mbak.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Selanjutnya nilai-nilai yang mencerminkan pada produk Batik “*Thengul*” adalah nilai hedonic, pemaparan dari Sudartik selaku karyawan Home Industri, mengatakan bahwa:

“Nilai-nilai hedonic itu ada karena banyaknya pameran-pameran thengul di bojonegoro mbak.”

Painten mengungkapkan hal sama:

“Selain pameran, setiap kali Bojonegoro menyelenggarakan acara pasti yang dibuat pembuka cara itu tari thengul mbak.”

Paini juga memaparkan terkait nilai hedonic, yaitu:

“Ya memang sekarang thengul lagi buming-bumingnya mbak, jadi masyarakat sangat menyukainya.”

Nilai-nilai yang terakhir adalah nilai spiritualitas atau nilai keagamaan, dimana dijelaskan Paini bahwasanya:

“Nilai yang terakhir itu nilai agama, biasanya dipake ketika ada acara pertunjukan wayang thengul, maka sebelum dan sesudah acara harus ada doa bersama sesuai keyakinan masing-masing.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Selain itu pemaparan dari karyawan lain yaitu Sudartik, menjelaskan bahwa:

“Namanya batik thengul ini asal usulnya dari wayang thengul ya mbak, meskipun wayang thengul ini tidak disukai oleh para kyai, tapi dalam acara wayang thengul juga terdapat pembacaan doa bersama yang di pimpin oleh sesepuh.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Sama halnya ungkapan dari Yumaryono selaku karyawan Home Industri, bahwasanya:

“Saya pernah mengikuti acara wayang thengul mbak, waktu itu digelar di alun-alun Bojonegoro, acara tersebut juga sesuai syariat Islam, tidak melanggar yang dilarang dalam Islam.”

Pendapat Paini terkait nilai agama adalah nilai yang dilakukan dan sudah dianut oleh masyarakat Jawa yang lalu, sehingga nilai-nilai ini dapat dilihat dari cerita-cerita yang mengangkat tema keagamaan, misalnya ketika pembukaan acara serta penutupan acara sesuai keyakinan dan agama masing-masing.

Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan, bahwasanya terdapat temuan tentang nilai-nilai pengembangan produk Batik

“*Thengul*” sesuai dengan teori Notonegoro tahun 2012, berikut penjabarannya:

Tabel 11
Temuan Nilai-nilai Pengembangan Produk

No	Temuan	Hasil Penelitian
1	Nilai Sosial	<p>Produk Batik Thengul terdapat nilai sosial, yaitu dari cara pembuatan batik ini harus saling bekerjasama misalnya pencantingan, mlorot, dan lainnya, nilai gotong royong ini juga harus diutamakan dalam pembuatan batik, misalnya jika bahan malam yang dibuat pencantingan itu tidak ada, maka semua karyawan di home industri berusaha mencari agar bisa dibuat pelorotan batik terus kompak ini memang harus diterapkan ketika pembuatan batik thengul, jika tidak kompak nanti susah prosesnya, dan ramah ini juga perlu dipake karena jika salah satu karyawan tidak bisa salah satu fase, maka bisa dikerjakan dengan karyawan lain. (Paini)</p> <p>Nilai-nilai sosial ini dicerminkan pada banyaknya masyarakat yang menggunakan pakaian Batik “<i>Thengul</i>” di Bojonegoro, apalagi pegawai-pegawai dibawah naungan pemerintah kabupaten Bojonegoro. (Sudartik)</p> <p>Nilai sosial dilihat dari sering dipakainya orang-orang yang berdinis, itu karena batik thengul juga memiliki nilai jual tinggi, dan tingkat kebersamaannya juga tinggi, maka dari itu batik thengul ini bisa dikatakan memiliki nilai sosial yang tinggi. (Biwi Lestari)</p>
2	Nilai Hedonic	<p>Nilai-nilai hedonic itu ada karena banyaknya pameran-pameran thengul di bojonegoro. (Sudartik)</p> <p>Selain pameran, setiap kali Bojonegoro menyelenggarakan acara pasti yang dibuat pembuka cara itu tari thengul. (Painten)</p> <p>Ya memang sekarang thengul lagi bumibumingnya, jadi masyarakat sangat menyukainya. (Paini)</p>

3. Tahapan pengembangan produk Batik “Thengul” di Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.

Berdasarkan hasil pra-riset dan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, ada beberapa tahapan pengembangan produk di Home Industri Batik “Mak Ni” sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong Tahun 2008, antara lain:

1. Penciptaan Ide

Menurut pemilik home industri, Painsi mengatakan bahwa:

“Asal-usulnya dari wayang thengul yang menjadi kesenian khas Bojonegoro. Sampai pada akhirnya, terciptalah motif Batik “Thengul” inilah yang saat ini masih menjadi incaran bahkan cinderamata masyarakat Bojonegoro. Untuk khas, jenis batik thengul sekarang menjadi pemiliknya sendiri-sendiri, setiap pengrajin mempunyai ciri khas sendiri-sendiri, menjadi hak paten sendiri. Sedangkan untuk ide diperoleh dari Bupati, karena beliau mencetuskan batik thengul dulu lebih kecil, kalo sekarang batik thengul lebih besar.” (Painsi, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal tersebut juga didukung oleh perkataan Painten yang mengatakan:

“Pengrajin batik juga memiliki peran, kita bertukar pikiran dengan pihak atasan bahkan bahwasanya batik thengul patut dijadikan konsep yang menarik.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal sama yang diungkapkan oleh Biwi Lestari, bahwasanya:

“Semua pengrajin juga memberi pendapat, karena jaman sekarang di Kabupaten Bojonegoro terkenal Wayang Thengul, tetapi yang memutuskan Bupati.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Dan juga pendapat oleh Sudartik:

“Dari pengrajin juga mempengaruhi, karena banyaknya peminat produk-produk yang dihasilkan dari motif terbaru ini.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Serta Yumaryono juga memberi pendapat, yaitu:

“Gini mbak, munculnya ide thengul itu berawal dari banyaknya pertunjukan wayang thengul khas jawa di bojonegoro, dan baru kemaren ada festival wayang dan batik, makanya bu bupati memberi ide yang akan dibuat pakaian dan sejenisnya itu.”(Yumaryono, 24 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan penciptaan ide, awal mula munculnya ide batik thengul adalah berasal dari ide Bupati Anna Muawanah, beliau Bupati Bojonegoro dengan masa jabatan 2018-2023. Dimana pada tahun itu, Bupati Anna memberi ide tentang batik thengul versi terbaru.

