

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Dalam dunia usaha, analisis produk sangat diperlukan agar produk yang kita produksi bisa diterima bahkan bisa jadi kebanggaan buat kita karena kita bisa menciptakan peluang usaha dan bahkan bisa memperluas usaha yang dijalani. Setelah analisis produk selesai selanjutnya berpindah pada kegiatan produksi. Kegiatan produksi merupakan suatu usaha untuk menciptakan dan menambah nilai utilitas barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Pada saat kebutuhan manusia masih sederhana, proses produksi dilakukan oleh manusia itu sendiri. Akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu, keberagaman kebutuhan manusia dan keterbatasan sumber daya membuat kegiatan produksi saat ini lebih banyak dilakukan oleh kelompok orang yang mempunyai tujuan yang sama dan terorganisir dengan baik dalam bentuk home industry maupun perusahaan.¹

¹ Iskandar Putong, Economics: Pengantar Ekonomi Mikro Makro, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 169.

Kelancaran dalam pelaksanaan proses produksi ditentukan oleh sistem produksi yang ada di dalam perusahaan tersebut. Baik buruknya sistem produksi dalam suatu perusahaan akan mempengaruhi pelaksanaan proses produksi dalam perusahaan yang bersangkutan. Jika proses produksi yang terjadi dalam perusahaan baik, maka akan menghasilkan barang atau jasa dengan kualitas yang baik, demikian sebaliknya. Untuk menghindari hal tersebut maka perlu adanya pengendalian dalam suatu proses produksi. Pengendalian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menjamin agar kegiatan produksi dan operasi yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang telah direncanakan, dan apabila terjadi penyimpangan, maka penyimpangan tersebut dapat dikoreksi, sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai².

Maka, perlu yang namanya proses menggabungkan berbagai faktor produksi untuk menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi konsumen. Sehingga anda yang berkecimpung dalam dunia bisnis, wajib untuk memahami terkait tahapan proses dalam memproduksi barang atau jasa yang benar. Agar produksi yang anda lakukan sesuai dengan apa yang kalian harapkan maupun yang kalian butuhkan agar kalian terhindar dari kegagalan.

Islam merupakan agama yang mengatur kehidupan manusia dalam segala hal, begitu juga dalam memproduksi. Dalam hal produksi seorang produsen dituntut untuk selalu berpedoman kepada ekonomi islam. Menurut Muhammad, ada beberapa etika yang harus dijalankan oleh produsen muslim dalam memproduksi diantaranya : produk yang halal dan thoyyib, berguna dan

² Ni Kadek Budiartami, I Wayan Kandi Wijaya, Analisis Pengendalian Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada Cv.Cok Konfeksi Di Denpasar, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, Vol. 1, No. 2, September 2019, 162.

dibutuhkan, potensi keuntungan, bernilai tambah tinggi, dalam jumlah berskala ekonomi dan sosial, dan memuaskan masyarakat.³

Dari sekian banyak aturan yang diharuskan oleh Islam kepada para produsen baik muslim maupun non muslim diharapkan bisa menerapkannya dalam dunia bisnis saat ini. Karena sesungguhnya Islam itu adalah agama yang membawa kerahmatan, persaudaraan dan kedamaian⁴ bagi umat terlebih juga ekonomi Islam yang berlandaskan al-Qur'an dan Al-hadits, yang memberi arahan dan ketetapan yang sangat unggul, lengkap dan mendasar terkait ekonomi untuk dipahami oleh segenap manusia, dan juga mengajarkan kepada para pelaku bisnis untuk selalu mentaati aturan-aturan yang ada dalam ekonomi Islam. Jika tidak ditaati maka akan selalu terjadi berbagai masalah kezhaliman dan ketidakadilan dalam bidang ekonomi⁵, karena sejatinya tujuan ekonomi Islam adalah untuk menciptakan kemaslahatan dalam berbagai pihak.

