

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manusia ditakdirkan terlahir sebagai makhluk yang berjiwa sosial yang selalu berhadapan langsung dengan beraneka ragam kebutuhan yang harus selalu terpenuhi. Agar bisa terpenuhi kebutuhan dengan cara cepat dan efisien, makhluk sosial akan berhadapan langsung dengan yang namanya transaksi jual beli.<sup>1</sup> Transaksi jual beli memiliki makna sebagai kegiatan tukar menukar suatu barang maupun jasa atau bisa terjadi pada keduanya yang disesuaikan dengan kesepakatan antar kedua belah pihak dan tanpa adanya pemaksaan.

Jual beli di temukan sebagai salah satu kegiatan bisnis yang terus mengalami perubahan yang selalu beriringan dengan perkembangan suatu zaman. Transaksi dalam jual beli ada beraneka ragam. Yakni ada transaksi *online*, transaksi dengan langsung datang ke toko, dan dengan sistem *cash on delivery*. Dengan berbagai model transaksi tidak menutup kemungkinan seorang pengusaha atau pedagang untuk melakukan kecurangan atau penyelewengan yang lain dalam bertransaksi.<sup>2</sup>

Hal ini sesuai dengan bukti bahwasanya perkembangan ekonomi yang semakin tinggi menyebabkan persaingan antara pelaku bisnis. Dengan persaingan yang begitu tinggi tak jarang dari mereka yang sering mengabaikan dan acuh terhadap etika dalam menjalankan bisnis. Para pelaku bisnis menghalalkan segala

---

<sup>1</sup> Octoviana Carolina, “Implementasi Asas Keseimbangan dalam Transaksi Jual Beli Online ditinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, Vol. 6, no. 2 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017), hal. 2.

<sup>2</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Yogyakarta: Citra Aditya Bakti, 2005), hal.25.

cara supaya bisa mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Banyak sekali bukti bahwasannya para pedagang juga melakukan penyimpangan yang terjadi tanpa disadari maupun sengaja dalam berdagang. Perilaku penyimpangan ditemukan di semua kalangan salah satunya di rumah makan, contohnya seperti pelaku bisnis menggunakan bahan makanan yang tidak layak, menggunakan bahan makanan yang berbahaya, dan menjual makanan yang rusak.

Setiap pembeli seharusnya selalu mendapatkan barang yang mereka inginkan dalam kondisi yang baik dan dengan harga yang wajar, selain itu pembeli juga harus menerima pemberitahuan langsung dari pedagang jika terdapat kekurangan yang ada pada barang atau terdapat cacatnya barang yang dijual. Hal ini berdasarkan ketentuan bahwasanya kelengkapan informasi suatu produk maupun jasa merupakan suatu daya tarik tersendiri. Kelebihan suatu barang atau produk menjadi sebuah faktor yang bisa dikatakan sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya akan melanjutkan bertransaksi atau tidak. Maka dari itu informasi merupakan sebuah kunci pokok yang dibutuhkan bagi konsumen.<sup>3</sup> Maka dari itu idealnya penjual memperhatikan etika dalam berbisnis agar terjaganya nama baik penjual dan kenyamanan serta kepuasan pembeli.

Etika bisnis merupakan hal yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada umumnya etika bisnis merupakan aplikasi etika umum yang mengatur perilaku bisnis. Norma moralitas merupakan landasan yang menjadi acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hukum-hukum ekonomi dan

---

<sup>3</sup> Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singapura Kab. Tasikmalaya*, (Tasikmalaya: Media Press, 2010), hal. 2.

mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu tetapi nilai moral dan etika juga menjadi acuan penting yang harus dijadikan landasan kebijakan.

Pengelolaan bisnis dalam konteks pengelolaan secara etik selalu menggunakan landasan norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian keberhasilan bisnis tidak saja ditentukan oleh keberhasilan prestasi ekonomi dan finansial semata tetapi keberhasilan itu diukur dengan tolok ukur paradigma moralitas dan nilai-nilai etika terutama pada moralitas dan etika yang dilandasi oleh nilai-nilai sosial dan agama. Tolok ukur ini harus menjadi bagian yang integral dalam menilai keberhasilan suatu kegiatan bisnis.<sup>4</sup>

Dalam pelaksanaan etika bisnis secara umum ada beberapa prinsip yang dijadikan pedoman oleh pelaku bisnis, yakni; prinsip otonomi (kebebasan memilih), prinsip kejujuran, prinsip niat baik, prinsip keadilan, prinsip saling menghormati. Prinsip dalam etika bisnis secara umum tersebut sesuai dengan norma dan kecenderungan alamiah tentang kodrat manusia yang mempunyai watak kreatif dan berkeinginan untuk berkembang sebagai makhluk sosial.<sup>5</sup>

Dalam ajaran agama Islam memiliki aturan atau syariah pada semua aspek dalam kehidupan. Salah satu diantaranya yakni aturan bermuamalah atau berbisnis dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup di dunia. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan atau syariah dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku atau etika dalam bisnis yakni agar terciptanya rezeki yang berkah dan mulia, sehingga dapat mewujudkan pembangunan manusia yang

---

<sup>4</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif Dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal. 9.

