

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENINGKATAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PELAKU UMKM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus SKM Digital Print Bekasi Timur)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

ABDUL ROZAK

1908203066

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
1444 H / 2022 M**

ABSTRAK

Abdul Rozak. NIM: 1908203066, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENINGKATAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PELAKU UMKM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus SKM Digital Print Bekasi Timur)”, 2023

Bisnis *digital printing* merupakan salah satu bisnis percetakan yang cukup menjanjikan karena memiliki prospektif dan akan terus berkembang. Kondisi tersebut menyebabkan bisnis percetakan semakin banyak bermuculan. Akibatnya persaingan yang tidak sehat kerap kali terjadi hanya untuk memenangkan persaingan pasar. Untuk bisa mempertahankan kelangsungan bisnis ditengah ketatnya persaingan pasar, berbagai upaya dan strategi dilakukan oleh pelaku usaha untuk dapat memenangkan persaingan pasar, salah satunya yaitu mendapatkan kepercayaan dari konsumen dengan menerapkan etika bisnis Islam sebagai pedoman dalam mengambil sikap dan keputusan dalam kegiatan berbisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang penerapan faktor-faktor yang meningkatkan kepercayaan konsumen dengan perspektif etika bisnis Islam di SKM Digital Print Bekasi Timur. Kemudian dilanjutkan dengan mendeskripsikan bagaimana dampak yang didapatkan bisnis tersebut setelah menerapkan faktor-faktor yang meningkatkan kepercayaan konsumen tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara kepada para informan sedangkan data sekunder berasal dari penelitian-penelitian terdahulu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SKM Digital Print telah menerapkan faktor-faktor yang bisa meningkatkan kepercayaan konsumen. Apabila dilihat dari indikator kepercayaan konsumen yaitu kemampuan, integritas, dan kebaikan hati. Kemampuan dalam hal ini adalah bagaimana SKM Digital Print melayani konsumen, menghasilkan produk yang baik dan bertanggung jawab ketika ada kerusakan produk. Kemudian integritas mencakup kepada menginformasikan produknya dengan rinci dan jelas. Dan kebaikan hati yang dilakukan dengan menerima komplain konsumen. Ketiga-tiganya sudah diaplikasikan dengan baik oleh SKM Digital Print. Hal tersebut dibuktikan dari beberapa jawaban para konsumen yang sudah bertransaksi di SKM Digital Print ini. SKM Digital Print sudah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik. Dapat dilihat dari bagaimana cara SKM Digital Print menghasilkan produk-produknya, memberikan pelayanan yang baik dan ramah, memberikan informasi terkait produk-produknya secara transparan, tidak pernah mendahulukan konsumen tertentu dalam antrian pemesanan, dan mengganti produknya apabila ada kerusakan. Hal ini harus dipertahankan mengingat pentingnya sebuah etika dalam menjalankan bisnis. Etika bisnis Islam juga dapat menjadi pedoman bagi pelaku bisnis untuk menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan akhirat.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, UMKM, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Abdul Rozak. NIM: 1908203066, "ANALYSIS OF FACTORS FOR INCREASING CONSUMER TRUST IN MSME ACTORS IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS (Case Study of SKM Digital Print Bekasi Timur)", 2023

The digital printing business is one of the printing businesses that is quite promising because it has prospective and will continue to grow. This condition causes the printing business to emerge more and more. As a result, unhealthy competition often occurs just to win market competition. To be able to maintain business continuity in the midst of intense market competition, various efforts and strategies are carried out by business actors to be able to win market competition, one of which is to gain the trust of consumers by applying Islamic business ethics as a guide in taking attitudes and decisions in business activities. This study aims to describe and analyze the application of factors that increase consumer confidence with the perspective of Islamic business ethics at SKM Digital Print Bekasi Timur. Then proceed with describing how the impact the business gets after implementing the factors that increase consumer confidence.