Melihat pentingnya kedua kegiatan tersebut, maka untuk mencapai keuntungan optimal, menjamin kelangsungan hidup dan pengembangan usaha dibutuhkan manajemen pemasaran yang baik. Adapun ruang lingkup kegiatan manajemen pemasaran meliputi analisis pasar, pemilihan target/sasaran pasar, kebijakan dan strategi pemasaran, perencanaan, organisasi, informasi dan pengendalian pemasaran.⁶ Dengan adanya manajemen pada pemasaran diharapkan produk yang telah dihasilkan dapat menembus pasar untuk kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui pengembangan pasar dan

³ *Ibid*, 100.

⁴ M. Nur Jamaludin, Wujud Islam Rahmatan Lil Alamin Dalam Kehidupan Berbangsa Di Indonesia, *Jurnal Hukum dan Kemanusiaan*, Vol.14, No. 2, Desember 2020, 2.

⁵ Ernawati, Ritta Setiawati, Wawasan al- Qur'an Tentang Ekonomi, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2. November 2017, 51.

⁶ *Ibid.*, hlm. 18.

pengembangan produk.

Kegiatan produksi dan pemasaran olahan keripik singkong di Indonesia memiliki potensi besar, namun masih terdapat tantangan dalam penerapan etika bisnis Islam. Beberapa produsen UMKM keripik singkong belum sepenuhnya memperhatikan aspek halal, transparansi, dan keadilan dalam proses produksi dan pemasaran. Misalnya, label halal yang tidak jelas, promosi yang berlebihan, dan perlakuan pekerja yang kurang diperhatikan. Hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen Muslim dan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, analisis proses produksi dan pemasaran keripik singkong menurut etika bisnis Islam sangat penting untuk meningkatkan kesesuaian dengan prinsip syariah dan meningkatkan daya saing produk. Adapun UMKM keripik singkong di Lalangon ini adalah milik Bapak Hamid dan Ibu Misnawati sekeluarga yang berdiri sejak 2017.

UMKM keripik singkong jaya mas usaha keripik singkong di Desa Lalangon ini semakin tahun semakin bertambah. Hal ini didukung oleh banyaknya penduduk yang bekerja sebagai petani dan pekebun yang sebagian besar menanam palawija seperti singkong. Selain itu, pihak manajemen produksi maupun pemasaran yang berpengalaman pada UMKM keripik singkong di desa ini mampu melewati berbagai rintangan sehingga sampai saat ini masih eksis dan bertahan di tengah gempuran produk domestik ataupun asing. Analisis proses produksi dan pemasaran penting karena memungkinkan identifikasi langkah-langkah yang bisa dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas produk, dan kesesuaian dalam etika bisnis islam. Dalam konteks keripik singkong analisis ini memiliki keunikan karena produk ini adalah bagian dari UMKM lokal yang berpotensi besar di indonesia. Fokus

dalam etika bisnis islam juga membuat relevan dengan mayoritas konsumen muslim, sekaligus meningkatkan kepercayaan dan keberlanjutan bisnis. Dengan analisis ini, produsen bisa mengidentifikasi peluang inovasi dan meningkatkan daya saing produk.

. Berdasarkan masalah diatas, penulis tertarik untuk membahas permasalahan tersebut yang akan penulis tuangkan dalam karya ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul “ **Analisis Proses Produksi dan Pemasaran Olahan Keripik Singkong Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus UMKM Keripik Singkong Jaya Mas di Desa Lalangon Manding Sumenep)** “

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penulisan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses produksi keripik singkong jaya mas menurut etika bisnis islam ?
2. Bagaimana system pemasaran keripik singkong jaya mas menurut etika bisnis islam ?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1. Tujuan

- a. untuk Untuk mengetahui dan menjelaskan terkait proses produksi dan sistem pemasaran keripik singkong Jaya Mas itu seperti apa, sehingga di dalam preses produksi dan pemasarannya tidak terlihat kendala-kendala yang menghambat produksi dan sistem pemasarannya, dan dari itu hasil dari produksi dan sistem pemasaran yang diperoleh menjadi maksimal.