<sup>5</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif Dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal. 20.

berkeadilan untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh, dan terdistribusi pendapatan yang merata tanpa mengalami ketidakseimbangan di masyarakat.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.<sup>6</sup>

Etika bisnis Islam memiliki konsep yang digambarkan dalam dua dimensi; Pertama, berhubungan dengan Allah Sang Pencipta. Seorang Muslim harus beriman kepada Allah dan harus menyembah-Nya. Kedua, berhubungan dengan orang lain. Seorang Muslim harus berurusan secara etis dengan orang lain dengan mempertahankan akhlak dan hubungan baik.<sup>7</sup>

Sedikit berbeda dengan etika bisnis secara umum, dalam etika bisnis Islam memiliki prinsip-prinsip yang lebih mendalam berkaitan dengan manusia sebagai hamba Allah SWT. Prinsip-prinsip inilah yang menjadi acuan pelaku bisnis muslim dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam. Pertama, prinsip kesatuan (Tauhid/*Unity*). Prinsip inilah yang menjadi pembeda antara etika bisnis

---

<sup>6</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 35.

<sup>7</sup> Edy Santoso, *Pengaryh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis Di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hal. 96.

secara umum dengan etika bisnis Islam. Dimana tauhid dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Dari konsep ini, hubungan antar semua bidang kehidupan, agama, ekonomi dan sosial-politik-budaya. Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. Kesatuan Pemilikan manusia dengan pemilikan Tuhan, misalnya kekayaan (sebagai hasil bisnis) merupakan amanah Allah oleh karena itu di dalamnya kekayaan terkandung kewajiban sosial. Jadi maksud dari tauhid di sini adalah berbisnis dengan moralitas dan tidak hanya mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tetapi mencari keridhaan Allah SWT.<sup>8</sup>

Kedua, prinsip keseimbangan atau keadilan (*'adl*) menggambarkan dimensi horisontal ajaran islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita lihat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini. Sifat keseimbangan ini lebih dari sekedar karakteristik alam, ia merupakan karakter dinamik yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam menjalankan kehidupannya.<sup>9</sup>

Ketiga, prinsip kehendak bebas (*free will*) berdasarkan dengan kosep kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim, yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah Swt, maka dia akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.<sup>10</sup>

Keempat, prinsip tanggung jawab (*responsibility*) adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya

---

<sup>8</sup> Muhammad Dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 11.

<sup>9</sup> Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 36.

<sup>10</sup> *Ibid.*, hal. 39.

pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan semua tindakannya. Secara logis tanggungjawab berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukan.<sup>11</sup>

Kelima, prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai yang dijadikan dasar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar. Kebajikan adalah sikap yang baik dan yang merupakan tindakan memberi keuntungan bagi orang lain. Sedangkan kejujuran merupakan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.<sup>12</sup>

Semestinya pengusaha muslim harus mengacu pada prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam menjalankan bisnis atau usahanya. Mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam berbisnis dapat mengarahkan keberlangsungan suatu bisnis untuk mencapai tujuan duniawi berupa keuntungan materil dan tujuan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.<sup>13</sup>

Dalam suatu bisnis atau usaha sangat erat kaitannya dengan kegiatan produksi yang menghasilkan barang atau jasa. Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang untuk memenuhi

---

<sup>11</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 46.

<sup>12</sup> Muhammad Natadiwiry, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Granada Press, 2007), hal. 38.

