

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
HOME INDUSTRI JAGUNG MARNING
DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN
DI DESA BUKIT BARISAN KABUPATEN KEPAHIANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Ilmu Ekonomi Syariah



OLEH :

OPPIE MELYA KENORA

NIM: 18681040

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

2024

PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

Di –

Curup

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara:

Nama : OPPIE MELYA KENORA
NIM : 18681040
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung
Marning Dalam Peningkatan Pendapatan Di Desa Bukit
Barisan Kabupaten Kepahiang

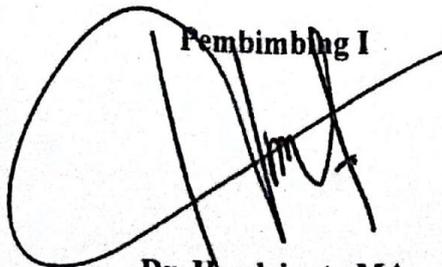
Sudah dapat diajukan dalam Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikianlah permohonan ini kami ajukan, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Curup, Desember 2023

Pembimbing I



Dr. Hendrianto, MA
NIP: 202168701

Pembimbing II



Citra Puspa Permata, SE., M.Ak
NIP: 19930701 202012 1 22004

PERNYATAAN BEBAS PELAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : OPPIE MELYA KENORA
NIM : 18681040
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali secara tertulis atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini, saya buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 09 Januari 2024

Peneliti



OPPIE MELYA KENORA
NIM:18681040



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan : Dr. AK Gani No, 01 PO 108 Tlp (0732) 21010 -21759 Fax 21010 Curup 39119
Website/facebook. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: Fakultassyariah&ekonomi islam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 172 /In.34/FS/PP.00.9/02/2024

Nama : **Oppie Melya Kenora**
NIM : **18681040**
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**
Prodi : **Ekonomi Syariah**
Judul : **Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang**

Telah di munaqasahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

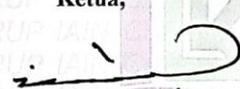
Hari/ Tanggal : **Senin, 19 Februari 2024**
Pukul : **09.30 – 11.00 WIB**
Tempat : **Ruang 1 Gedung Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup**

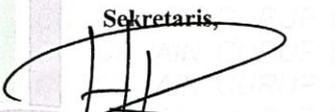
Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua,

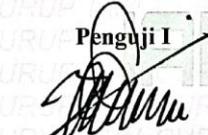
Sekretaris,


Dr. Busman Edyar, S.Ag.,M.A
NIP. 19750406 201101 1 002


Habiburrahman, M.H
NIP. 19850329 201903 1 005

Penguji I

Penguji II


Rahman Arifin, M.E
NIP. 19881221 201903 1 009


Andriko, M.E.Sy
NIP. 19890101 201903 1 019

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dr. Ngadri, M.Ag
NIP. 19690206 199503 1 001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

Alhamdulillah hirabbil'alamiin, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya berupa kesehatan, kesempatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi penelitian dengan judul: Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada kekasih Allah yakni baginda Nabi Muhammad SAW, semoga dengan bershalawat kita akan mendapat syafa'at beliau di yaumul akhir. Aamiin Ya Rabbal'alamiin.

Dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan, saran dan informasi yang peneliti sangat butuhkan dalam penyusunan skripsi yang peneliti lakukan, sehingga penulisan laporan penelitian dapat terselesaikan. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Idi Warsah, M. Pd., Selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Eprodin dan Ibu Maheriyani, selaku kedua orang tua yang selalu mendukung.
3. Dr. Ngadri, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Mega Ilhamiwati, M.A selaku ketua prodi Ekonomi Syariah.

