1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAMPAK PENERAPAN ETIKA PRODUKSI DALAM BISNIS SYARIAH PADA VOLUME PENJUALAN KONVEKSI RIZQUNA DI DESA AMBIT KECAMATAN WALED KABUPATEN CIREBON

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S.Sy)
Pada Program Studi Muammalah-Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Disusun oleh:

Habib Yusuf

NIM. 14122210974

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATICIREBON
1437 H / 2016 M

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAK

Nama : Habib Yusuf, NIM : 14122210974, Judul :*Dampak Penerapan Etika Produksi Syariah PadaVolume Penjualan Konveksi Rizquna di Desa Ambit, Kecamatan Waled, Kabupaten Cirebon*. Skripsi, 2016

Salah satu aktivitas penting dalam kehidupan ekonomi adalah aktivitas jual beli, dimana dari aktivitas tersebut akan selaluterjadikarenaadanya proses permintaandanpenawaran, yang harus berdasarkan aturan syariah. Dalam suatu bisnis tidak akan terlepas dari yang namanya produksi, karena dalam proses inilah pengusaha dapat membuat suatu barang/jasa, akan tetapi proses ini pula yang dapat menentukan apakah produk yang dihasilkan bermanfaat ataupun halal untuk digunakan, oleh karena itu dalam proses produksi harus mengedepankan etika produksi yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah supaya keuntungan yang didapatkan mendapatkan keberkahan dan bermanfaat bagi setiap konsumen yang memakainya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, pengumpulan penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan atau observasi dan wawancara dengan objek penelitian di Konveksi Rizquna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meninjau kembali berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah tentang penerapan etika produksi syariah pada Konveksi Rizquna terhadap volume penjualan.Rumusan masalahnya ialah a. Bagaimana penerapan etika produksi syariah pada Konveksi Rizquna? dan b. Bagaimana dampak penerapan etika produksi syariah pada Konveksi Rizquna terhadap volume penjualan?

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis di Konveksi Rizquna yang dikelola oleh bapak Ashuril Maesy merupakan konveksi yang menjalankan transaksinya berdasarkan aturan syariah, dilihat dari aspek sumber daya insani, aspek teknis, aspek permodalan, produk dan harga yang ditetapkannya, yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang *halalan thoyyiban.* Beberapa faktor yang mendukung, sumber daya insani yang benar-benar selalu mengedepankan aturan syariah dan sumber modal yang mencukupi untuk melakukan trobosan yang baru. Maka dari itu, hasil dari penerapan etika produksi syariah pada Konveksi Rizquna berpengaruh terhadap kenaikan volume penjualan.

Kata Kunci : *Etika Produksi Syariah, Konveksi Rizquna dan Volume Penjualan*

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRACT

Name: Habib Yusuf, NIM: 14122210974, Title: *Impact of Implementation of Sharia Production Ethics In convection Rizquna Against Sales Volume*. Skripsi, 2016.

One of the important activities in the economic life is the activity of buying and selling, where such activities will always occur because of the process of demand and supply, which should be based on the rules of Sharia. In a business would not be separated from the name of production, because in this process, employers can create a goods / services, but this process also can determine whether the products useful or permissible to be used, therefore, in the production process must promote ethics production which is based on islamic principles so that the gains get a blessing and benefit to every consumer who wear them.

This study uses qualitative research, research collection is done by conducting observation or observation and interviews with the object of research in Convection Rizquna. This study aimed to analyze and review based on the principles of sharia economics of the application of sharia in ethical production Convection terhdapap Rizquna sales volume. The formulation of the problem is a. How ethical application of sharia in Convection Rizquna production? and b. How ethical impact of sharia on Convection Rizquna production to sales volume?

Based on the results of research and analysis in Convection Rizquna managed by Mr. Ashuril Maesy a convection execute transactions based on sharia rules, viewed from the aspect of human resources, technical aspects, capital, products and prices are fixed, which aims to get the results halalan thoyyiban , Some of the factors that support, human resources that really always puts the rule of sharia and capital resources are insufficient to make a new breakthrough. Therefore, the results of the application of sharia in the production ethics Rizquna Convection effect on the increase in sales volume.

Keywords: *Production Ethics Sharia, Convection Rizquna and Volume Sales*

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

الملخص

الاسم :حبيب يوسف، نيم 14122210974 :، العنوان :أثر تطبيق الشريعة أخلاقيات الإنتاج في رزقنا الحراري ضد حجم المبيعات.

واحدة من الأنشطة الهامة في الحياة الاقتصادية هو نشاط البيع والشراء، حيث مثل هذه الأنشطة سوف يحدث دائما بسبب عملية العرض والطلب، والتي ينبغي أن تستند على قواعد الشريعة .في عمل لا يمكن فصلها عن اسم الإنتاج، لأنه في هذه العملية، يمكن لأصحاب العمل إنشاء السلع / الخدمات، ولكن هذه العملية أيضا يمكن تحديد ما إذا كانت منتجات مفيدة أو المسموح بها لاستخدامها، وبالتالي، في عملية الإنتاج يجب تعزيز الأخلاق إنتاج والتي تقوم على المبادئ الإسلامية بحيث المكاسب الحصول على مباركة وتستفيد من كل مستهلك الذي بسها.