- b. Untuk menganalisis proses produksi dan sistem pemasaran keripik singkong jaya mas, apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam atau belum.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai pengembangan keilmuan di Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura. Untuk memberikan informasi tambahan kepada pembaca dan bahan rujukan penelitian yang akan mengembangkan penelitian yang sejenis.
- b. Dapat menjadi referensi bagi pembaca maupun pelaku UMKM yang sama mengenai apa yang diterapkan didalam produk dan sistem pemasaran keripik singkong jaya mas, sehingga kendala-kendala dalam produk dan sistem pemasarannya tidak lagi ada dan apa yang dihasilkan bisa semaksimal mungkin, dan juga agar pembaca tahu dalam menganalisis produk dan sistem pemasaran keripik singkong jaya mas apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam atau belum.

D. KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka digunakan untuk mempermudah dalam melakukan suatu penelitian dan menghindari plagiasi atau pengulangan terhadap suatu karya atau penelitian orang lain. Selain itu, gambaran penelitian yang akan dilakukan dan membedakan dengan penelitian terdahulu.

1. Skripsi yang berjudul " Strategi bersaing UMKM capcuzz dalam meningkatkan penjualan perspektif etika bisnis islam " yang di tulis oleh Mohammad Brian Rifqi prodi Studi Islam Fakultas Ilmu agama Islam Universitas Islam Indonesia tahun 2020. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan :

- 1) Seni manajemen bersaing yang digunakan dalam menaikkan penjualan merupakan seni manajemen diferensiasi. Capcuzz berusaha menciptakan ciri produk yang khas serta berusaha dalam meningkatkan penjualan. Capcuzz sendiri menamai industrinya dengan nama yang terkenal, mudah disebut dan supaya melekat dalam benak konsumen. Teknologi yang digunakan mulai dari kasir, penutup gelas kemasan sudah memakai mesin, tidak manual. Karakteristik khususnya terletak pada es yang di blender dengan rasa, lalu disajikan dengan berbagai topping seperti boba dan cincau. Pelayanan konsumen tidak membedakan konsumen lama dan konsumen baru. Jaringan penyaluran capcuzz melalui outlet, mitra capcuzz, grab atau gojek, dan aplikasi online Strategi bersaing yang digunakan Capcuzz dalam meningkatkan penjualan perspektif etika bisnis Islam adalah sebagai berikut instagram atau whatsapp.
- 2) Strategi bersaing yang digunakan Capcuzz dalam meningkatkan penjualan perspektif etika bisnis Islam adalah sebagai berikut :
 - a. Kesetiaan, Capcuzz tidak mendiskriminatif atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, agama dan latar belakang pendidikan seperti halnya dalam merekrut karyawan atau karyawan ada yang lulusan SMA bahkan S 1, ada yang beragama Islam dan non Islam, tidak ada perbedaan pelayanan konsumen lama atau baru semua sama disambut dengan baik, ramah, Tanggung jawab, Capcuzz mengutamakan kejujuran dalam segala hal, karena semua mulai daftar harga, pencatatan pencatatan transaksi sudah diatur, tidak ada yang dilebih lebihkan dan dikurangi semua transparan. Upah karyawan atau karyawan sesuai dengan UMR dan plus bonus jika

dalam penjualan tertentu naik, sedangkan untuk pembagian hasil sesuai dengan keadaan nantinya.⁷ menu lain jika menu itu kosong atau habis, dan mengucapkan terimakasih setelah konsumen selesai membeli. Capcuzz juga menyediakan tempat ibadah yang nyaman dan terlihat ketika memasuki jam waktu shalat mereka bergantian menunaikan ibadah sholat meskipun ada sebagian yang berjamaah ada yang melaksanakan ibadah sendiri.

- b. Keseimbangan Capcuzz tidak ada kecurangan dalam takaran dan timbangan bahkan dalam menentukan harga berdasarkan mekanisme pasar yang normal. Seperti halnya sendok takaran bubuk, capcuzz mengcustom sendiri, menimbang takaran terlebih dahulu supaya rasanya pas, tidak memanipulasi harga karena sudah tertulis jelas dan sudah sangat transparan.