2. Penyaringan Ide

Menurut Paini, mengatakan bahwa:

“Dikarenakan setiap 1 tahun sekali sering diadakan festival Wayang Thengul maka ide-ide yang sudah didapat dari Bupati dan Wakil Bupati beserta pegawai-pegawai dibawah naungan pemerintah Kabupaten Bojonegoro langsung dijadikan ide yang mempunyai daya prediksi tinggi dan memiliki prospek kerja yang dapat menguntungkan.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama diungkapkan oleh Sudartik:

“Karena pameran wayang thengul ini sudah merakyat dan membuat buming masyarakat Bojonegoro, maka dari itu para aspirasi dari pihak-pihak menjadi pilihan.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Hal ini didukung oleh perkataan Yumaryono yaitu:

“Didapat dari pihak-pihak dibawah naungan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro, khususnya Bupati, yang menetapkan ide.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Painten juga memberi pendapat terkait penyaringan ide, bahwasanya:

“Dulu pas masih bupati suyoto thengulnya kecil-kecil mbak, tapi sekarang bu ana minta yang thengul besar, karena bu ana sendiri

tidak mau berbau-bau bupati sebelumnya.” (Painten, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Biwi Lestari juga mengungkapkan hal yang sama, bahwasanya:

“Gini mbak, munculnya thengul besar-besar itu karena ketidakcocokan bupati lama dengan yang baru, makanya bu ana menetapkan thengul yang dipake besar-besar, karena berubahnya model juga pastinya dapat mempengaruhi pendapat di kemudian hari. Selain itu banyaknya festival wayang thengul di Bojonegoro, ngebuat masyarakat tau model batik terbaru, sehingga tercipta produk-produk Batik Thengul, dengan ciri khas thengul besar-besar itu mbak sesuai aspirasi bupati baru.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan penyaringan ide, dimana setelah ditetapkan ide baru, yang akan dikeluarkan oleh Bupati, Anna Muawanah. Ide tersebut bakal dijadikan ide yang menghasilkan prospek kerja yang tinggi serta mendapatkan keuntungan di kemudian hari. Beberapa ide tersebut muncul karena didasari pameran-pameran wayang thengul dan batik thengul yang ada di Bojonegoro dan juga pameran tersebut selalu berkembang (digelar setiap tahunnya) dari tahun ke tahun.

3. Menentukan Prototype

Paini sebagai pemilik home industri mengungkapkan bahwa:

“Penentuan prototype ini sangat penting juga mbak, karena kita akan mencoba desain pertama, yaitu batik thengul, sehingga dibuat gambaran untuk membuat batik-batik selanjutnya.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Biwi Lestari juga menyampaikan hal sama terkait prototype, yaitu:

“Di Home Industri mak ni juga diberlakukan prototype mbak, karena dibuat contoh untuk produk-produk yang akan dirilis selanjutnya.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Pendapat Sudartik mengenai prototype juga sama, yaitu:

“Pengunaan prototype juga sangat diutamakan, karena untuk mengecek uji serta evaluasi konsep produk serta bentuk, sehingga dapat dirancang sesuai minat konsumen.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Painten juga mnegungkapkan hal sama, berikut pemaparannya:

“Prototye ini hanya sebatas desain mbak, yaitu dirancang sesuai skema yang asli.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Yumaryono juga memberikan tanggapan, yaitu:

“Yang saya ketahui adalah sebuah rancangan mbak, sehingga masyarakat tau kalo modelnya tu nanti bakal seperti ini, coraknya tu seperti ini, gitu.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Penentuan prototype juga sangat direkomendasikan bagi pengusaha. Dimana saat itu kita dapat melakukan cek dan mengevaluasi sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat diminati para konsumen.

4. Pengembangan dan Pengujian Konsep

Menurut Paini selaku pemilik home industri mengungkapkan bahwa:

“Corak thengul yang dulu dijadikan busana adalah berjejer-jejer antara thengul yang satu dengan yang lainnya. Tetapi corak thengul yang saat ini dijadikan busana adalah satu atau dua thengul saja. Hal tersebut, corak yang saat ini dipasarkan adalah dengan gambar sangat jelas dan lebih besar daripada corak thengul saat dulu.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Painten selaku karyawan home industri juga berkata:

“Model thengul yang sekarang adalah besar-besar mbak, tapi beda dengan thengul yang dulu, kalo dulu thengul ya thengul aja, sekarang dipadu dengan gambar bunga, seperti itu mbak, model tersebut sudah paling diminati warga di tahun 2023 ini.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal sama yang diungkapkan oleh karyawan yang lain yaitu Sudartik:

“Motif thengul emang berbeda-beda dari tahun lama dengan tahun sekarang. Kalo sekarang biasanya masyarakat dimodifikasi

dengan menggunakan motif pendukung yang lain, misalnya bunga, dll.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Sedangkan Biwi Lestari juga mengatakan:

“Saya sangat mengetahui karena saya bagian cap batik, motif thengul dulu sama sekarang memang bedanya sekarang lebih banyak kombinasi motif lainnya.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan pengembangan dan pengujian konsep, penciptaan ide yang dilakukan oleh Bupati Anna Muawanah memberi versi terbaru yakni thengul variasi besar, dengan ditambah kombinasi yang lainnya, seperti bunga. Berbeda dengan thengul versi yang lama, yaitu kecil-kecil.

5. Menentukan Prioritas

Hal yang diungkapkan oleh Paini selaku pemilik home industri, mengatakan bahwa:

“Penentuan prioritas ini penting sekali mbak, dari sekian macam produk batik, mana yang masyarakat sukai, itulah yang bisa menjadi peluang besar dalam usaha.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Sama halnya yang dipaparkan oleh Sudartik, yaitu:

“Iya tergantung apa yang diminati masyarakat mbak, sama kios-kios yang sekiranya rame, peminatnya banyak.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Biwi Lestari menjelaskan tentang prioritas, yaitu:

“Menentukan skala prioritas dalam bisnis itu perlu sekali mbak, kita bisa mengetahui barang apa yang laris sata jualan ya dari prioritas konsumen.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Painten juga menambahkan bahwasanya:

“Sekarang kios batik banyak sekali mbak, ada dekranasda dna sebagainya. Itu bisa dijadikan prioritas bahwa masyarakat sering membeli batik apa, produk apa aja, gitu.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Menurut pendapat Yumaryono, adalah:

“Tergantung masyarakat tertarik yang mana sih mbak, kalo saya yakin masyarakat suka model thengul yang baru dibicarakan dengan Bupati.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Dalam menentukan prioritas kita sebelumnya juga menentukan minat masyarakat dengan produk Batik *“Thengul”*, selain itu kita juga harus melihat kios-kios mana yang sekiranya banyak pengunjung. Sehingga dengan hal tersebut kita mengetahui titik prioritas yang akan mendapatkan peluang dan penghasilan besar.

6. Pengembangan Strategi Pemasaran

Menurut pendapat Paini, bahwasanya:

“Kalok dulu, masyarakat itu lebih banyak pesen langsung mbak, tapi karena sekarang media sudah pada canggih, kebanyakan lewat whatsapp juga, terus biasanya saya juga membuat status di facebook, di whatsapp, dan orang-orang langsung tertarik. Di bojonegoro juga sering diadakan pameran-pameran mbak, kemaren belum lama itu ada event thengul, kan suering to mbak di bojonegoro ada event thengul, banyak turis-turis datang disini, makanya sekarang itu thengul lagi rame-ramenya mbak, apa-apa yang dipamerkan thengul.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama diungkapkan oleh Beliau:

“Kalau sekiranya dekat juga langsung ke lokasi mbak. Tapi kalau jauh lewat handphone.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Beberapa karyawan juga menambahkan bahwa, antara lain Biwi Lestari:

“Kita disini melalui online juga, misalnya WhatsApp dan Instagram. Tapi yang lebih sering digunakan untuk komunikasi sama konsumen dengan jarak yaitu memakai WhatsApp. Untuk

karyawan juga kadang dihubungi oleh konsumen, yang nantinya bisa dikonfirmasi ke pemilik home industri.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Tak lupa dengan karyawan yang bernama Sudartik:

“Seperti ini, tergantung pemahaman masyarakat juga, tapi kebanyakan via WhatsApp karena masyarakat hampir sudah mengetahuinya, kecuali masyarakat awam.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan pengembangan strategi pemasaran, dilakukan dengan melalui pameran-pameran, event-event yang digelar pada daerah, serta dilakukan melalui online terutama WhatsApp bagi masyarakat non awam, sedangkan untuk masyarakat awam biasanya dilakukan melalui offline atau langsung datang di home industri.