<sup>13</sup> Muhammad Djakfar, *Agama, Etika Dan Ekonomi*, (Malang: UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007), hal. 16.

kebutuhan.<sup>14</sup> Produksi merupakan kombinasi dari berbagai input untuk menghasilkan output dari segala sesuatu yang menghasilkan barang baik dalam bentuk pengolahan kerajinan dari alam, produk pertanian dan perkebunan, makanan ringan, pengelolaan bahan mentah menjadi bahan siap pakai (ban mobil, kertas, industri gula, furnitur dan lain-lain).<sup>15</sup> Dilihat dari skala produksinya ada yang besar dan ada yang kecil. Dengan sumber daya terbatas, banyak yang memulai usaha produksi dari rumah tangga, yang terkenal dengan sebutan *home industry* (industri rumahan). Home industry adalah suatu unit usaha dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu.<sup>16</sup>

Penerapan etika bisnis Islam dalam melakukan suatu kegiatan produksi berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah diuji mulai dari tahapan awal produksi hingga tahapan akhir produksi. Dimana dalam kegiatan produksi ini mencakup produk apa yang dibuat, berapa kuantitas produk yang dibuat, mengapa produk tersebut dibuat, kapan produk tersebut dibuat, siapa yang membuat, dan bagaimana memproduksinya.<sup>17</sup>

Kegiatan produksi yang baik dan sesuai dengan etika bisnis Islam harus mampu memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksinya. Pertama, dimulai dari bahan, alat, dan tempat produksi harus halal zat dan cara mendapatkannya. Kedua, cara produksi yang baik dengan menjaga kebersihan tempat, alat dan bahan produksi serta kebersihan para pekerja yang

---

<sup>14</sup>Indri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015), hal. 61.

<sup>15</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal. 84.

<sup>16</sup> Siti Rohmah, *Skripsi: "Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Madani Syariah Yogyakarta"*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)

<sup>17</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hal. 103.

harus di sterilkan. Ketiga, kejujuran setiap pengelola akan kehalalan pada saat proses produksi tidak sedikitpun menambahkan bahan atau campuran lain yang diharamkan. Keempat, barang atau jasa hasil proses produksi dapat mencegah kerusakan di muka bumi atau lingkungan (termasuk membatasi polusi, memelihara keserasian, dan ketersediaan sumber daya alam). Kelima, produksi tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta untuk mencapai kemakmuran bersama. Keenam, produksi yang dilakukan bertujuan untuk kemandirian umat (dimana dalam suatu kegiatan produksi terjadi proses pengembangan di bidang ilmu, industri, perdagangan, dan keuangan, serta pengalaman bekerja memberikan kemampuan, keahlian dan prasarana yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material bagi umat). Ketujuh, Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik kualitas spiritual maupun mental dan fisik.<sup>18</sup>

Suatu bisnis yang memproduksi barang atau jasa tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan penciptaan nilai pelanggan yang lebih besar daripada yang diciptakan pesaing. Dalam artian bagaimana suatu produk tersebut dapat diminati banyak konsumen, memiliki kekuatan daya tarik konsumen, sehingga produk tersebut dapat dikatakan sebagai kebutuhan. Karena di dalam pemasaran mencakup aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan atas berbagai program yang telah dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna pemenuhan kebutuhan perorangan atau

---

<sup>18</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), hal. 215.



kelompok yang berdasarkan asas saling menguntungkan melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.<sup>19</sup>

Pemasaran produk yang baik dan sesuai dengan etika bisnis Islam harus jujur dalam memasarkan produk yang dijual atau tidak menutupi kecacatan produk, berprasangka baik terhadap calon pembeli, tidak menjelek-jelekkan produk yang dijual pesaing, adil dalam memasarkan produk yang dijual kepada siapapun pembeli atau tidak membedakan pembeli, rendah hati dalam memasarkan produk atau tidak angkuh dalam menghadapi calon pembeli, tidak curang dalam memberikan informasi produk yang dipasarkan, dan tidak melakukan suap.

Kegiatan produksi dan pemasaran yang baik dan sesuai dengan etika bisnis Islam dapat meningkatkan penjualan barang atau jasa yang telah di hasilkan oleh pembisnis atau pengusaha. Peningkatan merupakan proses, cara, perbuatan untuk menaikkan sesuatu atau usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu ke suatu arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya. Sedangkan penjualan merupakan sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya.<sup>20</sup> Dari sini dapat diartikan bahwa peningkatan penjualan merupakan kenaikan permintaan akan produk yang mengakibatkan meningkatnya omset penjualan dan kapasitas produksi berupa barang atau jasa yang dijual kepada konsumen. Menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi dan pemasaran pada suatu bisnis dapat meningkatkan penjualan, sebab pada

---

<sup>19</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hal. 99.