This research is a field research. This study used qualitative research methods. The data used in this research are primary data and secondary data. Primary data comes from interviews with informants while secondary data comes from previous studies. Data collection techniques used in this study were interviews, observation and documentation.

The results of this study indicate that SKM Digital Print has implemented factors that can increase consumer confidence. When viewed from the indicators of consumer trust, namely ability, integrity, and kindness. Capability in this case is how SKM Digital Print serves consumers, produces good products and is responsible when there is product damage. Then integrity includes informing the product in detail and clearly. And the kindness that is done by accepting consumer complaints. All three have been well applied by SKM Digital Print. This is evidenced by several answers from consumers who have transacted at SKM Digital Print. SKM Digital Print has implemented Islamic business ethics well. It can be seen from how SKM Digital Print produces its products, provides good and friendly service, provides information regarding its products in a transparent manner, never prioritizes certain consumers in the order queue, and replaces its products if there is damage. This must be maintained given the importance of ethics in running a business. Islamic business ethics can also be a guide for business people to balance the life of the world and the hereafter.

Keywords: Consumer Trust, UMKM, Islamic Business Ethics

خلاصة

عبد الرزاق: NIM: 1908203066 ، "تحليل عوامل زيادة ثقة المستهلك في الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية) دراسة حالة للطباعة الرقمية من SKM بيكاسي الشرقي" (، 2023

تعد أعمال الطباعة الرقمية واحدة من أعمال الطباعة الواعدة جدًا لأنها ذات مستقبل وستستمر في النمو. يتسبب هذا الشرط في ظهور أعمال الطباعة أكثر فأكثر. نتيجة لذلك ، غالبًا ما تحدث المنافسة غير الصحية لمجرد الفوز بمنافسة السوق. لتكون قادرًا على الحفاظ على استمرارية الأعمال في خضم المنافسة الشديدة في السوق ، يتم تنفيذ العديد من الجهود والاستراتيجيات من قبل الجهات الفاعلة التجارية لتكون قادرة على الفوز بمنافسة السوق ، أحدها هو كسب ثقة المستهلكين من خلال تطبيق أخلاقيات العمل الإسلامية باعتبارها التوجيه في اتخاذ المواقف والقرارات في الأنشطة التجارية. تهدف هذه الدراسة إلى وصف وتحليل تطبيق العوامل التي تزيد من ثقة المستهلك من منظور أخلاقيات العمل الإسلامية في سكم طباعة رقمية بيكاسي الشرقي. ثم تابع وصف كيفية تأثير الأعمال التجارية بعد تنفيذ العوامل التي تزيد من ثقة المستهلك.

هذا البحث هو بحث ميداني. استخدمت هذه الدراسة طرق البحث النوعي. البيانات المستخدمة في هذا البحث هي بيانات أولية وبيانات ثانوية. تأتي البيانات الأولية من المقابلات مع المخبرين بينما تأتي البيانات الثانوية من دراسات سابقة. كانت تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي المقابلات والملاحظة والتوثيق.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن شركة سكم طباعة رقمية قد نفذت عوامل يمكن أن تزيد من ثقة المستهلك. عند النظر إليها من خلال مؤشرات ثقة المستهلك وهي القدرة والنزاهة والعطف. القدرة في هذه الحالة هي الطريقة التي تخدم بها سكم طباعة رقمية المستهلكين وتنتج منتجات جيدة وتكون مسؤولة عند حدوث تلف في المنتج. ثم النزاهة تشمل إبلاغ المنتج بالتفصيل والوضوح. والطف الذي يتم بقبول شكاوى المستهلكين. تم تطبيق الثلاثة بشكل جيد بواسطة سكم طباعة رقمية. يتضح هذا من خلال العديد من الإجابات من المستهلكين الذين أجروا معاملات في سكم طباعة رقمية. طبقت شركة سكم طباعة رقمية أخلاقيات العمل الإسلامية بشكل جيد. يمكن ملاحظة كيفية إنتاج سكم طباعة رقمية لمنتجاتها ، وتقديم خدمة جيدة وودية ، وتوفير المعلومات المتعلقة بمنتجاتها بطريقة شفافة ، وعدم إعطاء الأولوية لمستهلكين معينين في قائمة انتظار الطلبات ، واستبدال منتجاتها إذا كان هناك ضرر. يجب الحفاظ على هذا بالنظر إلى أهمية الأخلاق في إدارة الأعمال التجارية. يمكن أن تكون أخلاقيات العمل الإسلامية أيضًا دليلًا لرجال الأعمال لتحقيق التوازن بين حياة العالم والآخرة.