- 2. Skripsi yang berjudul analisis etika bisnis islam terhadap produksi manisan kering kulit semangka yang ditulis oleh Laras sintia dari prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Di dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang analisis etika bisnis Islam terhadap produksi manisan kering kulit semangka. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan Berdasarkan penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi pada usaha Manisan Kering Kulit Semangka yang berlokasi berada di rumah yang berlokasi di Jalan Anggrek II No.48, RT.45/RW.1 Pagar Dewa, Selebar, Kota Bengkulu ini telah menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan Syari'at Islam, mulai dari sebelum

⁷ Mohammad brian rifqi, *Strategi bersaing UMKM capcuzz dalam meningkatkan penjualan perspektif etika bisnis islam*, skripsi jurusan studi islam fakultas ilmu agama islam universitas islam Indonesia, tahun 2020.

berproduksi hingga produk yang diolah siap untuk dikonsumsi. Peneliti mengambil kesimpulan akhir berdasarkan kesesuaian prinsip-prinsip produksi dalam Islam yang sama-sama tidak hanya memaksimalkan keuntungan dunia, tetapi lebih penting untuk mencapai maksimalisasi keuntungan akhirat.⁸

3. Skripsi yang berjudul " Strategi pengembangan industri halal keripik singkong Widia gandasoli Subang " yang ditulis oleh Lavina Nurul Ramdhani prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas IAIN Syekh Nurjati Cirebon, tahun 2022. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan Strategi pengembangan Industri Halal yang dilakukan keripik singkong Widia yaitu hal utama yang harus diperhatikan bagi usaha yang bergerak dibidang kuliner adalah mengenai kehalalan produk. Sebagai seorang muslim wajib untuk menjual makanan yang halal, mulai dari modal, bahan baku, peralatan yang bersih dari najis, dan cara membuatnya harus halal. Strategi pengembangan yang dilakukan oleh usaha Keripik Singkong Widia sudah melakukan peraturan syari'at Islam salah satunya yaitu kualitas produk, dimana produk yang dijual tidak menggunakan bahan yang tidak halal atau bahan yang dapat membahayakan masyarakat. Jika dilihat dari segi proses produksi yang dilaksanakan dengan produksi yang terdiri dari modal, maka modal yang digunakan oleh pemilik usaha adalah modal pribadi bukan berasal dari bank yang menggunakan sistem ribawi. Dalam membangun kerjasama dengan masyarakat usaha Keripik Singkong Widia sangat berpengaruh karena tanpa kerjasama dengan masyarakat dalam dunia usaha sangat mustahil. Oleh karena itu, salah satu kunci sukses usaha adalah sukses dalam kerja sama. Usaha

⁸ Laras sintia, *analisis etika bisnis islam terhadap produksi manisan kering kulit semangka*, skripsi jurusan perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri fatmawati sukarno Bengkulu, 2022.

Keripik Singkong Widia menjalankan kerjasama dengan menerapkan beberapa strategi yaitu:

- a. Strategi produk dengan menampilkan produk yang berkualitas, menampilkan kemasan yang baik dan rapih, menawarkan varian rasa dan ukuran.
 - b. Strategi harga dengan memberikan harga produk yang tidak terlalu mahal sesuai harga di pasaran dan sesuai kualitas produk.
 - c. Strategi promosi merespon dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk mempromosikan produknya yaitu dengan menerapkan program 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan dan Santun).
 - d. Strategi distribusi dengan menggunakan saluran distribusi langsung kepadakonsumen melalui penjualan offline dan online. Dan untuk Digitalisasi pemasaran Keripik Singkong Widia dilakukan dengan menggunakan beberapa platform seperti shopee dan instagram.⁹
4. Skripsi yang berjudul " strategi pemasaran industri kerupuk rumahan di kecamatan bangkinang seberang menurut perspektif ekonomi Islam (Studi Kasus Pengrajin Kerupuk Ubi di Kecamatan Bangkinang Seberang) " yang ditulis oleh Yeni Ulfa prodi ekonomi Islam fakultas syari'ah dan ilmu hukum Universitas Islam negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru tahun 2012. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan strategi pemasaran industri kerupuk rumahan di Bangkinang Seberang masih dengan cara tradisional tanpa ada pengembangan pemasaran, seperti pembuatan merek dagang, lebel, sistem

⁹ Lavina nurul ramdhani, *strategi pengebangan industri halal keripik singkong widia desa gandasoli subang perspektif hokum islam*, skripsi jurusan hokum ekonomi syariah fakultas syariah dan ekonomi islam institut agama islam negeri syekh nurjati Cirebon, 2022.