7. Uji Coba atau Perbaikan

Pemaparan dari Biwi Lestari mengungkapkan bahwasanya:

“Tahap uji coba ini merupakan tahap percobaan mbak, jadi kita melakukan promosi, dimana dari promosi-promosi tersebut, adakalanya konsumen memberi masukan positif dan negative, sehingga dapat memperbaiki corak-corak produk batik thengul.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama yang diungkapkan oleh Sudartik:

“Kalo di home industri Batik Mak Ni ini pasti melalui tahap percobaan mbak, salah satunya dengan melakukan kunjungan dan beberapa promosi.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Paini menjelaskan terkait:

“Untuk tahap tersebut, kita melakukan diskusi dengan pengrajin-pengrajin lain, serta karyawan-karyawan home industri batik, saling bertukar pikiran agar produk-produk yang dihasilkan bisa maksimal sesuai dengan kebutuhan masyarakat.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama diperjelas oleh Painten, bahwasanya:

“Kita melakukan promosi di pertokoan mbak.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Selain itu, Yumaryono juga mengungkapkan hal yang sama, yaitu:

“Dengan promosi besar-besaran mbak, agar masyarakat tau.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

8. Analisis Usaha

Menurut Painsi, selaku pemilik home industri mengungkapkan bahwa:

“Pada dasarnya, jika di galeri Dinas Koperasi dan Perdagangan tidak seramai seperti yang di jalan gajah mada. Tetapi di home industri mak ni sudah mempunyai nama sehingga dapat dikenal masyarakat darimanapun.” (Painsi, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal lain juga diungkapkan oleh Painsi:

“Home industri mak ni ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat mbak, karena sudah bergerak lumayan lama, jadi tidak ada pengaruh meskipun kios-kios di luar tidak seramai yang dulu.” (Painsi, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Biaya produksi dan perkiraan mendapat keuntungan juga diungkapkan Painsi, yaitu:

“Untuk biaya produksi dan perkiraan laba kita menyesuaikan harga bahan dasarnya, misalnya untuk kain sutra bahan dasarnya saja sudah mencapai 600.000, belum proses membatiknya.” (Painsi, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama diungkapkan oleh Biwi Lestari, yaitu:

“Disini itu sudah banyak masyarakat yang tau mbak, banyak guru-guru pegawai kadang kesini buat pesen batik, kita semua disini asli membuat, bukan hanya ambil di kios-kios yang lain, apalagi yang diharapin mak ni itu produk yang dihasilkan dari home industri ini yaitu tidak luntur.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Menurut Yumaryono bahwasanya:

“Karena saya bagian batik cap ya mbak, batik cap juga sering dapat pesenan dari sekolah-sekolah, kalo kantor-kantor memang sangat jarang memilih batik cap, karena harga terlalu murah.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Hal lain yang diungkapkan oleh Painten:

“Batiknya mak ni ini sudah terkenal mbak, apalagi mak ni setiap kalo ada festival atau acara apa gitu pasti ikut, biasanya kalo ada pesenan dari sekolah-sekolah kita nglembur-nglembur mbak, soalnya jumlah siswa di sekolah kan juga banyak.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Tak lupa juga dengan pendapat Sudartik sebagai karyawan:

“Batiknya mak ini lumayan murah mbak daripada yang lain, kalo di kios lain lebih mahal sekitar 20.000an, tapi punya mak ni ini justru lebih murah, dan diusahain tidak luntur. Saya pernah melihat batik tuban yang dipake saudara saya itu mahal, jelek pol mbak, osak-osak gitu lo. Jadi saya nganggep batik bojonegoro itu lumayan bagus, harga terjangkau.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan analisis usaha adalah meskipun kios-kios batik, seperti Dinas Koperasi dan Perdagangan, Deskranada akhir-akhir ini mengalami penurunan pendapatan, tetapi tidak mempengaruhi pada home industri batik mak ni karena home industri mak ni sudah lama didirikan bahkan sudah dikenal lama oleh masyarakat, harganya pun ramah kantong, maka ada istilah “menang karena nama”.

9. Pengembangan Produk

Menurut pendapat pemilik home industri, Paini menyatakan bahwa:

“Untuk pengembangan produk kita sudah ada kerjasama dengan karyawan, sedangkan produk-produk yang dihasilkan seperti baju, celana, dll kita sudah mempunyai langganan konveksi.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Dalam pembuatan produk-produk, juga harus mengedepankan prinsip-prinsip terutama prinsip kerjasama. Hal tersebut diungkapkan oleh Biwi Lestari selaku karyawan:

“Kita sebagai karyawan harus saling membantu antar sesama. Misal, jika salah satu kurang pandai dalam mencanting, bisa dibantu dengan karyawan yang lain.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Sudartik, beliau juga karyawan, mengatakan:

“Untuk bagian produksi di home industri selalu mengedepankan kerjasama antar karyawan dengan pemilik, dan juga pihak lain yang mendukung.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Dan juga perkataan dari Yumaryono, bahwa:

“Harus saling bantu, tapi peran saya disini membuat batik cap. Jadi lebih simple, daripada batik tulis.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Painten juga mengungkapkan hal yang sama, yaitu:

“Tentang pengembangan produk ini juga harus bekerja sama mbak, bagian produksi siapa aja, sampek ke tahap pengemasan itu siapa.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan pengembangan produk adalah tahapan yang memerlukan prinsip kerjasama yang tinggi, karena beberapa produk yang dihasilkan juga perlu kerjasama dengan konveksi. Selain itu, dari tahap pembuatan produk batik thengul, apabila salah satu karyawan tidak bisa menyelesaikan, bisa dibantu dengan karyawan yang lainnya.

10. Market Testing

Untuk market-testing, dilakukan oleh pemilik. Hal tersebut diungkapkan bahwa:

“Terkait masalah itu, yang melakukan adalah pemilik home industry (saya) mbak, karena setiap beberapa kios-kios butuh penjabaran, penjelasan biar dapat informasi yang jelas tentang produk baru tersebut. Jadinya pasti nyari saya. Ada konsumen mak ni itu yang gak mau dianter sama karyawan disini, soalnya setiap kali mak ni ngantar barang pasti ada aja yang ditanyain, beda kalo yang nganter karyawan, tidak mengetahui betul.” (Paini, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama diungkapkan oleh Sudartik:

“Untuk produk-produk yang harus dipasarkan adalah tanggungjawab pemilik home industri.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Karyawan bernama Biwi Lestari, juga mengatakan hal mirip, yaitu:

“Terkadang pemilik juga mengajak karyawan (saya), tetapi kalo karyawan saja yang menyalurkan tidak mungkin terjadi.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Painten mengungkapkan hal sama, yaitu:

“Sebagi karyawan tidak begitu tau mbak tentang pemasaran, soalnya mak ni yang terbiasa masarin, kalupun butuh karyawan, biasanya sama mbak biwi itu mbak.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Yumaryono juga memberi pendapat terkait pemasaran produk:

“Kalo pemasaran produk ini pihak yang diberi produk-produk itu juga butuh penjelasan mbak. Ya selayaknya mak ni yang memberi penjelasan, sebagai pemilik home industri. Kalo karyawan tugasnya tinggal melaksanakan, jadi tidak tau betul.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan market testing adalah tahap pemasaran yang dilakukan pada tempat-tempat tertentu, dimana dalam tahap pemasaran pada produk

batik thengul ini dilakukan pada pemilik home industri, dikarenakan pihak yang ada di kios-kios itu juga perlu penjabaran serta penjelasan dari pemilik terkait produk yang perlu dikembangkan.