5. Noprizal., M.Ag selaku dosen penasehat akademik yang selalu memberikan nasihat dan arahan dalam proses akademik dari peneliti.
6. Dr. Hendrianto, M.A sebagai pembimbing I yang telah banyak membimbing penulis dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Citra Puspa Permata, S.E, M.Ak selaku pembimbing II yang telah mengarahkan dan memberikan saran terbaik dalam penulisan skripsi ini.
8. Segenap dosen Ekonomi Syariah yang telah sabar dalam memberikan ilmu pengetahuannya kepada kami
9. Kepala Desa Bukit Barisan yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Kecamatan Merigi hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Semua pihak informan yang telah sudi direpotkan oleh peneliti dan bersedia memberikan informasi yang peneliti cari dalam penelitian ini
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi yang mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya dapat membangun, sehingga dapat memperbaiki yang kurang pas serta dapat meningkatkan kualitas karya-karya selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Curup, 09 Januari 2024

Peneliti



Oppie Melya Kenora
NIM: 18681040

MOTTO

*Selalu ada harga dalam sebuah proses,
Nikmati saja lelah-lelah itu, lebarkan lagi rasa sabar
itu, semua yang kau investasikan untuk menjadikan
dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak
akan selalu berjalan lancar, tapi gelombang-
gelombang itu yang bisa kau ceritakan.*

(Oppie Melya Kenora)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Hirabbil'Alamiin

Puji syukur kepada Allah SWT dengan limpahan rahmat-Nya penulis telah sampai ke titik sekarang. Dengan karya yang sederhana ini penulis mempersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan, kesabaran, dan rasa kasih sayang kepada seluruh hamba-Nya.
2. Kepada kedua orang tuaku yang tercinta, Bapak Efrogin dan Ibu Maheriyani, terima kasih telah menjadi penyemangat terbaik dalam hidupku tanpa kalian aku tidak akan bisa sampai di titik ini, kalian sungguh orang tua yang luar biasa yang selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga.
3. Terimakasih kepada adikku satu-satunya Cindy Olivia yang telah memberikan support dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Terimakasih kepada orang baik disekitarku, Sintia Miranda dan Rosa Anggela (Sahabat), dan teman seperjuangan, Tika dan Vina, karena telah memberikan support dalam pengerjaan skripsi ini.

ABSTRAK

Oppie Melya Kenora NIM. 18681040 “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam *Home Industri* Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang**“ Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah (ES).

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana etika bisnis islam pada *home industri* jagung marning yang berada di Desa Bukit Barisan dari sudut pandang etika. Mengetahui juga bagaimana peningkatan pendapatan yang dilakukan *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan. Serta untuk mengetahui bagaimana faktor kendala peningkatan pendapatan dalam etika bisnis Islam pada pemilik *home industri* jagung marning yang berada di Desa Bukit Barisan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan tehnik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Adapun tempat penelitian ini adalah di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan bahwa: Para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan sudah mengetahui etika bisnis dalam Islam akan tetapi perilaku dalam pemasaran jagung marning para pemilik belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam karena masih melakukan ketidakjujuran dan ketidakamanahan dalam melakukan pemasaran tersebut. Hasil selanjutnya, peningkatan pendapatan dari *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan terbilang sudah meningkat karena dari pendapatan tersebut pemilik *home industri* bisa memutar untuk modal industri kembali. Akan tetapi karena jenis pendapatannya yaitu hasil penjualan kotor maka dari itu pemilik *home industri* belum sepenuhnya menikmati seluruh hasil penjualan atau pendapatan jagung marning tersebut. Hasil selanjutnya menunjukkan bahwa kendala para pemilik *home industri* dalam peningkatan pendapatan adalah kurangnya minat konsumen terhadap *home industri*, perubahan cuaca yang mempengaruhi kualitas jagung marning, mahalnya bahan dasar.

Kata Kunci: Penerapan Etika Bisnis Islam, *Home Industri*, Peningkatan Pendapatan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kajian Pustaka	8
G. Penjelasan Judul.....	14
H. Metode Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	21
A. Penerapan	21
B. Etika Bisnis Islam	23
C. Home Industri	37