<sup>20</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: BFSE, 2001), Hal. 80.

hakikatnya etika bisnis Islam yang telah diterapkan tersebut berujung pada *boomerang* sesuai dengan apa yang telah kita perbuat.<sup>21</sup>

Dengan semakin besarnya kesadaran beretika dalam bisnis atau usaha, para pengusaha atau pembisnis muslim akan mulai menekankan pentingnya keterkaitan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam dunia usaha atau bisnis mereka. Sesungguhnya dalam segala hal kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaannya perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan syariah (aturan).<sup>22</sup>

Prinsip etika bisnis Islam itupun harus dilakukan oleh setiap kegiatan bisnis atau usaha baik skala besar ataupun kecil, karena hal ini penting untuk menunjang keberlangsungan dan pertumbuhan suatu bisnis atau usaha. Salah satu bisnis atau usaha yang menjadi konsentrasi terkait penerapan etika bisnis islam dalam produksi dan pemasaran adalah UD. Pia Hikmah The First. Perusahaan ini mulai didirikan pada tahun 2016 dan sudah mendapat izin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), kemudian pada tahun 2017 produk pia tersebut sudah mencantumkan sertifikat halal yang telah disahkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Penerapan etika bisnis islam dalam kegiatan produksi yang telah dilakukan oleh UD. Pia Hikmah The First. Pertama, UD. Pia Hikmah The First

---

<sup>21</sup> Muhammad, *Paradigma, Metodologi, Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 66.

<sup>22</sup> Norvadewi, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda, *Jurnal Fenomena*, 2014, Vol. 6 No. 2, STAIN Samarinda.

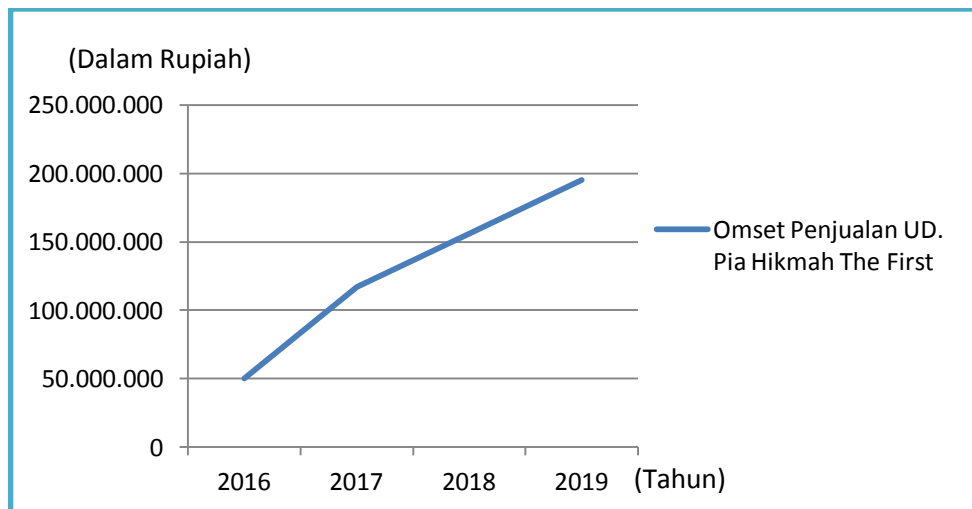
memproduksi kue pia yang halal pada setiap tahapan produksi, hal tersebut terbukti dari sertifikat halal yang sudah dimiliki. Kedua, UD. Pia Hikmah The First memproduksi kue pia tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran, hal tersebut terbukti dengan adanya UD. Pia Hikmah The First dapat membuka lapangan pekerjaan baru sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat sekitar dan berkontribusi terhadap perkembangan lingkungan sekitar. Ketiga, UD. Pia Hikmah The First memproduksi kue pia juga bertujuan untuk kemandirian umat, dimana dalam kegiatan produksi kue pia tersebut terjadi pengembangan *skill* masyarakat sekitar yang bekerja di UD. Pia Hikmah The First. Keempat, UD. Pia Hikmah The First tetap menjalankan CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial dengan berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan seperti akses jalan, selokan, dan penghijauan lingkungan sekitar. Bentuk keikutsertaan UD. Pia Hikmah The First dalam menjalankan CSR ini merupakan tanggung jawab perusahaan atas dampak dari pembuangan limbah dari proses produksi kue pia ke lingkungan sekitar.