11. Komersialisasi

Untuk tahap komersialisasi, dilakukan oleh pemilik home industri, karena sudah di tahap proses berubahnya produk lama ke produk yang baru sehingga mendapat nilai yang bagus ketika diperjualbelikan (dihadapan para konsumen). Hal tersebut diungkapkan oleh Painsi, bahwasanya:

“Saya sebagai pemilik sekaligus penjual, hal yang pertama saya lakukan adalah gimana caranya agar konsumen puas dengan produk-produk yang dihasilkan, yang kedua produk-produk apa saja yang mereka butuhkan sehingga saya bisa menghasilkan produk tersebut, yang ketiga gimana caranya agar menghasilkan kualitas yang bagus, misalnya tidak luntur, kain yang dipake juga sesuai harga, dan lain sebagainya.” (Painsi, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Hal yang sama diungkapkan oleh Biwi Lestari, bahwasanya:

“Biasanya saya dan mak ni juga sering memamerkan produk batik yang sekiranya paling diminati masyarakat, misalnya produk-produk prima dan primis, kami bawa di pameran-pameran batik yang digelar di Kabupaten Bojonegoro, ketika CFD dan juga event-event masalah kostum batik. Karena produk yang dihasilkan batik thengul ini sudah menjadi cinderamata masyarakat Bojonegoro, otomatis menambah nilai-nilai kepuasan bagi masyarakat.” (Biwi Lestari, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Pendapat Painten terkait hal itu, adalah:

“Yaa dengan itu mbak, menuruti permintaan masyarakat, kalo memang yang dibutuhkan kain satin ya kita carikan dulu, karena memang kain satin itu masyarakat jarang sekali pesan, kalo memang yang dibutuhkan kain prima ya kita buat kan mbak, apalagi kalo kain sudah tersedia.” (Painten, Wawancara, 23 Oktober 2023).

Sedangkan menurut Yumaryono adalah:

“Kalo menurut saya sesuai permintaan konsumen mbak, kecuali kalo ada pameran, kita memilih kain-kain atau produk-produk yang memang sering dibeli masyarakat, salah satunya kain prima dan primis.” (Yumaryono, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Pendapat Sudartik juga mengatakan hal yang sama:

“Menyesuaikan permintaan pembeli mbak, kalo memang yang dibutuhkan pembeli kain yang tidak tersedia di home industri, ya kami pesankan, biar pembeli itu tidak kecewa, makanya pelayanan juga harus maksimal, menyesuaikan permintaan pembeli.” (Sudartik, Wawancara, 24 Oktober 2023).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya dalam tahapan komersialisasi adalah dilakukan dengan pameran ketika di acara bahkan event-event terkait batik thengul. Selain itu sering mendapatkan pelatihan dari berbagai sekolah, dan beberapa kunjungan dari mahasiswa dan dosen. Semua itu secara perlahan juga mendatangkan masalah bagi produsen dimana secara tidak langsung itu semua termasuk bentuk promosi yang mendatangkan ketertarikan untuk masyarakat (konsumen).

Dari teori Kotler dan Amstrong tahun 2008 dengan hasil penelitian, terdapat 3 temuan yang muncul pada Home Industri Batik “*Mak Ni*” antara lain: setelah dilakukan penyaringan ide, muncul penentuan prototype, setelah dilakukan pengembangan dan pengujian konsep, muncul penentuan prioritas, dan setelah dilakukan pengembangan strategi pemasaran, muncul uji coba atau perbaikan.

Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan, bahwasanya terdapat temuan tentang tahapan pengembangan produk Batik “*Thengul*” sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong tahun 2008, berikut penjabarannya:

Tabel 12
Temuan Tahapan Pengembangan Produk

No	Temuan	Hasil Penelitian
1	Menentukan prototype	<p>Penentuan prototype sangat penting karena kita akan mencoba desain pertama, yaitu batik thengul, sehingga dibuat gambaran untuk membuat batik-batik selanjutnya. (Paini)</p> <p>Di Home Industri mak ni juga diberlakukan prototype, karena dibuat contoh untuk produk-produk yang akan dirilis selanjutnya. (Biwi Lestari)</p> <p>Pengunaan prototype juga sangat diutamakan, karena untuk mengecek uji serta evaluasi konsep produk serta bentuk, sehingga dapat dirancang sesuai minat konsumen. (Sudartik)</p> <p>Prototye ini hanya sebatas desain yaitu dirancang sesuai skema yang asli. (Painten)</p> <p>Yang saya ketahui adalah sebuah rancangan sehingga masyarakat tau seperti apa model serta coraknya. (Yumaryono)</p>
2	Menentukan prioritas	<p>Penentuan prioritas ini penting sekali, dari sekian macam produk batik, mana yang masyarakat sukai, itulah yang bisa menjadi peluang besar dalam usaha. (Paini)</p> <p>Tergantung apa yang diminati masyarakat, dan pengaruh dari kios-kios yang sekiranya rame dan banyak peminat. (Sudartik)</p> <p>Menentukan skala prioritas dalam bisnis itu perlu sekali, kita bisa mengetahui barang apa yang sekiranya prioritas konsumen.</p> <p>Sekarang kios batik banyak sekali, ada dekranasda dna sebagainya. Itu bisa dijadikan prioritas bahwa masyarakat sering membeli batik serta produk yang lain. (Biwi</p>

		<p>Lestari) Tergantung ketertarikan masyarakat, kalo saya yakin masyarakat suka model thengul yang baru dibicarakan dengan Bupati. (Yumaryono)</p>
3	Uji coba atau Perbaikan	<p>Tahap uji coba ini merupakan tahap percobaan, jadi kita melakukan promosi, dimana dari promosi-promosi tersebut, adakalanya konsumen memberi masukan positif dan negative, sehingga dapat memperbaiki corak-corak produk batik thengul. (Biwi Lestari)</p> <p>Kalo di home industri Batik Mak Ni ini pasti melalui tahap percobaan mbak, salah satunya dengan melakukan kunjungan dan beberapa promosi. (Sudartik)</p> <p>Untuk tahap tersebut, kita melakukan diskusi dengan pengrajin-pengrajin lain, serta karyawan-karyawan home industri batik, saling bertukar pikiran agar produk-produk yang dihasilkan bisa maksimal sesuai dengan kebutuhan masyarakat. (Paini)</p> <p>Kita melakukan promosi di pertokoan. (Painten)</p> <p>Dengan promosi besar-besaran, agar masyarakat tau. (Yumaryono)</p>

BAB V

PEMBAHASAN

A. Gagasan Yang Melatarbelakangi Pengembangan Produk Batik “Thengul” Dalam Perspektif Halal Lifestyle

Berdasarkan hasil temuan yang terdapat pada Bab IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai pengembangan produk Batik “Thengul” di Home Industri Batik “Mak Ni”, antara lain: 1. Gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle, 2. Nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle, dan 3. Tahapan pengembangan produk Batik “Thengul” di Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.

1. Adanya Gagasan dari Bupati Bojonegoro

Gagasan adalah pengembangan produk baru diawali dengan penciptakan ide yang merupakan pencarian sistematis untuk ide produk yang baru. pengusaha kadang kalanya mempunyai beberapa ide baru untuk dapat mendapatkan sedikit ide yang baik. Tujuan dari penciptaan ide ini adalah menghasilkan ide yang cukup banyak. Ide baru ini harus dipertimbangkan apakah ide ini flexible atau layak untuk diproses, jika ide ini layak maka diteruskan tapi jika tidak maka dihentikan (drop) (Riadi, 2015).