D. Peningkatan Pendapatan	41
E. Kerangka Berpikir	47
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	49
A. Profil Desa Bukit Barisan	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	53
A. Etika Bisnis Islam pada <i>Home Industri</i> Jagung Marning Desa Bukit Barisan Dalam Peningkatan Pendapatan	53
B. Peningkatan Pendapatan Pada <i>Home Industri</i> Jagung Marning di Desa Bukit Barisan.....	77
C. Kendala yang dihadapi <i>Home Industri</i> Jagung Marning Desa Bukit Barisan Pada Etika Bisnis Islam dalam peningkatan pendapatan	82
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Penduduk Menurut Golongan Umur	50
Tabel 3.2	Jumlah Pendidikan di Desa Bukit Barisan.....	51
Tabel 3.3	Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	52
Tabel 3.4	Pendapatan Per-Bulan dari <i>Home Industri</i> jagung Marning Desa Bukit Barisan	80

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Skema Kerangka Berpikir.....	47
Tabel 2.2 Struktur Perangkat Desa Bukit Barisan	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Besarnya peluang bisnis di Indonesia telah memacu usaha-usaha berkembang di Indonesia. Munculnya berbagai macam kegiatan bisnis, menunjukkan bisnis menguntungkan dan sebuah usaha sangatlah dibutuhkan. Ketika persaingan dalam usaha sangat ketat maka persaingan harus dihadapi sebagai motivator untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan yang terbaik kepada konsumen.¹ Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dimana perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.²

Tata hubungan bisnis dan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan. Hal tersebut menimbulkan etika-etika tertentu dalam kegiatan bisnis, baik etika tersebut antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat, dalam hubungan langsung maupun tidak langsung.³ Tanpa disadari, sejak keberadaan kehidupan bermasyarakat, nilai-nilai yang dianggap dapat menjadikan orang berperilaku baik dan benar merupakan sebuah kebutuhan.

¹ Nila Astuti Harahap, "Analisis Penerapan Dan Dampak Etika Bisnis Islam Pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta," *Universitas Islam Indonesia*, 2018, hal 58.

² Miguna Astuti, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal 22.

³ Muhammad Reza Ilqani: "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Akun Game Online (Studi Kasus Di Forum Mobile Legends Ponorogo)", *Ponorogo: IAIN Ponorogo*, 2019, hal 89.

Keberadaan masyarakat dalam dunia bisnis menjadi sebuah indikator adanya nilai-nilai tersebut, karena tanpa adanya nilai-nilai yang bisa mempertahankan keberhasilan perusahaan, orang akan berperilaku seenaknya dan merugikan orang lain sehingga akan mengganggu jalannya perusahaan itu sendiri.¹

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis.²

Etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.³ Etika bisnis seorang muslim dibentuk oleh iman yang menjadi pandangan hidupnya, yang memberi norma-norma dasar untuk membangun dan membina segala aktivitas muamalahnya. Seorang muslim dituntut oleh imannya untuk menjadi orang yang bertaqwa dan bermoral amanah, berilmu, cakap,

¹ Muhammad Reza Ilqani: “ Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Akun Game Online (Studi Kasus Di Forum Mobile Legends Ponorogo)”, hal 78.

² Tati Handayani, Muhammad Anwar Fathoni, and Suryani, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2019), hal. 25.

³ Idri, *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 126.

cerdas, cermat, hemat, rajin, tekun, dan bertekad bekerja sebaik mungkin untuk menghasilkan yang terbaik.

Konsep etika bisnis Islam dilatarbelakangi oleh ajaran Islam. Nabi Muhammad diutus oleh Allah untuk menyempurnakan akhlak. Menurut Rasulullah, orang yang menerapkan etika dalam kehidupan, termasuk dalam bisnis, akan mendapatkan keberuntungan, misalnya orang yang bersedekah hartanya akan bertambah, orang suka minta maaf akan mendapatkan kemuliaan, dan orang yang *tawadhu'* (rendah hati) akan ditinggikan derajatnya.

Sebaliknya, orang yang melanggar etika atau akhlak mulia akan mendapatkan kerugian bagi di dunia maupun akhirat, misalnya orang yang suka zalim kepada orang lain atau orang yang kikir, tidak mau bersedekah karena khawatir hartanya habis.⁴

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal inilah yang sudah dilakukan pada beberapa pelaku usaha kecil dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka. Berdasarkan observasi di lapangan bahwasanya di Desa Bukit Barisan ini memiliki lima *home industri*, dimana kelima *home industri* tersebut sama-sama bergerak dibidang produksi jagung marning.