الكلمات المفتاحية: ثقة المستهلك ، المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، أخلاقيات العمل الإسلامية

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENINGKATAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA PELAKU UMKM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM
(Studi Kasus SKM Digital Print Bekasi Timur)**

Oleh:

ABDUL ROZAK
NIM. 1908203066

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II



Alvien Septian Haerisma, MSI
NIP. 19800912 200604 1 001

Dr. H. Wasman, M.Ag
NIP. 19590107 199201 1 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



Dr. Saefulloh, M. Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **Abdul Rozak, NIM: 1908203066** dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENINGKATAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PELAKU UMKM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus SKM Digital Print Bekasi Timur)”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Alvien Septian Haerisma, MSI
NIP. 19800912 200604 1 001

Dr. H. Wasman, M.Ag
NIP. 19590107 199201 1 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



Dr. Saefulloh, M. Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENINGKATAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PELAKU UMKM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus SKM Digital Print Bekasi Timur)” oleh **Abdul Rozak, NIM: 1908203066**, telah diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 29 Maret 2023.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah:

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



Dr. Saefulloh, M. Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

Nur Eka Setiowati, S.Pd, M.Si

NIP. 19810308 200604 2 001

Penguji I,

Abdul Ghoni, MA

NIP. 19841012 201903 1 008

Penguji II,

Marivah Ulfah, M.E.Sy

NIP. 32017011 980080 5 201

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ABDUL ROZAK

NIM : 1908203066

Tempat Tanggal : Cirebon, 16 November 2000

Lahir

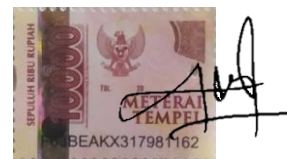
Alamat : Desa Kendal RT/RW 002/004 Dusun 2 Blok Wage
Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENINGKATAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PELAKU UMKM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus SKM Digital Print Bekasi Timur)”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 20 Maret 2023

Saya yang menyatakan,



ABDUL ROZAK

NIM. 1908203066

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis adalah anak kelima dari enam bersaudara, lahir di Cirebon pada tanggal 16 November 2000. Hidup di keluarga yang sederhana tapi rasa kekeluargaan yang melekat tetap terjaga. Peneliti memulai jenjang pendidikannya di tingkat sekolah dasar yaitu di SDN 09 Jatimulya Bekasi Timur.

Setelah mengenyam pendidikan selama enam tahun di tingkat sekolah dasar, penulis melanjutkan pendidikannya di tingkat SMP sederajat. Di Madrasah Tsanawiyah (MTs) NU Putra 1 Buntet Pesantren, penulis melanjutkan studinya untuk mendapatkan ilmu pengetahuan yang lebih banyak dan luas.

Mencari ilmu adalah suatu kewajiban dan keharusan bagi setiap orang di mana pun dan kapan pun. Penulis melanjutkan pendidikannya ke tingkat sekolah menengah atas yang jaraknya tidak begitu jauh dari rumah penulis. Nama sekolah tersebut adalah Madrasah Aliyah Negeri Buntet Pesantren Cirebon yang kini berubah menjadi Madrasah Aliyah Negeri 3 Cirebon.