Konsep dari gagasan ini adalah bagaimana mengeksplorasi visual dari Wayang Thengul yang menjadi sumber ide dan mengkaji potensi

artistiknya. Dengan mengolah visual dari Wayang Thengul yang lebih mendetail, memperhatikan komposisi dan warna pada desain, agar ciri khasnya tidak hilang. Pengembangan ini akan memperlihatkan nilai seni pada Wayang Thengul sebagai objek utama dan mengolah visual potensi alam di Bojonegoro sebagai motif pendukung. Hal ini diharapkan dapat membuka potensi dan prespektif baru dalam dunia industri tekstil kreatif di Bojonegoro dari segi visual pada motif, warna, komposisi dan kesatuan pada desain agar mencapai tujuan estetis (Setyawan, 2021).

Seperti gagasan yang telah dikemukakan oleh Bupati dari Bojonegoro. Dimana pengertian Bupati adalah kepala daerah kabupaten di Indonesia, seorang bupati kewenangannya sejajar dengan wali kota, yaitu kepala daerah untuk daerah kota. Terciptanya sebuah gagasan yaitu diawali dengan pendapat Bupati Bojonegoro yaitu Anna Muawanah. Dengan masa jabatan periode 2018-2023, gagasan tersebut muncul karena diawali ketidakcocokan ide dengan bupati sebelumnya yaitu Suyoto, mencetuskan corak batik thengul adalah thengul kecil dan banyak. Sedangkan untuk ide yang disampaikan oleh Bupati Anna adalah thengul besar.

2. Adanya Sumbang Ide dari Pengrajin-pengrajin lainnya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata ide adalah rancangan yang tersusun di dalam pikiran. Ide dapat timbul berasal dari pemikiran, pengalaman bahkan khayalan yang juga berupa konsep serta pandangan-pandangan diterapkan sebagai suatu perbuatan yang dapat

terrealisasikan sebagai umpan balik atas perkara yang timbul sebagai penyelesaian atau bisa menjadi cita-cita. Ide merupakan cikal bakal untuk mewujudkan sesuatu hal yang baru bahkan penuh inovatif, yang pada dasarnya mampu menggantikan hal lama yang dirasa penuh perkara (Ardianoor, 2023).

Munculnya ide dari beberapa pengrajin batik menunjukkan bahwa semakin dikenalnya produk-produk batik thengul yang muncul karena banyaknya masyarakat yang menyukai bahkan membeli produk-produk Batik "*Thengul*", hal tersebut didukung dengan adanya event-event wayang thengul yang sering diselenggarakan di daerah Kabupaten Bojonegoro.

3. Adanya pelaksanaan festival-festival Batik "*Thengul*"

Festival adalah suatu peristiwa atau kejadian penting, suatu fenomena sosial yang pada hakekatnya dijumpai pada semua kebudayaan manusia. Festival berasal dari bahasa latin yang berasal dari kata dasar Festa atau pesta dalam bahasa Indonesia, festival biasanya berarti sebuah pesta yang diadakan dalam rangka untuk memperingati sesuatu, atau bisa juga pesta diartikan sebagai hari perayaan gembira yang digelar dalam rangka memperingati hari peristiwa-peristiwa penting yang bersejarah, atau pesta rakyat (Sendari, 2023).

Pada awal diadakannya kegiatan pesta atau festival, kegiatan ini cenderung diadakan untuk kegiatan yang bertema keagamaan, atau kegiatan-kegiatan tertentu yang dengan suasana khidmat didalamnya.

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi festival bukan hanya menjadi media berkumpul orang-orang untuk kegiatan keagamaan melainkan juga untuk kegiatan yang tidak mengandung unsur keagamaan yang mana pengunjung atau peserta yang datang ke pesta dengan suasana yang gembira dan santai (Hidayati, 2023).

Dalam hal ini, festival-festival mulai diselenggarakan karena masyarakat menyukai dengan corak-corak yang terdapat pada produk Batik "*Thengul*", salah satunya terdapat corak thengul kecil dan besar, serta dihiasi dengan model yang lain sehingga masyarakat (konsumen) semakin tertarik untuk membelinya. Maka dari itu, Bupati menggelar untuk diadakannya festival-festival keliling, event-event (expo) di lingkungan Kabupaten Bojonegoro.

4. Relevansi Gagasan Pengembangan Produk Batik "*Thengul*" dengan Halal *Lifestyle*

Halal *Lifestyle* adalah gaya hidup halal yang merujuk pada kewajiban seorang muslim dalam mengonsumsi dan menggunakan segala sesuatu yang dikategorikan halal menurut ajaran Islam. Gaya hidup halal adalah cara menjalani hidup dengan mengedepankan dan menjaga prinsip halal pada setiap aspek kehidupan. Tujuan dari Halal *Lifestyle* adalah mengonsumsi segala sesuatu yang baik, aman, dan sehat, tentunya membuat kondisi jasmani dan rohani pun semakin terjaga

Berikut ini ada landasan al-quran yang berkaitan dengan Halal *Lifestyle* yang terdapat dalam Surat Al-Baqarah ayat 168-169 menjelaskan tentang makanan yang halal, yaitu:

Artinya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ (168) إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ (169)

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (168). Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui." (Susanto, 2021).

Ayat-ayat Al-Quran yang terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 168 dan 169 memiliki kaitan erat dengan gaya hidup halal dalam konsumsi dan pengambilan keputusan konsumen. Ayat-ayat tersebut memberikan panduan kepada umat Muslim tentang pentingnya mengonsumsi makanan yang halal dan baik serta menjauhi perbuatan yang terlarang atau haram (Nurfajrina, 2023).

Dalam pengambilan keputusan konsumen, ayat-ayat ini dapat menjadi acuan moral dan etika. Konsumen yang memahami ajaran agama tentang gaya hidup halal akan cenderung memilih produk dan layanan yang telah bersertifikat halal. Mereka akan berusaha untuk memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip agama

mereka, dan menghindari produk yang mencurigakan atau tidak memiliki kejelasan kehalalan (Murtopo, 2017).

Selain itu, ayat-ayat ini juga mengingatkan konsumen untuk menjadi bijaksana dan kritis dalam memilih makanan dan produk lainnya. Mereka diharapkan untuk melakukan riset dan mencari informasi yang akurat tentang kehalalan suatu produk sebelum memutuskan untuk mengonsumsinya. Dalam proses pengambilan keputusan konsumen, kesadaran akan ajaran agama dan gaya hidup halal dapat mempengaruhi preferensi dan sikap mereka terhadap produk, perusahaan, dan merek tertentu (Zhofrani Putri Hasmi, dkk, 2022).

Dengan mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam pengambilan keputusan konsumen, individu dapat merasa lebih yakin dan tenang dengan pilihan mereka. Gaya hidup halal dalam konsumsi menjadi cermin dari komitmen mereka untuk hidup sesuai dengan ajaran agama, menjaga kesehatan, dan berkontribusi pada lingkungan sosial yang lebih baik (Zhofrani Putri Hasmi, dkk, 2022).

Islam telah mengatur terkait busana yang benar dalam kehidupan sehari-hari, dimana aturan tersebut berlaku pada semua kalangan masyarakat. Selain itu, dalam mengenakan busana juga harus mengedepankan nilai kesopanan seperti yang tercantum dalam Al-Quran dan Hadits, yaitu menutupi bagian tubuh yang dilarang untuk dilihat orang lain (aurat). Selain kesopanan, pakaian yang baik (bersih) dan berkualitas

juga termasuk syarat dalam fesyen halal. Tingkat konsumsi masyarakat muslim dunia justru naik dengan adanya fesyen halal ini.

Begitu pula, dalam perspektif Halal *Lifestyle*, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena batik tersebut menyerupai makhluk hidup, karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul.

B. Nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “*Thengul*” dalam perspektif Halal *Lifestyle*

1. Nilai Sosial

Nilai sosial adalah bagian penting dari budaya masyarakat. Nilai sosial memberikan pedoman umum untuk perilaku sosial. Nilai sosial adalah komponen yang memberikan makna dan legitimasi tertinggi untuk pengaturan sosial dan perilaku sosial. Asumsi dari nilai sosial tentang kebenaran dan kepentingan bagi masyarakat, juga termasuk konsep yang membantu membentuk masyarakat dengan menyarankan apa yang baik dan buruk, dilakukan atau tidak, dicari atau dihindari. Peran nilai sosial adalah menyarankan bagaimana orang harus berperilaku, tetapi mereka tidak secara akurat mencerminkan bagaimana orang berperilaku.

Sedangkan nilai sosial dalam ekonomi, adalah nilai yang didapatkan dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri-

sosial konsumen. Atribut-atribut dari nilai sosial tersebut meliputi kemampuan sebuah produk untuk menimbulkan rasa bangga kepada konsumen dan kemampuan sebuah produk untuk menimbulkan kesan yang baik kepada konsumen.

Nilai sosial mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena berkaitan dengan kemampuan sebuah produk atau jasa untuk meningkatkan konsep diri-sosial konsumen. Semakin tinggi penilaian konsumen dari segi sosial terhadap sebuah produk atau jasa maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang terbentuk.

2. Nilai Hedonic

Teori konsumsi hedonik, kecenderungan konsumen menggunakan produk untuk berfantasi dan menikmati getaran-getaran emosi, memperoleh kesenangan-kesenangan duniawi. Nilai hedonik konsumsi merupakan pengalaman konsumsi yang berhubungan dengan perasaan, fantasi, kesenangan, dan pancaindera, dimana pengalaman tersebut mempengaruhi emosi seseorang. Hedonisme sebagai suatu bentuk sikap yang muncul secara spontan dari dalam diri konsumen. Nilai hedonik sudah disadari sebagai suatu motivasi pembelian dari dalam diri konsumen karena konsumen menyukainya. Di dorong keinginan untuk mencapai suatu bentuk kesenangan, kebebasan, khayalan, serta pelarian diri dari masalah.

Kecenderungan berbelanja hedonis ini sangat terkait dengan pancaindera. Misalnya penglihatan (musik yang lembut memberikan

suasana santai), aroma (dapat menstimulir emosi terhadap memori-memori tertentu), rasa (dalam berbagai kebudayaan, cita rasa dalam makanan sangat berarti). Texture exposure (rangsangan atau stimuli yang ditangkap oleh indera seseorang), attention (aktivitas yang difokuskan pada suatu stimulus), dan interpretasi (respon terhadap stimuli yang diterimanya).

Dibandingkan aspek utilitarian, nilai hedonik lebih bersifat “menyenangkan”. Menggembirakan, atau sisi gemar atau senang terhadap produk tidak banyak dipelajari. Nilai hedonik adalah sebagai suatu bentuk sikap yang muncul secara spontan dari dalam diri konsumen. Nilai hedonis lebih subjektif dan personal dari nilai utilitarian sebagai pertimbangan dan menghasilkan lebih dari senang dalam penilaian dari pada penyelesaian tugas.

3. Relevansi Nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “Thengul” dengan Halal Lifestyle

Gaya hidup halal merupakan sebuah tata cara hidup yang menentukan sikap pengambilan keputusan mengenai suatu perkara yang diharuskan, dibolehkan ataupun dilarang untuk dilakukan oleh manusia menurut hukum islam. Oleh karena itu, halal tidak hanya menyangkut dalam hal makan atau minum, tetapi juga banyak pembahasan terkait hal lainnya bahkan mengatur seluruh aspek kehidupan manusia.

يَبْنَىٰ اٰدَمَ حُدُوًا زَيْنَتِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi

jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (Qs. Al-A’raf ayat 31)

Berdasarkan QS. Al-A’raf ayat 31 menyatakan bahwa seorang muslim tidak diperkenankan berlebihan-lebihan dalam sesuatu hal. Nilai sosial dan nilai hedonic sangat berkaitan dengan sifat berlebihan-lebihan pada produk Batik “*Thengul*”, kedua nilai tersebut juga termasuk faktor kesenangan masyarakat, dimana sifat sosial tersebut muncul dari kemampuan konsumen untuk menyukai sebuah produk sehingga muncul ketertarikan. Atribut-atribut dari nilai sosial tersebut meliputi kemampuan sebuah produk untuk menimbulkan rasa bangga kepada konsumen dan kemampuan sebuah produk untuk menimbulkan kesan yang baik kepada konsumen.

Sama halnya dengan sikap hedonisme, dimana sifat tersebut langsung berasal dari konsumen (refleks). Nilai hedonisme ini termasuk nilai yang sudah ada pada manusia karena adanya ketertarikan (suka). Selain itu, didukung juga dengan faktor kesenangan, kebebasan, khayalan, serta pelarian diri dari masalah.

Sehingga, produk Batik “*Thengul*” berkaitan erat dengan aspek fashion manusia, termasuk cara berpakaian, bahan atau gambar yang digunakan. Aspek-aspek tersebut antara lain motif, corak, dan pola yang digunakan. Dalam perspektif Halal *Lifestyle*, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh

masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena batik tersebut menyerupai makhluk hidup, karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul.

C. Tahapan-tahapan Pengembangan Produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal *Lifestyle*

1. Menentukan Model Awal (Prototype)

Prototype adalah sebuah metode dalam pengembangan produk dengan cara membuat rancangan, sampel, atau model dengan tujuan pengujian konsep atau proses kerja dari produk. Prototype sendiri bukanlah produk final yang nantinya akan diedarkan. Prototype dibuat untuk kebutuhan awal untuk mengetahui apakah fitur dan fungsi dalam program berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah direncanakan. Sehingga pengembang produk dapat mengetahui kekurangan dan kesalahan lebih awal sebelum mengimplementasikan fitur lain ke dalam produk dan merilis produk (Setiawan, 2021).

Pada dasarnya, tujuan dari prototype adalah mengembangkan model atau rancangan produk menjadi produk final yang dapat memenuhi permintaan pengguna. Dalam proses pengembangan produk, pengguna dapat ikut andil dalam proses pengembangan produk dengan cara mengevaluasi dan memberikan umpan balik. Umpan balik yang diberikan dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan produk. Selain itu, penggunaan prototipe dapat

memunculkan ide-ide baru yang bisa dikembangkan menjadi sebuah fitur untuk melengkapi produk.

2. Menentukan Prioritas

Prioritas adalah sesuatu yang harus diutamakan. Namun dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, kita sering kali harus menentukan pilihan antara beberapa pilihan, mana yang harus diutamakan dan mana yang dapat dikerjakan nanti. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kemdikbud, prioritas adalah sesuatu yang didahulukan dan diutamakan daripada yang lain. Dilansir dari penelitian Universitas Negeri Semarang (Unnes), istilah prioritas diambil dari bahasa Prancis, yaitu *priorite* dari kata dasar *prior* yang berarti utama. Sementara berdasarkan Oxford Dictionary, istilah prioritas diartikan sebagai keadaan ketika seseorang atau sesuatu dianggap atau diperlakukan lebih penting daripada yang lainnya (Isnanto, 2023).

Menentukan prioritas dalam kehidupan sehari-hari merupakan hal yang penting dilakukan agar kita bisa teratur dalam melakukan aktivitas. Terlebih ketika kegiatan kita sangat padat sehingga harus memilih salah satu kegiatan yang bersamaan. Saat itulah kita harus menggunakan skala prioritas untuk memutuskan.