البحث النوعي، ويتم هذه الدراسة يستخدم مجموعة الأبحاث عن طريق إجراء المراقبة أو الملاحظة والمقابلات مع كائن من البحوث في الحمل الحراري رزقنا .هدفت هذه الدراسة إلى تحليل ومراجعة على أساس مبادئ الاقتصاد الشريعة لتطبيق الشريعة في أخلاقية الانتاج الحراري رزقنا حجم المبيعات .صياغة المشكلة هي .كيف أخلاقية تطبيق الشريعة في الإنتاج الحراري رزقنا ؟ وب .كيف الأخلاقية تأثير الشريعة على الإنتاج الحراري رزقنا لحجم المبيعات؟

وبناء على نتائج البحث والتحليل في الحمل الحراري رزقنا يديرها السيد اسهرالمايس على الحمل الحراري تنفيذ المعاملات على أساس قواعد الشريعة، ينظر اليها من الجانب الموارد البشرية، والجوانب التقنية ورأس المال والمنتجات والأسعار الثابتة، والتي تهدف للحصول على طيبا النتائج حلالن ، بعض العوامل التي تدعم والموارد البشرية حقا أن يضع دائما حكم الشريعة ورأس المال الموارد غير كافية لإحداث انطلاقة جديدة .ولذلك، فإن نتائج تطبيق الشريعة في آداب إنتاج رزقنا الحراري تأثير على زيادة في حجم المبيعات.

كلمات البحث :إنتاج أخلاقيات الشريعة، الحراري رزقنا وحجم المبيعات

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"Dampak Penerapan Etika Produksi Dalam Bisnis Syariah Pada Volume Penjualan Konveksi Rizquna Desa Ambit Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon"**, oleh **Habib Yusuf**, Nomor Induk Mahasiswa: **14122210974**, telah diujikan dalam sidang munaqasah IAIN SYEKH NURJATI CIREBON pada hari selasa tanggal 28 Juni 2016

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Syariah (S.Sy)** di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Syariah (MHES) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 28 juni 2016
Sidang Munaqosah

Ketua,
Merangkap Anggota

H. Juju Jumena, MH
NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris,
Merangkap Anggota

Eef Saefullah, S.Ag, MHI
NIP. 19760312 200312 1 003

Anggota

Penguji I,

Dr.H. Wasman M.Ag
NIP. 19590601 200501 1 008

Penguji II,

Dr.H. Edy Setiawan, Lc.
NIP. 19770405 200501 1 003

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
ABSTRAK ..... **ii**
ABSTRAC ..... **iii**
الملخص ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **vi**
NOTA DINAS ..... **vii**
PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI ..... **viii**
RIWAYAT HIDUP ..... **xiii**
MOTTO & PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 8
E. Penelitian Terdahulu 8
F. Kerangka Berfikir 10
G. Metodologi Penelitian 12
H. Sistematika Penulisan 15

BAB II ETIKA PRODUKSI DALAM BISNIS SYARIAH

A. Etika Produksi Syariah 17
1. Perbedaan Etika, Moral dan Norma 23

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Definisi Produksi 27
3. Definisi Syariah 29
B. Etika Produksi Pada Bisnis Syariah 31
1. Tujuan Produksi 32
2. Faktor-Faktor Produksi 37
3. Penetapan Harga 42
4. Proyeksi Penentuan Keuntungan 44
5. Distribusi Pendapatan 46
C. Volume Penjualan 48
1. Target Penjualan 49
2. Laba Yang Didapatkan 50
3. Menunjang Pertumbuhan Bisnis 51

BAB III PENERAPAN ETIKA PRODUKSI DALAM BISNIS SYARIAH PADA KONVEKSI RIZQUNA

A. Gambaran Umum Konveksi Rizquna
1. Sejarah dan Tujuan Konveksi Rizquna 53
2. Nama Unit Usaha 54
3. Aspek SDM dan Organisasi Konveksi Rizquna 56
4. Aspek Teknis dan Sarana Konveksi Rizquna 58
5. Aspek Produk dan Harga Konveksi Rizquna 59
B. Penerapan Etika Produksi Syariah Pada Konveksi Rizquna
1. Tujuan Pengadaan Barang dan Manfaatnya 60
2. Tenaga Kerja (Sumber Daya Insani) 61
3. Modal 62
4. Pengelolaan 64
5. Penetapan Harga 65
6. Proyeksi Keuntungan/Laba 66
7. Distribusi Pendapatan 67

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB IV DAMPAK PENERAPAN ETIKA PRODUKSI DALAM BISNIS SYARIAH PADA VOLUME PENJUALAN KONVEKSI RIZQUNA

A. Target Penjualan 69
1. Target Dapat Dicapai 70
2. Target Sesuai Dengan Prediksi Pertumbuhan Pasar 72
3. Target Berdasarkan Unsur Pertimbangan Yang Realistis ... 73

B. Memaksimalkan Keuntungan/Laba 74
1. Potensi Diri 75
2. Kreativitas 76
3. Strategi Pemasaran 77
4. Percaya Diri 81

C. Menunjang Pertumbuhan Bisnis 82
1. Faktor Internal 82
2. Faktor Eksternal 85
3. Pengaruh Industri Lokal 86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 88
B. Saran 89

DAFTAR PUSTAKA 90

LAMPIRAN 91

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian modern sangatlah maju, ditambah dengan dipermudahnya transaksi jual-beli dengan berbagai macam konsep pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Inilah sebabnya banyak pedagang besar dan eceran dalam ekonomi modern.