Permasalahan yang terjadi pada *home industri* di Desa Bukit Barisan memiliki hubungan yang erat antara etika bisnis Islam dan peningkatan pendapatan. Dimana pada salah satu dari lima *home industri* jagung marning di

⁴ Idri, *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* , hal. 127-329.

Desa Bukit Barisan memiliki lebih banyak pelanggan daripada empat *home industri* lainnya. Dari kasus tersebut peneliti menemukan bahwa beberapa pelanggan tersebut tidak tertarik berlangganan dengan empat *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan dan lebih tertarik hanya dengan salah satu *home industri* saja.⁵

Melihat hal tersebut maka terdapat aspek ketidakadilan dominasi, yakni bentuk kekuasaan kelompok dan hal tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan. Pendapatan disalah satu *home industri* tersebut semakin hari semakin bertambah karena pembeli yang terus menerus datang, sedangkan ke empat *home industri* lainnya hanya segelintir pembeli saja yang datang ke industri tersebut.⁶

Maka hal tersebut terdapat aspek hukum yang mengatur setiap muslim harus bersaing secara sehat dalam setiap usahanya. Bisnis dalam Islam terjadi persaingan yang ketat, yang kadang-kadang menyebabkan pelaku usaha menghalalkan segala usaha untuk memperoleh keuntungan usaha dan memenangkan persaingan.⁷ Persaingan bisnis yang semakin ketat berakibat pada etika bisnis Islam dalam peningkatan pendapatan pada pemilik *home industri* untuk mempertahankan pembeli atau distributor agar tidak lari ke *home industri* jagung marning lainnya.

⁵ Bukit Barisan, *Observasi*, 20 September 2023, jam 09:30.

⁶ Bukit Barisan, *Observasi*, 20 September 2023, jam 10:00.

⁷ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis* (Malang: CV IRDH, 2019), hal. 70.

ML (inisial) Bukit Barisan pemilik toko A, ia menyatakan bahwa:⁸

“Saya beli di home industri EN (inisial), karena dia menawarkan lebih murah daripada di home industri lainnya. Misal ketika saya membeli di home industri lain dengan harga 10000, lalu dia menurunkan harga dari harga di home industri tersebut sebesar 7000 saja dan sepertinya tidak ada keuntungan. Jadi, saya lebih memilih home industri dari EN.”

Dapat dilihat dari pernyataan tersebut berakibat mematikan saingan dan merugikan diri sendiri dan sama sekali tidak etis. Karena dapat diketahui yang semula umumnya dijual dengan harga 10000 dengan keuntungan sekitar 2000, lalu karena ingin dagangannya dibeli oleh toko tersebut ia rela menjualnya dengan tidak ada keuntungan di dalamnya.

Pemilik toko B bernama TN (inisial) Bukit Barisan, ia menyatakan bahwa:⁹

“Ketika saya beli jagung marning dipemilik home industri DS ia selalu bertanya ke saya tentang home industri lainnya terkait dengan kekurangan dan kejelekan home industri tersebut, lalu dia membujuk saya untuk tetap berlangganan dengannya dan berjanji tidak akan seperti home industri lainnya, dia juga setuju dengan cerita saya yang menjelek jelekan home industri tersebut.”

Melihat dari tingkah laku ucapan sales DS bahwa ia merasa senang apabila telah mengetahui kelemahan, kejelekan dan kekurangan lawan bisnisnya, karena dari kelemahan dan kejelekan ini dapat dijadikan senjata untuk memenangkan bisnis nya di pasar, dengan cara menjelek-jelekan atau memfitnah, melihat hal tersebut dalam etika yang dilakukan oleh pemilik *home industri* terhadap pelanggan seharusnya menggunakan bahasa yang baik, bukan bahasa yang menimbulkan fitnah, ujaran kebencian, dan pelecehan. Tetapi harus juga menelaah sisi etika dan moral dengan bahasa inovatif, baik, dan sopan.

⁸ ML (inisial nama), Pemilik Toko A, wawancara, 18 September 2023, jam 10 : 00 WIB.