3. Uji Coba atau Perbaikan

Dalam materi terkait langkah-langkah proses perencanaan produk ada beberapa langkah, langkah pertama adalah melakukan

market research, brainstorming, menentukan batasan produk, membuat prototype, uji coba dan perbaikan, review produk, produksi massal, dan evaluasi produk (Wisma, 2012).

Sebelum produk diproduksi secara massal, sebaiknya dilakukan uji coba terlebih dahulu. Uji coba dilakukan untuk mengetahui masalah atau kendala dari produk yang dibuat secara lebih detail. Jika ada masalah pada produk, maka harus segera dilakukan perbaikan agar ketika dirilis tidak mengecewakan konsumen.

4. Relevansi Tahapan-tahapan Pengembangan Produk Batik “Thengul” dengan Halal Lifestyle

Menentukan prototype, menentukan prioritas, serta uji coba atau perbaikan ini dilakukan untuk menciptakan model awal dari produk sehingga masyarakat (konsumen) mengerti model apa yang bakal dikembangkan. Tujuannya adalah memahami bagaimana ide masyarakat yang akan memberikan kesempatan untuk menguji, memperbaiki, dan mengoptimalkan sebelum menciptakan produk akhir yang lebih matang sehingga masyarakat bakal menyukai model atau corak dari batik tersebut.

Qs. Al-Qasas ayat 77 berbunyi:

وَاتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan

janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”

Dari ayat tersebut, menjelaskan tentang harus berbuat baiklah kepada orang lain, sehingga terkait produksi pengembangan produk harus dilakukan dengan membawa manfaat, masalah dan produksi harus terhindar dari masalah-masalah negative, merusak lingkungan, kebisingan maupun gangguan lainnya dan produksi harus mendasarkan pada kebutuhan material dan spiritual. Produsen dalam melakukan produksi harus melakukan perubahan dan menyesuaikan dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat atau konsumen.

Dalam hal ini, penentuan prototype, penentuan prioritas, serta uji coba atau perbaikan pada model atau corak batik “*Thengul*” juga membawa manfaat bagi produsen serta konsumen (masyarakat), bahwasanya produsen bisa memaksimalkan pembuatan produk-produk Batik “*Thengul*” sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sedangkan konsumen (masyarakat) juga merasa terlayani dengan maksimal.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Gagasan yang melatarbelakangi pengembangan produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle

Gagasan yang telah dikemukakan oleh Bupati Bojonegoro periode 2018-2023, pengrajin-pengrajin lainnya, serta adanya pelaksanaan festival-festival wayang thengul dan batik thengul. Beberapa gagasan tersebut dikatakan sangat berdampak positif pada masyarakat Kabupaten Bojonegoro, dimana para pegawai di bawah naungan Pemerintah Bojonegoro disarankan menggunakan produk-produk Batik “Thengul”, salah satunya yang sering dikenakan yaitu pakaian. Sedangkan dampak negatifnya adalah bagi kalangan kyai, tidak menyukai produk-produk yang dihasilkan Batik “Thengul” ini dikarenakan thengul sendiri memiliki ciri khas yang mirip makhluk hidup.

2. Nilai-nilai yang terkandung dalam produk Batik “Thengul” dalam perspektif Halal Lifestyle

Nilai-nilai yang terdapat dalam pengembangan produk Batik “Thengul” antara lain nilai sosial, nilai moral, nilai keindahan (nilai seni), nilai religius (nilai agama), nilai sosial dan nilai hedonic. Dimana nilai-nilai tersebut diperoleh dari konsumen (masyarakat), dengan unsur ketertarikan dan kesenangannya. Semua itu tidak

terlepas dari kesan intrinsik dari pelaksanaan wayang thengul yang sering digelar di Kabupaten Bojonegoro.

Dalam perspektif Halal *Lifestyle*, produk-produk batik thengul mulai dari kain-kain yang digunakan, serta bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk batik thengul ini dikatakan halal. Akan tetapi menurut kalangan KH. Ghufron selaku tokoh masyarakat, motif-motif yang terdapat pada batik thengul ini dianggap tidak halal karena batik tersebut menyerupai makhluk hidup, karena berasal-usul dari kesenian khas Jawa yaitu wayang thengul.

3. Tahapan pengembangan produk Batik “Thengul” di Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro

Tahapan-tahapan yang dilakukan pada pengembangan produk adalah: 1). Penciptaan ide, 2). Penyaringan ide, 3). Penentuan prototype, 4). Pengembangan dan pengujian konsep, 5). Menentukan prioritas, 6). Pengembangan strategi pemasaran, 7). Uji coba atau perbaikan, 8). Analisis usaha, 9). Pengembangan produk, 10). Market testing, dan 11). Komersialisasi. Tahapan tersebut sudah diterapkan yaitu di Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro.

B. Saran

Berdasarkan hasil kajian Halal *Lifestyle* (Studi Kasus Home Industri Batik “Mak Ni” Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten

Bojonegoro), ada beberapa saran dari peneliti untuk pemilik Home Industri beserta karyawan, antara lain sebagai berikut:

1. Saran Positif

- a) Pelatihan untuk masyarakat desa sekitar lebih dioptimalkan lagi agar masyarakat lebih memiliki keterampilan.
- b) Masyarakat (konsumen), budayawan lebih dilibatkan dalam pengembangan produk Batik "*Thengul*".
- c) Masyarakat dapat memanfaatkan dalam pengembangan produk Batik "*Thengul*" untuk meningkatkan perekonomian mereka.

2. Saran Negatif

- a) Bagi yang tidak menyukai produk-produk Batik Thengul, seharusnya bisa menggunakan produk-produk Batik Bojonegoro selain motif Thengul.
- b) Bagi kalangan kyai, tidak perlu menuduh hal tersebut kurang benar, karena motif thengul adalah ciri khas Batik asal Bojonegoro yang sedang digemari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. S. K. S. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Batik Pesona Dalam Perspektif Islam di Kelurahan Tungkal III Kuala Tungkal*. Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah.
- Abi Pratiwa Siregar, Alia Bihrajihant Raya, Agus Dwi Nugroho, Fairuz Indana, I. M. Y., & Prasada, Riesma Andiani, Theresia Gracia Yunindi Simbolon, dan A. T. K. (2020). *Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia* *Industry Development Efforts In Indonesia*. *Dinamika*, 37(1), 41–54. <https://doi.org/10.22322/dkb.V36i1.4149>
- Aggraini, R. G. (2022). *Infografik Halal Travel: Peluang dan Tantangan di Dunia Pariwisata*. Pegi-Pegi.
- Alawiyah, S., Handrianto, B., & Kania Rahman, I. (2020). *Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam*. *Rayah Al-Islam*, 4(02), 218–228. <https://doi.org/10.37274/rais.v4i02.338>
- Ardianoor, R. (2023). *Pengertian Ide Beserta Cara yang Mendorong Munculnya Ide*. Google.
- Arnofia, L. (2023). *Batik Motif Thengul*. Web Bojonegoro.
- Ayyah, H. R. A. N., & Murniningsih, R. (2021). *Pengaruh gaya hidup halal dan self-identity terhadap halal fashion di Indonesia*. *UMMagelang Conference* ..., 537–546. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>
- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). *Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon*. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 64–81. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v1i1.5407>
- Bryson, J. M. (1999). *Perencanaan Strategis*. *Jurnal Al 'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 56. <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/download/1113/408%0Ahttps://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/view/1113>
- Cahyati, I. F., N.Lubis, & Susanta, H. (2015). *Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Semarang 16 (Studi Kasus Pada Batik Semarang 16)*. *Undip*, 16, 3.
- Creswell, J. W. (2009). *Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Research*. *Microbe Magazine*, 4(11), 485–485. <https://doi.org/10.1128/microbe.4.485.1>
- Dewi Auditiya Marizka. (2012). *Rancangan Pengembangan Produk Bahan Batik Pada Klaster Batik Trusmi Cirebon*.