Dalam sebuah bisnis, konsep pemasaran telah menempatkan konsumen atau pelanggan sebagai fokus utama. Para peneliti dan akademisi berusaha mengkaji aspek-aspek konsumen untuk mengembangkan strategi pemasaran yang diharapkan mampu meraih pangsa pasar yang tersedia.

Menurut Don Peppers dan Martha Rogers sebagai ahli pemasaran menyatakan bahwa satu-satunya nilai yang dapat diciptakan pebisnis adalah nilai yang berasal dari pelanggan yaitu semua nilai yang dimiliki sekarang dan yang akan dimiliki di masa depan. Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggan merupakan satu-satunya alasan pebisnis membangun pabrik ataupun toko, mempekerjakan karyawan, menjadwalkan rapat atau melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apapun. Tanpa pelanggan seseorang tidak mempunyai bisnis.[1]

Dalam perspektif Islam, perilaku seorang pebisnis atau seorang produsen muslim memiliki batasan syariat yang tidak boleh dilanggar, seperti larangan memproduksi barang yang haram, mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar, memungut hasil dari riba dan kewajiban untuk mengeluarkan zakat. Produsen muslim dalam melakukan aktivitas produksinya selalu berjalan dalam syariat, sehingga ia tidak akan melakukan tindakan yang merugikan pihak lain terutama pelanggan.[2]

[1]Philip Kotler dan kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasarsan: Edisi Ketiga Belas*, terj. Bob Sabran(Jakarta: Erlangga, 2008), 134

[2]M.Nur Rianto Al-Arif dan Euis Amalia, *Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Kencana, 2010), 180-181

Seorang produsen pasti melakukan kegiatan produksi yang berarti membuat nilai manfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja, sehingga kegiatan produksi mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada waktu, harga dan jumlah yang tepat. Oleh karena itu, dalam proses produksi biasanya pabrik atau toko menekankan agar produk yang dihasilkan mengeluarkan biaya yang murah, melalui pendayagunaan sumber daya-sumber daya yang digunakan, didukung dengan inovasi dan kreativitas untuk menghasilkan barang dan jasa tersebut.[3]

Dalam hal ini perkembangan usaha mikro pun semakin meningkat karena tidak membutuhkan keahlian ataupun pendidikan yang tinggi, yang terpenting adalah kemauan bekerja keras dan tidak mudah putus asa. Usaha mikro adalah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi dengan mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan arus barang dan jasa yang dibutuhkan dari produsen kepada pelanggan atau klien.[4]Banyak usahawan yang bangkit dari keterpurukan dalam bisnisnya ataupun karena kesalahan saat bekerja sehingga dikeluarkan dari perusahaan, yang kemudian mencoba suatu peluang usaha dengan kemampuan dan pengetahuan seadanya dalam usaha yang akan di kerjakannya.

Sebagaimana firman Allah SWT yang menjelaskan sumberdaya alam yang sangat melimpah sebagai bekal makhluk-Nya yang berfikir. Al-Qur'an Surah Al-An'am ayat 99 :

وَهُوَ ٱلَّذِىٓ أَنزَلَ مِنَ ٱلسَّمَآءِ مَآءً فَأَخۡرَجۡنَا بِهِۦ نَبَاتَ كُلِّ شَىۡءٍ فَأَخۡرَجۡنَا مِنۡهُ خَضِرًا نُّخۡرِجُ مِنۡهُ حَبًّا مُّتَرَاكِبًا وَمِنَ ٱلنَّخۡلِ مِن طَلۡعِهَا قِنۡوَانٌ دَانِيَةٌ وَجَنَّٰتٍ مِّنۡ أَعۡنَابٍ وَٱلزَّيۡتُونَ وَٱلرُّمَّانَ مُشۡتَبِهًا وَغَيۡرَ مُتَشَٰبِهٍۗ ٱنظُرُوٓاْ إِلَىٰ ثَمَرِهِۦٓ إِذَآ أَثۡمَرَ وَيَنۡعِهِۦٓۚ إِنَّ فِى ذَٰلِكُمۡ لَأٓيَٰتٍ لِّقَوۡمٍ يُؤۡمِنُونَ ٩٩

[3]Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 52

[4]E.Jerome McCarthy dan William D.Perreault, *Dasar-Dasar Pemasaran*, terj. Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 1993), 8

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

"Dan Dialah yang menurunkan air hujan dari langit, lalu Kami tumbuhkan dengan air itu segala macam tumbuh-tumbuhan Maka Kami keluarkan dari tumbuh-tumbuhan itu tanaman yang menghijau. Kami keluarkan dari tanaman yang menghijau itu butir yang banyak; dan dari mayang korma mengurai tangkai-tangkai yang menjulai, dan kebun-kebun anggur, dan (kami keluarkan pula) zaitun dan delima yang serupa dan yang tidak serupa. perhatikanlah buahnya di waktu pohonnya berbuah dan (perhatikan pulalah) kematangannya. Sesungguhnya pada yang demikian itu ada tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang beriman".(QS. Al-An'am : 99).