Kegiatan pemasaran yang baik telah dilakukan oleh UD. Pia Hikmah The First secara offline maupun online sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. UD. Pia Hikmah The First selalu jujur dalam memasarkan produk yang dijual atau tidak menutupi kecacatan produk, berprasangka baik terhadap calon pembeli, tidak menjelek-jelekkan produk yang dijual pesaing, tidak membedakan pembeli, tidak angkuh dalam menghadapi calon pembeli, tidak curang dalam memberikan informasi produk (harga, jumlah, varian rasa, dsb) yang

dipasarkan secara offline maupun online, dan tidak melakukan suap kepada siapapun.

Gambar 1.1

Omset Penjualan UD. Pia Hikmah The First



Grafik di atas menunjukkan bahwa jumlah omset yang didapatkan oleh UD. Pia Hikmah The First mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada awal berdirinya UD. Pia Hikmah The First yaitu pada tahun 2016 mempunyai omset sekitar 50jt perbulannya. Kemudian pada tahun 2017 omset yang didapat mengalami kenaikan secara drastis. Hal ini disebabkan oleh sertifikat halal dari MUI yang menjadi daya tarik konsumen akan kenyamanan dan kepercayaan terhadap kehalalan produk kue pia milik UD. Pia Hikmah The First. Sertifikat halal dari MUI merupakan penjamin kehalalan produk dan salah satu wujud penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh UD. Pia Hikmah The First, dimana terlaksananya kegiatan produksi kue pia yang halal pada setiap tahapan

produksinya. Kenaikan omset yang signifikan terjadi pada dua tahun belakangan ini, hingga omset hampir mencapai 200jt perbulannya.

Berdasarkan dari pemaparan diatas maka perlu dilakukannya penelitian untuk menggali kembali etika bisnis islam yang diterapkan dalam proses produksi dan pemasaran yang seharusnya dimiliki oleh para pengusaha atau pembisnis muslim lain, dan selanjutnya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan usaha atau bisnis yang tidak hanya mendatangkan keuntungan semata, tetapi juga mendatangkan berkah bagi para pengusaha atau pembisnis. Jadi penelitian ini terkonsentrasi pada UD. Pia Hikmah The First, apakah dalam kegiatan produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan kue pia sudah sesuai dengan etika bisnis yang diterapkan oleh agama Islam. Oleh karena itu, pada penelitian ini mengambil judul **“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kue Pia Pada UD. Pia Hikmah The First Di Desa Gembleb Pogalan Trenggalek”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berangkat dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat memberikan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan pengelola dalam produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada UD. Pia Hikmah The First di desa Gembleb Pogalan Trenggalek?

2. Apasaja faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam dalam produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada UD. Pia Hikmah The First di desa Gembleb Pogalan Trenggalek?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisa penerapan etika bisnis Islam dalam produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan kue pia pada UD. Pia Hikmah The First di desa Gembleb Pogalan Trenggalek.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam dalam produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan kue pia pada UD. Pia Hikmah The First di desa Gembleb Pogalan Trenggalek.

### **D. 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. Ruang lingkup meliputi informasi seputar penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan kue pia yang dilakukan UD. Pia Hikmah The First di desa Gembleb Pogalan Trenggalek.
2. Pembahasan berfokus pada faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi dan pemasaran

untuk meningkatkan penjualan kue pia yang dilakukan UD. Pia Hikmah The First di desa Gembleb Pogalan Trenggalek.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Secara garis besar penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu dan wawasan bagi penulis ataupun pembaca, khususnya sebagai pedoman bagi para pengusaha muslim untuk lebih memperhatikan etika bisnis islam dalam melaksanakan usahanya supaya dalam menjalankan usaha atau bisnis tidak hanya mendatangkan keuntungan semata, tetapi juga mendatangkan berkah bagi para pengusaha atau pembisnis. Manfaat yang didapat dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teoritis

Bahwa pentingnya suatu bisnis atau usaha menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Berdasarkan penerapan etika bisnis yang pada saat sekarang ini telah banyak pelaku-pelaku ekonomi yang menyalahgunakan pengetahuannya atau keterampilannya dalam berbisnis. Sehingga harus ditanamkan kepada pelaku ekonomi tentang pengetahuan mengenai etika bisnis islam dan juga sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama muslim. Khususnya dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Kegiatan produksi merupakan titik awal dari banyaknya tindakan penyalahgunaan pengetahuan atau keterampilan yang dilakukan oleh beberapa pelaku ekonomi mulai dari cara mendapatkan modal (modal yang halal dilihat dari cara mendapatkannya), pengumpulan bahan (bahan yang halal zat