Sekolah yang terletak di lingkungan pesantren telah memberikan banyak pelajaran dan ilmu pengetahuan baru bagi penulis, baik itu yang berbasis agama ataupun umum. Tamat sekolah tingkat Madrasah Aliyah, peneliti pun melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di IAIN Syekh NurJati Cirebon. Selama menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi, peneliti baru menempuh jenjang S1 di IAIN Syekh Nurjati Cirebon sampai sekarang.

MOTTO

“Tidak ada yang salah dari sebuah pilihan, yang salah adalah ketika kita memilih lalu mengeluh. Dan yang bodoh adalah ketika sudah mengeluh, tidak mencoba pilihan yang lain”



KATA PERSEMBAHAN

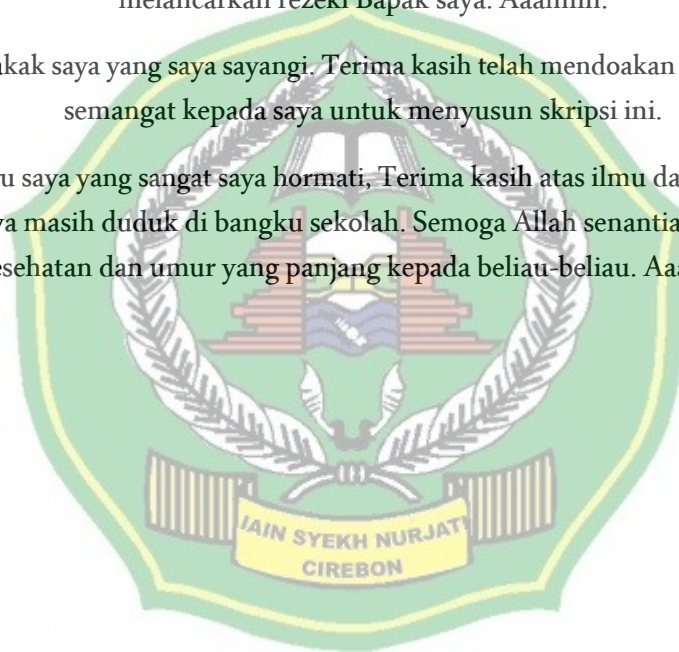
Puji syukur atas nikmat yang Allah SWT berikan kepada saya, karena nikmat yang diberikan-Nya merupakan anugerah terbesar dalam hidup saya. Sehingga saya bias menyelesaikan skripsi saya. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tua saya, motivator dan penyemangat dalam hidup saya yang sangat saya hormati dan patuhi, yakni Bapak Daud dan Ibu Maspuah. Tanpa mereka, saya bukan siapa-siapa. Terima kasih untuk nasehat dan semangat yang engkau beri kepada saya.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan umur yang panjang kepada kedua orang tua saya, semoga Allah SWT mengangkat derajat kedua orang tua saya di dunia dan di akhirat nanti, dan semoga Allah SWT memudahkan dan melancarkan rezeki Bapak saya. Aamiin.

Kakak-kakak saya yang saya sayangi. Terima kasih telah mendoakan dan memberi semangat kepada saya untuk menyusun skripsi ini.

Guru-guru saya yang sangat saya hormati, Terima kasih atas ilmu dan didikannya sewaktu saya masih duduk di bangku sekolah. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan umur yang panjang kepada beliau-beliau. Aamiin.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Peningkatan Kepercayaan Konsumen Pada Pelaku UMKM Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus SKM Digital Print)” ini dapat diselesaikan. Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Suatu kebanggaan bagi penulis karena dapat menyelesaikan penelitian sehingga dapat menyusun skripsi ini tepat pada waktunya. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