Menurut tafsir jalalain maksudnya adalah (Dan Dialah yang menurunkan air hujan dari langit, lalu Kami tumbuhkandengan air itu) menyirami bumi dengan air hujan (segala macam tumbuh-tumbuhan) yang dapat tumbuh (maka Kami keluarkan darinya) dari tumbuh-tumbuhan itu sesuatu (tanaman yang hijau) yang menghijau (Kami keluarkan darinya) dari tanaman yang menghijau itu (butir yang banyak) seperti bulir-bulir gandum dan sejenisnya (dan dari pohon kurmayaitu dari mayangnya) yaitu dari pucuk pohonnya (keluar tangkai-tangkainya) tunas-tunas buahnya (yang mengurai) saling berdekatan (dan) tumbuhkan lagi (kebun-kebun) tanaman-tanaman (anggur, zaitun dan yang serupadan yang tidak serupa) buahnya (perhatikanlah) perhatian yang disertai pemikiran (buahnya di waktu pohonnya berbuah) ketika munculnya buah (dan kematangannya)dan apabila telah masak. (Sesungguhnya yang demikian itu ada tanda-tanda) menunjukkan kekuasaan Allah SWT. dalam menghidupkan yang mati dan sebagainya (bagi orang-orang yang beriman) hanya merekalah yang dapat memanfaatkan hal ini untuk keimanan mereka.[5]

Dalam hal ini setiap orang harus memahami maksud dari Al-Qur'an dengan tujuan agar memiliki hikmah yang sejalan dengan hukum islam juga memungkinkan untuk merumuskan sistem dalam ilmu pengetahuan.[6]

Akan tetapi ilmu tidak bermanfaat kalau tidak dipraktikan dengan berbisnis. Berbisnis dibutuhkan bukan hanya sekali waktu saja, tetapi terus menerus. Berbisnis juga dibutuhkan untuk menghasilkan sesuatu yang terbaik

[5]Jalaluddin Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy, *Tafsir Jalalain*, (Tasikmalaya : Pesantren Persatuan Islam 91, 2010),Q.S[6]: 99.

[6]Kutowijoyo, *Islam Sebagai Ilmu* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), 11

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

dan untuk mencapai karunia Allah SWT. Berbisnis dalam Islam adalah suatu kewajiban bagi mereka yang mampu, tidak dibenarkan bagi seorang muslim berpangku tangan dengan alasan mengkhususkan waktu untuk beribadah kepada Allah SWT. Dan Islam sangat mengagungkan berbisnis atau berusaha dan memasukannya sebagai bagian dari pada ibadah. Di sisi lain, pekerjaan dikategorikan sebagai jihad jika diniatkan dengan ikhlas dan diiringi dengan ketekunan dan ihsan.[7]

Begitu pula untuk meningkat pemahaman seseorang yang bertujuan memanfaatkan peluang dan kemampuan dalam menjalakan usahanya baik makro, menengah, mikro dan kecil.

Kata Heilbroner, demikianlah orang seperti ini dinamakan para *entrepreneur*, mereka memiliki energi baru secara berlimpah ruah yang seakan-akan tidak kunjung padam. Dipandang dari sudut ekonomi dan bukan dipandang dari sudut politikal, kelompok manusia demikian patut dijuluki dengan "orang-orang revolusioner", karena perubahan yang ditimbulkan oleh mereka bersifat total dan tidak dapat ditahan, serta memadukan aspek produksi dengan pemasaran dalam menjalankan kegiatan ekonominya.[8]

Sekalipun produksi merupakan kegiatan ekonomi yang diperlukan, sebagian orang melebih-lebihkan kadar pentingnya dihubungkan dengan pemasaran. Dengan kata lain, banyak orang beranggapan bahwa dengan memiliki barang yang baik saja maka usahanya akan berhasil tanpa perlu adanya pemasaran.

Perlu diketahui bahwa semua kegiatan itu bagian dari produksi, produksi yaitu pembuatan barang atau melakukan jasa tertentu. Sebaliknya semua hal itu merupakan bagian dari proses yang lebih besar yang disebut pemasaran. Yang menyediakan arah yang diperlukan produksi dan membantu untuk memastikan pembuatan produk yang tepat dan menyampaikannya kepada konsumen. Yang berarti gagasan bahwa memiliki barang yang baik saja cukup itutidak benar.

[7]Veitzal Rivai, dkk. *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 284-285
[8]J.Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship* (Yoyakarta: Kencana, 2003), 8

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Intinya adalah bahwa produksi dan pemasaran merupakan bagian penting dari sistem bisnis menyeluruh yang bertujuan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan konsumen.[9]

Dalam hal ini kita perlu memahami dan membedakan antara usaha mikro dengan usaha kecil. Definisi usaha mikro secara tidak langsung sudah termasuk dalam definisi usaha kecil berdasarkan UU No.9 Tahun 1995, namun secara spesifik didefinisikan sebagai berikut :

Usaha Mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan tahunan bisnis tersebut paling banyak Rp 100.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia.

Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia.[10]

Usaha mikro yang banyak di jalankan orang salah satu diantaranya adalah konveksi. Konveksi adalah sebutan bagi toko yang menjual berbagai macam baju, celana dan sebagainya, yang di dalamnya banyak pilihan dan tipe yang dapat di sesuaikan oleh pelanggan.

Usaha konveksi memang sudah menjadi pilihan dari masyarakat di Indonesia untuk mendapatkan keuntungan guna menopang seluruh kebutuhan hidup. Usaha konveksi yang dijalani ini ternyata memiliki banyak keunggulan, yang membuatnya semakin diminati orang. Usaha konveksi termasuk ke dalam jenis usaha dan bisnis yang tidak pernah mati.[11]

Produk yang dimiliki oleh suatu konveksi mempengaruhi minat pelanggan begitu pula tarif harga yang ditentukan dapat menambah keinginan pelanggan untuk memberikan loyalitasnya kepada konveksi tersebut.

[9]E. Jerome McCarthy dan William D.Perreault, *Dasar-Dasar Pemasaran*, terj. Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 1993), 5

[10]M.Kuartono Adi, *Analisis Usaha Kecil dan Menengah* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 12

[11]Daryanto dan Sudarto, *Teknik Menjahit Pakaian Pria*, (Semarang: Aneka Ilmu, -), 1

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Melalui harga dan kualitasyang dimilikinya, Konveksi Rizqunaharus menciptakan dan membina karyawan yang berkualitas pula. Oleh karena itu, keberhasilan usaha ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkannya dan memberikan pelayanan terhadap pelanggan, sebagai sebuah usaha mikro yang sedang berkembang, Konveksi Rizquna harus lebih fokus terhadap pelayanan terutama dalam hal etika, karena itulah yang dapat menjadi nilai tambah dan paling dilirik sebelum kepada kulitas barang.

Dari observasi awal ke konveksi Rizquna di Desa Ambit-Waled seperti halnya konveksi pada umumnya, akan tetapi ketika mengamati lebih teliti ada beberapa etika yang dilakukan oleh konveksi tersebut yang masih perlu dikaji bagaimana hukumnya menurut ekonomi syariah. Karena dimana kesalahfahaman ukuran pesanandi tanggung oleh pemilik konveksi dan pesanan yang hanya memesan tanpa adanya dana pertama (DP) tetap akan dilayani akan tetapi tidak ditentukan kapan akan jadinya. Selama ini penulis mengamati etika bisnis baru kali ini penulis melihat praktek yang demikian.

Dengan latar belakang yang sudah penulis paparkan di atas, penulis mengarahkan penelitian terkait **"DampakPenerapan Etika Produksi Dalam Bisnis Syariah Pada Volume Penjualan Konveksi Rizquna Desa Ambit Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkanuraian yang terdapatpadalatarbelakang di atas, maka dapat di identifikasikan masalahnya dan rumusan masalahnya.

1. Identifikasi Masalah
   a. Wilayah Penelitian

      Wilayah penelitian ini termasuk ke dalam wilayah kajian ekonomi mikro islam, namun lebih kepada etika produksinya.

   b. Pendekatan Penelitian

      Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif,yang dilakukan di Desa Ambit Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon. Disamping itu, penelitian ini

memanfaatkan buku-buku dan literatur terkait dengan tema penelitian ini sebagai basis datanya.

c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini adalah susahnya menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam jual-beli pada Konveksi Rizquna, penetapan dana pertama (DP) dalam setiap transaksi pada Konveksi Rizquna, ketidaktepatan pesanan dengan waktu yang telah ditentukan dan kurangnya tenaga kerja yang berpengalaman dalam bidang jahit-menjahit.

d. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang ditulis di atas maka penulis membatasi masalahnya untuk menghindari kesalahfahaman dan luasnya masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi masalah hanya pada aspek mengenai etika produksi syariah dan dampaknya terhadap volume penjualan.

2. Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah yang diangkat dalam permasalahan ini adalah :

a. Bagaimana penerapan etika produksidalambisnissyariah pada Konveksi Rizquna?
b. Bagaimana dampak penerapan etika produksidalambisnissyariah pada volume penjualanKonveksiRizquna?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan etika produksidalambisnissyariah di Konveksi Rizquna.
2. Untuk mengetahui dampak penerapan etika produksi syariah pada volume penjualanKonveksiRizquna.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Penulis
   a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan peneliti dalammemproduksisuatu barang agar sesuai dengan hukum produksisyariah.
   b. Menambah pengetahuan peneliti dan melatih diri berfikir secara ilmiah tentang penerapan etika produksisyariah pada konveksi.
2. Bagi Akademik
   a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya supaya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian tentang hal seperti ini.
   b. Penulis mengharapkan bisa bermanfaat bagi penambahan perbendaharaan kajian ilmiah bagi peneliti berikutnya di wilayah kajian ekonomi mikro islam khususnya berkenaan dengan etika bisnis syariah.
3. Bagi Tempat

   Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan Konveksi Rizquna Ambit-Waled agar menerapkan etikaproduksisyariahdalam setiap trasnaksinya.

E. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu terkait dengan judul penelitian penulis, yaitu:

1. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention*(Studi Kasus pada Bank BPD DIY Cabang Syariah), (Muhammad Faiz Rosyadi, Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**,** 2002) hasil dalam penelitian ini adalah berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel keadilan (*'adl*), kehendak bebas(*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan kebenaran, berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* di Bank BPD DIY Cabang Syariah.

2. Analisis Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional dan *Organizational Citizenship Behavior* (Studi pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Hudatama Semarang), (Nafilah Lailaturrohmah, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Dipenogoro Semarang, 2014) hasil dalam penelitian ini adalah berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel Komitmen Organisasional dan*Organizational Citizenship Behavior* yaitu perilaku positif yang dimiliki oleh karyawan terhadap individual lain seperti kerjasama ataupun bantuan bagi keberhasilan secara keseluruhan diluar kewajiban atau tugas normalnya, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja di Koperasi Jasa Keuangan syariah BMT Hudatama Semarang.
3. AnalisisPenerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi Kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu), (Laili Latifah Puspitasari, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014) hasil dari penelitian ini adalah penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan profitabilitasperusahaan, hal ini dibuktikan dengan hasil kuisioner karyawan yang tinggi baik pada aspek etika manajemen, aspek etika pemasaran, maupun aspek etika lingkungan.Apabila perusahaan dapat menerapkan pedoman etika bisnis Islam tersebut dengan baik dan secara berkelanjutan, maka diyakini oleh sebagian besar karyawan tingkat profitabilitas perusahaan akan meningkat.
4. Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pengusaha Muslimdi Desa Kureksari Waru Sidoarjo, (Emi Rosyidah, Prodi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2014) hasil dari penelitian ini adalah pada dasarnya persaingan usaha sangatlah ketat, akan tetapi persaingan ini bisa memacu untuk berfikir lebih maju terutama dengan mempraktikan etika dalam Islam terhadap pengusaha

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

muslim yang dengan penggunaan ini bisa menjadi nilai tambah bahkan dapat meningkatkan profit dari usaha yang dijalankan.

5. Penerapan Etika Bisnis dalam Pemasaran Produk Mitra Iqro' di Asuransi Bumi Putera 1912Syariah Yogyakarta, (Siti Aisah, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2009) hasil dari penelitian ini adalah pemasaran produk mitra iqro' di Asuransi Bumi Putera 1912 Syariah Yogyakarta dapat meningkat karena memerhatikan etika dalam berbisnis, sehingga setiap orang bisa menerima produk ini secara terbuka.

Dari penelitian terdahulu yang sudah ada sebelumnya, dimana penyusun mengkaji tentang penerapan etika produksi syariah di Konveksi Rizquna.

F. Kerangka Berpikir

Salah satu tujuan manusia adalah menginginkan kehidupan yang layak, sekalipun sudah terpenuhi timbul lagi keinginan yang lain. Dan untuk mencapai kepuasan yang layak tersebut, mereka berusaha melalui berbagai macam cara yang ditempuh khususnya dalam berwirausaha. Sesuai dengan perkembangan zaman bahwa bermacam-macam usaha yang ada dalam masyarakat berubah-ubah dan semakin bertambah, sejalan dengan keinginan masyarakat dan kondisinya.

Berwirausahamerupakan termasuk dalam hal muammalah. Berwiarusaha adalah suatu cara untuk memperoleh manfaat dengan jalan jual-beli, sewa ataupun yang lainnya berdasarkan ketentuan yang ditetapkan Allah SWT agar dalam melakukan kegiatan muamalah jangan sampai memakan harta sesama secara batil. Jual-beli harus dilaksanakan dengan persetujuan kedua belah pihak dengan sukarela dalam menjalankan akad.[12]

Menurut Ibnu Sina bahwa setiap orang diwajibkan untuk bekerja dan berusaha. Kewajiban itu pada hakikatnya berlaku juga bagi mereka yang menerima warisan, karena mereka harus sadar bahwa harta yang diperolehnya

[12]Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Press, 1993), 15.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

adalah hasil dari kerja dengan cucuran keringat bapak, nenek, atau keluarga yang memberikan warisan kepadanya.[13]