⁹ TK (inisial nama), Pemilik Toko B, wawancara, 19 September 2023, jam 11: 30 WIB.

Berdasarkan hal tersebut secara tidak langsung, peneliti melihat bahwa ada hal-hal yang kurang diperhatikan di dalam etika pemasaran yang dilakukan dengan para pemilik *home industri* terhadap pembelinya seperti belum mengedepankan etika yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul:

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti memberikan ruang lingkup sebagai batasan masalah dalam penelitian yang akan peneliti lakukan, yakni dalam penelitian ini peneliti hanya akan fokus pada etika bisnis Islam pada pemilik *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan dalam melakukan peningkatan pendapatan mereka, serta akan membahas sistem peningkatan pendapatan *home industri* tersebut dilihat dari aspek etika bisnis Islamnya, dan kendala yang dihadapi pemilik dalam melakukan peningkatan pendapatan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas serta batasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana etika bisnis Islam pada *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan dalam peningkatan pendapatan?
2. Bagaimana peningkatan pendapatan pada *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan?

3. Bagaimana kendala yang dihadapi *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan pada etika bisnis Islam dalam peningkatan pendapatan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis buat, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui etika bisnis Islam pada *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan dalam peningkatan pendapatan.
2. Untuk mengetahui peningkatan pendapatan pada *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan pada etika bisnis Islam dalam peningkatan pendapatan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dalam penelitian ini nantinya adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang etika pemasaran dalam peningkatan pendapatan yang belum sesuai dengan etika bisnis. Serta diharapkan dapat dijadikan sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

Secara praktis bagi penulis diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tambahan dan pemahaman yang baru,

terkhususnya mengenai etika bisnis untuk selanjutnya dapat dijadikan acuan ketika bersikap dan berperilaku dalam kegiatan ekonomi.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan informasi perbendaharaan perpustakaan IAIN Curup yang diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, serta acuan untuk peneliti selanjutnya.

c. Bagi Home Industri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak pemilik *home industri* untuk dapat melakukan etika yang baik kepada pembeli sesuai dengan syariat Islam.

d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai etika pemasaran terhadap penerapan etika bisnis. Selain itu, juga dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kajian teoritis dan penelitian lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.¹⁰ Dengan dikemukakan landasan teori dan nilai-nilai budaya yang ada pada konteks sosial yang diteliti, maka hal ini merupakan indikator bagi peneliti, apakah peneliti memiliki wawasan yang luas atau tidak terhadap situasi

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hal. 291.

sosial yang diteliti.¹¹ Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Dewi Rusmayanti, NIM: 11820521047 Skripsi ***“Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Home industry Ibu Dhafa di Desa Kayu Aro Kecamatan Kampar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.”*** Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum, 2022.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah banyaknya persaingan antar pengusaha untuk memikat konsumen dalam meningkatkan penjualan mereka. Salah satunya adalah dengan menerapkan strategi pemasaran, strategi harus dilakukan secara efektif agar dapat meningkatkan penjualan dengan baik pula. Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada aspek produk, harga, promosi dan distribusi atau yang biasa disebut dengan bauran pemasaran. Adapun aktivitas dari bauran pemasaran memberikan peran yang penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini, bahwa strategi pemasaran usaha *home industri* Ibu Dhafa secara umum terdiri dari empat aspek yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi. Hal ini terbukti dalam strategi bauran pemasaran 4p yaitu; strategi produk (product) berupa senantiasa meningkatkan kualitas produk, banyak varian produk yang menarik, dan kemasan produk yang baik dan

¹¹ Sugiyono, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, 2019, hal. 291.

menarik. Strategi harga (price) berupa penetapan harga, dan menjaga stabilitas harga. Strategi distribusi (place) berupa tempat usaha yang strategis, tempat usaha yang nyaman, lokasi mudah terlihat, dan melakukan pendistribusian ketoko-toko terdekat. Dan strategi promosi (promotion) berupa melakukan periklanan secara offline dan online. Secara keseluruhan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dan meningkatkan keuntungan atau laba usaha. Strategi pemasaran *home industri* Ibu Dhafa dalam perspektif etika bisnis Islam berlandaskan pada landasan ketauhidan, kehendak bebas, pertanggungjawaban dan keadilan dan keseimbangan.