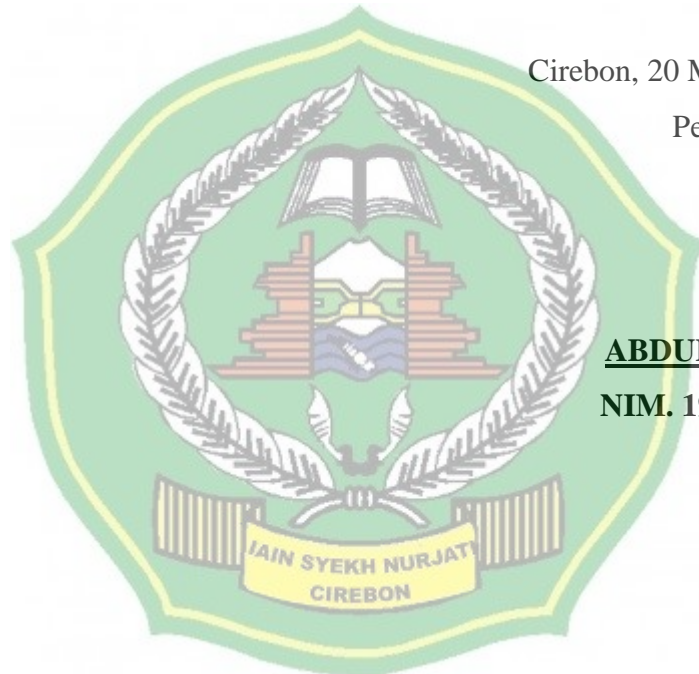
1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag, Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Nur Eka Setiowati, S.Pd, M.Si, Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Alvien S. Haerisma, MSI, selaku dosen Pembimbing Skripsi I dan Bapak Dr. H. Wasman, M.Ag, selaku dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Amir, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberi arahan dan bimbingan selama perkuliahan.
7. Segenap Dosen Jurusan Perbankan Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.

8. Kedua orang tua penulis Bapak Daud dan Ibu Maspuah, Kakak dan Adik tercinta yang telah memberikan doa, motivasi, spirit dan kasih sayang yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan Syariah, khususnya keluarga besar Perbankan Syariah B Syekh Nurjati Cirebon angkatan 2019 yang selama kurang lebih 4 tahun bersama menjalani studi.

Kepada semua pihak yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatun dihaturkan banyak terima kasih dan semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah Swt. Aamiin.

Cirebon, 20 Maret 2023

Penyusun



ABDUL ROZAK

NIM. 1908203066

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
خلاصة	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
KATA PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Literature Review/Penelitian Terdahulu	6
E. Kerangka Pemikiran.....	11
F. Metode Penelitian.....	12
G. Sistematika Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Kepercayaan Konsumen.....	17
B. UMKM Dan Kriteria UMKM.....	24
C. Etika Bisnis Islam	26
BAB III DESKRIPSI OBJEKTIF PENELITIAN	39
A. Profil Bisnis SKM Digital Print Bekasi Timur	39
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	39

C. Struktur Organisasi	40
D. Daftar Produk dan Harga	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Implementasi Faktor-Faktor Dalam Peningkatan Kepercayaan Konsumen di SKM Digital Print Bekasi Timur	46
B. Analisis Faktor-Faktor Dalam Peningkatan Kepercayaan Konsumen SKM Digital Print Bekasi Timur Perspektif Etika Bisnis Islam	54
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4. 1 Flyer Promosi	51



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Produk.....	44
-------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Lokasi Penelitian	66
Lampiran 1. 2 Wawancara dengan Bapak Nasafi Selaku Manajer Operasional...	67
Lampiran 1. 3 Wawancara dengan Konsumen	68
Lampiran 1. 4 Mesin yang ada di SKM Digital Print	69
Lampiran 1. 5 SK Pembimbing.....	70
Lampiran 1. 6 Surat Pengantar Penelitian.....	71
Lampiran 1. 7 Kartu Bimbingan	72
Lampiran 1. 8 Surat Keterangan Selesai Penelitian	73