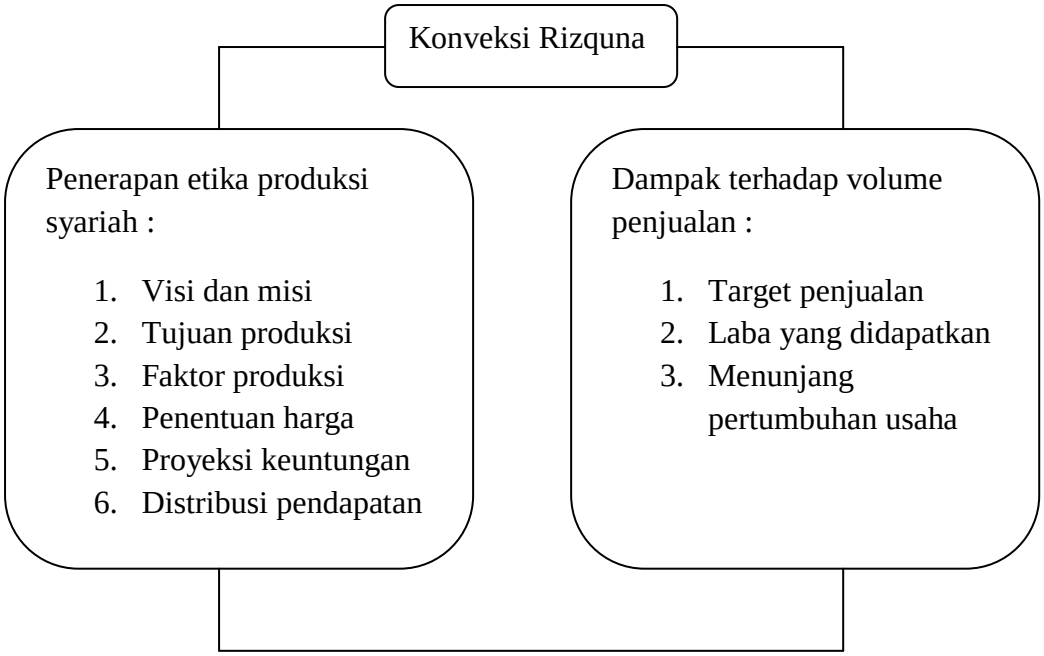
Dari masalah-masalah tersebut penyusun mencoba menelaah dalam rangka berfikir menghadapi kenyataan yang terjadi dalam masyarakat serta menelusuri pokok masalah yang ditemui di kalangan masyarakat Waled.Diantara usaha-usaha yang ada di Waled salah satunya adalah konveksi. Konveksi adalah sebutan bagi toko yang menjual berbagai macam baju, celana dan sebagainya, yang di dalamnya banyak pilihan dan tipe yang dapat di sesuaikan oleh pelanggan.Produk yang dimiliki oleh suatu konveksi mempengaruhi minat pelanggan begitu pula tarif harga yang ditentukan dapat menambah keinginan pelanggan untuk memberikan loyalitasnya kepada konveksi tersebut..

R.C. Monga mengemukakan pendapatnya tentang hal ini, bahwasanya produktivitas berarti menciptakan kekayaan melalui penciptaan penerapan pengetahuan hingga dapat disediakan produk-produk serta jasa-jasa yang memenuhi kebutuhan para pemakai dan yang bersifat konsisten dengan tujuan-tujuan sosial, lingkungan dan ekonomi masyarakat yang bersangkutan.[14]

Dalam berwirausaha, kita harus memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik itu ketika membeli ataupun hanya bertanya tentang kualitas barang saja. Karena pada dasarnya manusia akan lebih tertarik dengan pelayanan ataupun cara berinteraksi dari pada harga barang, dan ini merupakan modal besar yang harus dimiliki setiap wirausaha terutama dalam beretika yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan terhadap barang yang diproduksi tersebut.

[13]Abdullah Zaky Al-Kaaf, *Ekonomi dalam Perspektif islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 177
[14]J.Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship* (Yoyakarta: Kencana, 2003) 82-83

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



Gambar 1.1

Kerangka pemikiran

G. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Konveksi Rizquna Desa Ambit Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan teori-teori yang diuraikan sebelumnya.

Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu situasi kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[15]

Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[16]

3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh dari sumber utama, berupa interview langsung kepada para pelanggan terhadap pelaksanaan transaksi yang ada di Konveksi Rizquna. Dalam penelitian ini penulis mengambil data sebagai obyek penelitian adalah dari pengelola konveksi dan para pelanggan Konveksi Rizquna yang melakukan praktek jual-beli.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung, biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.[17] Penulis akan menggunakan data sekunder berupa buku-buku, kitab dan literatur-literatur lain yang berhubungan dengan manajemen produksi, yang bertujuan untuk menguatkan data yang ada serta mengsinkronkan antara teori dengan keadaan yang sebenarnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penyusun ingin mendapatkan data yang obyektif, valid dan relevan dalam masalah yang akan dibahas maka perlu adanya metode pengumpulan data. Untuk mendapatkan data yang obyektif tersebut tidak hanya bergantung pada metode melainkan tergantung dari

[15]Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2003),54
[16]Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006),6
[17]Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 36

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

kelincahan si peneliti itu sendiri. Dalam penelitian ini penyusun hanya menggunakan beberapa metode saja, yaitu :[18]

a. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis tentang gejala-gejala,fenomena-fenomena, atau peristiwa-peristiwa dari suatu aktifitas sehingga dapat memperoleh data-data yang cukup. Dengan cara ini penyusun mengamati langsung para pelanggan, dari mulai pemesanansampai ke transaksi jula-beli.

b. Wawancara

Penyusun selain mengadakan pengamatan langsung dalampengumpulan data, juga mengadakan komunikasi langsung dengan responden. Tujuan dari metode ini penyusun ingin mengetahui tanggapan, pendapat dan loyalitas para pelanggan yang berhubungandengan masalah praktek manajemen produksi yangdilakukan oleh Konveksi Rizquna Ambit.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan photo dan penyimpanan photo. Pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan.kumpulan bahan atau dokumen yang dapat digunakan sebagai asas bagi sesuatu kejadian, penghasilan sesuatu terbitan. Arsip kliping surat, foto-foto dan bahan referensinya yang dapat digunakan sewaktu-waktu untuk melengkapi berita yang telah terjadi.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif berkaitan dengan metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, adapun penyusun berusaha mengklasifikasikannya untuk dianalisa sehingga kesimpulan akhir dapat

[18]Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2013), 385

diperoleh. Adapun metode analisa yang penyusun gunakan sebagai berikut:[19]

a. Analisis sebelum dilapangan

Analisis sebelum dilapangan yaitu melakuakan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis ini dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. namun demikian fokus penelitian ini sifatnya masih sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk ke lapangan.

b. Analisis selama dilapangan

Analisis selama dilapangan yaitu pada saat pengumpulan data berlangsung analisis sudah mulai dilakukan dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu.Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, hingga diperoleh data yang dianggap cukup memuaskan.