promosi dan distribusi yang baik. Peluang dan hambatan yang dihadapi oleh pengrajin adalah bahan baku, modal untuk mengembangkan usaha, Pengetahuan Tentang Pemasaran yang Efektif, Tempat yang kurang strategis. Strategi pemasaran kerupuk ubi rumahan di Kecamatan Bangkinang Seberang tidak bertentangan dengan hukum Islam. Namun dalam produk, promosi maupun distribusi perlu dikembangkan lagi.¹⁰

5. Skripsi yang berjudul " *optimalisasi strategi green product terhadap perkembangan UMKM di Bandar Lampung ditinjau dari etika bisnis islam* (Studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung). Yang di tulis oleh Susi Susanti jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di UIN Raden Intan Lampung tahun 2017. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan Optimalisasi strategi *green product* terhadap perkembangan UMKM di Bandar Lampung ditinjau dari etika bisnis Islam oleh dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung belum optimal. Kegiatan yang dilakukan belum terfokus pada green product Etika bisnis Islam belum dilaksanakan sebagaimana mestinya, karena masih ada UMKM yang belum menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan masih ada sistem bunga dalam pinjaman yang diberikan pihak dinas. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi *green product* mampu meningkatkan UMKM di Bandar Lampung, akan tetapi optimalisasi strategi green product ditinjau dari etika bisnis Islam oleh Dinas Koperasi dan

¹⁰ Yeni ulfa, *strategi pemasaran industry kerupuk rumahan di kecamatan bangkinang seberang menurut perspektif ekonomi islam*, skripsi jurusan ekonomi islam fakultas syariah dan ilmu hukum universitas islam negeri sultan syarif kasm Pekanbaru, 2012.

UKM belum optimal, karena kegiatan dan program yang dilaksanakan belum terfokus pada green product dan masih digunakannya sistem bunga pinjaman.¹¹

6. Skripsi yang berjudul " *analisis strategi bisnis pada gerai cik wo coffee and resto pada masa pandemic covid 19 di tinjau dari etika bisnis islam di liwa lampung barat.* " Yang ditulis oleh Andri Winata jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2021. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan menunjukkan Strategi bisnis yang dilakukan oleh gerai *Cik Wo Coffee And Resto* untuk meningkatkan pendapatan di tengah pandemi covid-19 yakni melakukan tinjauan kembali pada analisis strategis bisnis yang berasal dari faktor internal dan eksternal perusahaan Strategi bisnis yang di lakukan oleh gerai *Cik Wo Coffee And Resto* untuk meningkatkan pendapatan di tengah pandemi covid-19 yakni melakukan tinjauan kembali pada analisis strategis bisnis yang berasal dari faktor internal dan eksternal perusahaan (analisis SWOT) dan difokuskan pada strategi pemasaran 4P (*price,product,promotion, and placement*) kemudian strategi bisnis yang diterapkan *Cik Wo Coffee And Resto* saat menjalankan usaha telah sesuai dengan perspektif etika bisnis islam .¹²

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memudahkan pembaca, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang akan dibagi menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut:

¹¹ Susi susanti, *optimalisasi strategi green product terhadap perkembangan UMKM di Bandar lampung ditinjau dari etika bisnis islam*, skripsi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri raden intan lampung, 2017.

¹² Andri winata, *analisis strategi bisnis pada gerai cik wo coffee and resto pada masa pandemic covid 19 di tinjau dari etika bisnis islam di liwa lampung barat*, skripsi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri raden intan lampung, 2021.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari beberapa subbab, diantaranya : latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI

Pada bab ini membahas tentang beberapa teori yang memiliki korelasi dengan penelitian penulis seperti halnya proses produksi, pemasaran dan etika bisnis islam.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian membahas tentang metode yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian seperti jenis penelitian, lokasi dan waktu, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik pengelolaan data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai objek penelitian secara rinci dan membahas mengenai hasil dari penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai objek penelitian secara rinci dan membahas mengenai hasil dari penelitian.