dan cara mendapatkannya), cara produksi selalu menjaga kebersihan (kebersihan bahan, alat, tempat, dan pekerja), cara produksi yang jujur (jujur dalam takaran, campuran bahan, dan proses pengolahan). Kegiatan pemasaran produk merupakan titik utama sering terjadinya penyimpangan, pelanggaran kode etik, dan hal lain seperti informasi produk yang tidak sesuai (harusnya amanah dalam menyampaikan produk), permainan harga atau tidak transparannya pematokan harga (herusnya memberikan daftar harga yang selalu diperbarui dan transparan), dan penipuan yang hanya akan menimbulkan kerugian. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah diterapkan tersebut dapat memberikan kenyamanan dan kepercayaan terhadap masyarakat luas, karyawan/karyawati, konsumen, dan semua pihak terkait bisnis atau usaha tersebut. Dengan semakin tingginya kepercayaan semua pihak terkait bisnis atau usaha tersebut akan membuahkan hasil berupa kenyamanan dalam menjalankan usaha secara kontinu, dipermudah dalam mengembangkan usaha, permintaan tinggi, dan meningkatkan omset penjualan.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini semoga dapat membantu menambah perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung untuk dijadikan refensi yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademisi,



baik dosen maupun mahasiswa pada umumnya dan bagi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah pada khususnya.

b. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Hasil penelitian ini bisa menjadi literatur atau rujukan untuk para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dalam produksi dan pemasaran khususnya dalam sektor kuliner.

## **F. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan kekeliruan dalam memahami judul serta permasalahan yang akan peneliti teliti, dan sebagai pegangan agar lebih terfokus kajian ini lebih lanjut, maka peneliti membuat penegasan istilah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Etika bisnis islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan juga upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah selanjutnya tentu melaksanakan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan atau suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (religiousness economy practical guidance).

b. Produksi

Produksi menggambarkan hubungan antara jumlah input dan output (yang berupa barang atau jasa) yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode.

c. Pemasaran

Pemasaran merupakan penciptaan nilai pelanggan yang lebih besar daripada yang diciptakan pesaing. Dalam artian bagaimana suatu produk tersebut dapat diminati banyak konsumen, memiliki kekuatan daya tarik konsumen, sehingga produk tersebut dapat dikatakan sebagai kebutuhan.

d. Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

e. Usaha Dagang (UD)

Usaha dagang adalah salah satu bentuk badan usaha yang dimiliki oleh satu orang saja.

2. Definisi Operasional

Berdasarkan penegasan secara konseptual diatas maka secara operasional yang dimaksud dari penerapan etika bisnis islam dalam produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan kue pia pada UD. Pia Hikmah The First di desa Gembleb Pogalan Trenggalek adalah menganalisis bagaimana kegiatan produksi dan pemasaran pada UD. Pia Hikmah The

First apakah selama ini sudah sesuai dengan etika bisnis yang telah diajarkan oleh syariat Islam dan juga menganalisis apakah penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi dan pemasaran pada UD. Pia Hikmah The First dapat meningkatkan penjualan.

#### **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penelitian ini terdapat 6 (enam) bab pembahasan, yaitu:

**BAB I:** Pendahuluan, dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

**BAB II:** Kajian Pustaka, dalam bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan sebagai alat analisa pada penelitian ini. Bab ini terdiri dari 4 (empat) sub bab yang mencakup tentang kajian fokus pertama, kajian fokus kedua dan seterusnya, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

**BAB III:** Metodologi Penelitian, dalam bab ini digunakan untuk menentukan jenis penelitian yang berisi tentang penggalan data dan analisis data. Bab ini terdiri dari 8 (delapan) subbab yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

**BAB IV:** Hasil Penelitian, dalam bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan paparan data yang berkaitan dengan tema skripsi. Pada bab ini terdiri dari 3 (tiga) sub bab yang meliputi gambaran umum objek penelitian, paparan data, dan analisis data.

**BAB V:** Pembahasan, dalam bab ini berisi tentang pembahasan terkait dengan hasil temuan yang di analisa dengan teori-teori yang disajikan dalam bab II. Bab ini terdiri dari 2 (dua) sub bab yang mencakup tentang penerapan dan faktor (pendukung dan penghambat) penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan pengelola dalam kegiatan produksi dan pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada UD. Pia Hikmah The First di Desa Gembleb Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.

**BAB VI:** Penutup, dalam bab terakhir ini merupakan hasil akhir dalam penelitian yang memberikan kesimpulan dan saran dalam skripsi.

**Lampiran:** Dalam lampiran ini berisi tentang dokumentasi, pedoman wawancara, surat permohonan izin penelitian, dan daftar riwayat hidup.