- Fatawa, M. Al. (2022). *Rezeki Halal Meski Sedikit Akan Membuat Hidup Lebih Berkah*. West Java. <http://digilib.uinsgd.ac.id/29269/>
- Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). *Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat*. In *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/10.35931/aq.v14i1.342>
- Fitria, N. (2021). *Penerapan Halal Lifestyle Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Hadiyanto A. Rachim, & Meilany Budiarty Santoso. (2021). *Mainstreaming The Halal Lifestyle: Between Opportunities and Challenges of Social Protection Capacity in Global Trends*. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 181–182.
- Hasan, A. S., & Hamdi, B. (2022). *Perkembangan dan Tantangan Halal Fashion Indonesia Dalam Menjadi Produsen Utama Industri Halal Global*. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(2), 71–83. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i2.134>
- Hidayati, K. F. (2023). *Diversifikasi Produk: Definisi, Tujuan, dan Contohnya*. *Glints*, 1–30.
- Joesyiana, K. (2017). *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Valuta*, Volume 3 N(1), 274–282.
- Kaddas, F. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Sirup Pala Kie Raha Di Kelurahan Ngade Kota Ternate*. *Jurnal Techno*, 05(1).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, 2(3). <https://doi.org/10.32734/ee.v2i3.699>
- Kuncoro, S. (2015). *Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Sembung Di Lendah Kulon Progo*. 1–33. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/15263%0A>
- Mandilika, I. W. dan J. (1982). *Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan*. *Ilmu Pendidikan*, 22(1), 21–22.
- Muchtaridi. (2017). *Kosmetika Halal atau Haram serta Sertifikasinya*. *Farmasetika.Com* (Online), 2(1), 12. <https://doi.org/10.24198/farmasetika.v2i1.12689>
- Mursidah, I., & Fartini, A. (2023). *Strategi Mengembangkan Gaya Hidup Halal di Banten: Pengembangan Industri Produk Halal dan Kesadaran Bersyariah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 893–904. <https://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7656>
- Murtopo, B. A. (2017). *Etika Berpakaian Dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita*

Sesuai Ketentuan Islam. KarismaPro, 13(2), 99–106.

- Nadhiroh, A. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah di Desa Plumpungrejo Kabupaten Blitar*. Joesment, I(Ii), 69–74.
- Nashirun. (2020). *Makanan Halal dan Haram dalam Perspektif Al-Qur'an*. Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah, 3(2), 1–15.
- Nurfajrina, A. (2023). *Al-Baqarah Ayat 168: Perintah Memakan yang Halal dan Baik*. Rajawali Press, Mi, 5–24.
- Nursanjaya, S., Ag, M., & Pd. (2021). *Memahami Prosedur Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Memudahkan Mahasiswa*. Negotium : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 04(No. 01), 126–141.
- Nurul Zaidah, Muhtar Solihin, M. (2019). *Halal Lifestyle dan Wara' Lifestyle*. Nurul Zaidah Muhtar Solihin Muliadi, Jurnal Pen(23), 301–316. <https://doi.org/10.15575/jpiu.v2i3.14440>
- Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., & Saputra, D. N. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In Pradina Pustaka.
- Pitaloka, D., & Puspitorukmi, I. (2023). *Manajemen Strategi untuk Sentra Industri Kecil Batik Tulis Sekar Manggar Kabupaten Pemasang*. 9, 65–84.
- Purnama, Y. (2018). *Larangan Menggunakan Kain Sutra Bagi Lelaki*. Muslim.or.Id. <https://www.marketeers.com/tren-gaya-hidup-halal-semakin-meningkat-di-kalangan-anak-muda/>
- Rahayu Ningsih, A. D., & Nugraha, H. S. (2020). *Analisis Strategi Pengembangan Produk Batik Semarang Dalam Memperluas Pasar (Studi pada 5 (Lima) UKM Batik di Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(1), 72–79. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26221>
- Ramadanti, F. (2023). *Ghanimah, Harta Rampasan Perang di Zaman Rasulullah SAW*. Detik Hikmah, Khazanah. [https://knks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight Edisi 12 Fin.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight%20Edisi%2012%20Fin.pdf)
- Rasyid, A. (2017). *Interaksi Melalui Media Sosial Dalam Pandangan Islam*. Thesis IAIN Bengkulu. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.214>
- Reza, V. (2020). *Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia*. Jurnal An-Nahl, 7(2), 106–112. <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i2.20>
- Riadi, M. (2015). *Pengertian, Tujuan & Tolak Ukur Gagasan*. Kajian Pustaka. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i1.6462>
- Rizaldi Erdin Prawira, Muhamad Yoga Firdaus, Adnan, R. R. (2022). *Gunung Djati Conference Series, Volume 8 (2022) The 2nd Conference on*

- Ushuluddin Studies*. Ilmu, Jurusan Tafsir, Al-Quran Ushuluddin, Fakultas, 8(ISSN: 2774-6585), 630–638.
- Rizkyana, E., Syafa'ah, P., & Husnurrosyidah, H. (2022). *Industri Halal Fashion Di Kota Pati: Peluang Dan Tantangan*. Amal: Jurnal Ekonomi Syariah, 4(02), 76–87. <https://doi.org/10.33477/eksy.v4i02.4043>
- Satria, A. D. (2021). *Makanan Halal Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) Di Kota Palangka Raya*. Profetika: Jurnal Studi Islam, 22(2), 308–313. <https://doi.org/10.23917/profetika.v22i2.16694>
- Setiawan, R. (2021). *Apa Itu Prototype? Kenapa Itu Penting?* Likuid: Jurnal Ekonomi Industri Halal, 3(1), 30–44. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i1.18494>
- Setiyawati, W., & Oktafia, R. (2021). *Analisis Pengembangan Usaha Kecil, Dan Menengah Pada Kesejahteraan Masyarakat Kampung Bordir Kecamatan Beji (Ditinjau Dari Maqashid Syariah)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(1), 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1740>
- Setyawan, D. K. S. (2021). *The Development of Jonegoroan Batik Design With The Rancak Thengul Motif Using The Wayang Thengul Ideas Pengembangan Desain Batik Jonegoroan Motif Rancak Thengul Dengan Sumber Ide Wayang Thengul*. Program Studi Kriya Tekstil, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Universitas Sebelas Maret Surakarta. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2867>
- Subekan, Khoirul Azasi, M. W. P. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Mandiri Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batu Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, 9(2), 129–138. <https://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/article/view/233>
- Sudrajat, A. (2020). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Etika Islam*. Tesis Pascasarjana UIN Malang, 21(1), 1–9.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, A. (2021). *Ajaran Agama Turut Membentuk Motif Batik*. CV. Penerbit J-ART. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/>
- Tahwin, M., Aviv, A., Strategi, M., Usaha, P., Tulis, B., Dengan, L., Swot, A., & Mahmudi, A. A. (2014). *Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem Dengan Analisis Swot (Developing Strategy for Batik Tulis Lasem Industry with SWOT Analysis)*. 1, 58–58.
- Tambunan, N. (2018). *Urgensi pemahaman makanan halal dan baik pada masyarakat Lau Gumba Kecamatan Berastagi*. Al-Hadi Jurnal Ilmiah, 4(1), 835–843. <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/alhadi/article/view/385>

Titik Desi Harsoyo, Audita Nuvriasari, A. F. R. (2019). *Pengembangan Produk Batik Tulis Giriloyo Guna Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Senadimas Unisri*, September, 3–8.
<http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sndms/article/view/3273>

Wisma, H. (2012). *Merancang Produk*. Kompasiana.