H. Sistematika Penulisan

Untuk menyusun penelitian ini, sistematika penulisan diperlukan untuk menghasilkan penelitian yang sesuai dengan kaidah-kaidah metode penulisan karya ilmiah. Sistematika pembahasan menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Sistematika pembahasan ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini diuraikan secara garis besar beberapa permasalahan penelitian yang diantaranya, pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, pokok masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

[19]Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2013), 402

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Bab II Etika Produksi Dalam Bisnis Syariah, dalam bab ini berisi tentang kajian teori yang didalamnya berisikan definisi etika produksi syariah,etika produksi pada bisnis syariahdan volume penjualan.

Bab III Penerapan Etika Produksi Dalam Bisnis Syariah Pada Konveksi Rizquna, dalam bab ini dijelaskan mengenai gambaran umum Konveksi Rizquna dan penerapan etika produksi syariah pada Konveksi Rizquna.

Bab IV Dampak Penerapan Etika ProduksiDalam Bisnis Syariah Pada Volume Penjualan Konveksi Rizquna, bab ini menjelaskan tentang target penjualan, laba yang didapatkan dan penunjang pertumbuhan bisnis.

Bab V Penutup, bab ini berisi sub kesimpulan dari serangkaian pembahasan dan saran dari penulis.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, M.Kuartono. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah.* Yogyakarta: Andi Offset. 2007.

Agoes, Sukrisno. Ardana, I Cenik. *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat. 2013.

Al-Arif, M.Nur Rianto. Amalia, Euis. *Teori Ekonomi Mikro,* Jakarta: Kencana, 2010.

Al-Qur'an, *At-Thayyib.* Jakarta: Cipta Bagus Segara. 2012.

Amalia, Euis. *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam.* Jakarta: Rajawali Press. 2009.

Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah.* Jakarta: Rajawali Press. 2010.

Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis,* Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Asy-Syuyuthi, Jalaluddin. Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy. *Tafsir Jalalain.* Tasikmalaya: Pesantren Persatuan Islam 91. 2010.

Azhar Basyir, Ahmad. *Asas-asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Press. 1993.

Aziz, Abdul. *Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.

Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.

Badroen, Faisal. dkk. *Etika Bisnis dalam Islam,* Jakarta: Kencana, 2007.

Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Press. 1993.

Bertens, K. *Pengantar Etika Bisnis,* yogyakarta: Kanisius, 2000.

Daryanto. Sudarto. *Teknik Menjahit Pakaian Pria*. Semarang: Aneka Ilmu.

Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.* Jakarta: Erlangga. 2012.

Herimanto. Winarno. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.

Hubeis, Musa. *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.

Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah.* Jakarta: Sinar Grafika. 2008.

Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasarsan: Edisi Ketiga Belas.* terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2008.

Kutowijoyo. *Islam Sebagai Ilmu.* Yogyakarta: Tiara Wacana. 2007.

McCarthy, E. Jerome. D.Perreault, William. *Dasar-Dasar Pemasaran*, terj. Agus Dharma, Jakarta: Erlangga, 1993.

Moeheriono. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Rajawali Press. 2012.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 2006.

Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia. 2003.

Qadri, Ahmad. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an.* Yogyakarta: Pustaka Pesantren. 2006.

Rachels, James. *Filsafat Moral.* Yogyakarta: Kanisius. 2004.

Rajafi, Ahmad. *Masa Depan Hukum Bisnis Islam di Indonesia*. Yogyakarta: LKIS. 2013.

Ridwan, A.Muhtadi. *Geliat Ekonomi Islam.* Malang: UIN Maliki Press. 2011.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Rivai, Veitzal. dkk. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012.

Saiman, Leonardus. *Kewirausahaan.* Jakarta: Salemba Empat. 2012.

Sangadji, Etta mamang. Sopiah. *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2013.

S.Harahap, Sofyan. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam,* Jakarta: Salemba Empat, 2011

Sharif Chaudury, Muhammad. *Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2012.

Silalahi, Ulber. *Asas-Asas Manajemen.* Bandung: Refika Aditama. 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: Alfabeta. 2013.

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: UIN-Malang Press. 2008.

Suyanto, M. *Muhammad Business Strategy and Ethics*. Yogyakarta: Andi Offset. 2008.

Tasmara, Toto. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani. 2004.

Winardi, J. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Yoyakarta: Kencana. 2003.

Zaky Al-Kaaf, Abdullah. *Ekonomi dalam Perspektif islam.* Bandung: Pustaka Setia. 2002.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.