2. Amtiur Mayogi Rohana Pasaribu, NIM: 1551010216 Skripsi "***Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)***". Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Ekonomi Islam, 2019.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Urgensi bisnis Islam (syariah) beberapa tahun belakang ini sedang menjadi trend dimasyarakat. Kemajuan bisnis berbasis syariah bisa dilihat dengan munculnya lembaga-lembaga keuangan syariah. Dalam perkembangan sektor industri halal mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu bisnis yang telah menerapkan prinsip syariah adalah Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri. Akan tetapi, pada penerapannya masih ditemukan keluhan keluhan terkait etika bisnis Islam pada perusahaan. Sehingga peneliti ingin

mengetahui lebih lanjut sejauh mana prinsip dan penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis data deskriptif. Berdasarkan hasil observasi, kuesioner dan wawancara yang diperoleh dari konsumen penerapan etika bisnis Islam di Swalayan Surya jika ditinjau dari kelima prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, sudah diterapkan dengan cukup baik oleh penjual. Hanya saja pada prinsip kebenaran (kebijakan dan kejujuran) jika dilihat dari segi jawaban konsumen masih belum diterapkan sepenuhnya artinya karena masih ada sebagian informasi detail barang yang tidak diberikan kepada konsumen oleh pihak Swalayan Surya. Selain itu, pihak Swalayan Surya belum menerapkan prinsip kebijakan atas produk yang dikeluarkan karena ketika ada pengembalian barang yang sudah dibeli oleh konsumen dengan alasan tidak cocok, cacat, dan lain-lain, pihak Swalayan Surya tidak menerima pengembalian tersebut.

3. Muhamad Fikri, NIM: 21601092061 Skripsi “*Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*”. Universitas Islam Malang, Fakultas Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis, 2020.

Permasalahan pada penelitian ini dilakukan atas dasar terjadinya fenomena penurunan angka penjualan rumah di tahun 2017 yang seharusnya mengalami peningkatan seiring penerapan bauran komunikasi pemasaran oleh Ahsana Property Pusat Malang.

Pendekatan kualitatif digunakan dalam proses penggalan data dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ahsana Property Pusat Malang dalam dua tahun terakhir mengalami kenaikan penjualan yang didukung perkembangan site perusahaan dengan menerapkan seluruh bauran komunikasi pemasaran meliputi iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, *word of mouth* dan *personal selling*. Kegiatan tersebut juga dilakukan dengan memperhatikan etika bisnis Islam meliputi penghapusan riba, keadilan, kerjasama, dan amanah.

4. Melina Faradannisa, NIM: 1541010002 Skripsi ***“Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam”***. IAIN Kudus, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, 2019.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Praktik etika dalam berbisnis pada masyarakat merupakan hal yang sudah menjadi ambisi oleh setiap individu, terutama penduduk muslim yang sudah dibekali landasan syariat agama. Berbagai jenis persaingan di semua industri kuliner yang telah mewarnai evolusi seperti restoran, tempat makan, dan cafe menumbuhkan persaingan saat ini. Hal itu menuntut kemampuan wirausahawan untuk menemukan pendekatan yang paling unggul dalam bersaing, paling utama dalam memenuhi keinginan pelanggan yang selalu berubah. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan

di mana kepuasan tersebut dapat ditingkatkan melalui kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten serta dengan berbagai manfaat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan Zeito Kopi.

5. Anita, NIM: 152400009 Skripsi ***“Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla”***. IAIN Parepare, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, 2020.

Permasalahan pada penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Toyota Hadji Kalla Kota Parepare ditinjau dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan PT Toyota Hadji Kalla Kota Parepare yaitu dalam meningkatkan volume penjualan maka ditekankan pada (1). Bauran pemasaran (*marketing mix*), pasar sasaran (*targeting*), dan posisi pasar (*positioning*). (2). Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Toyota Hadji Kalla Kota Parepare ditinjau dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi yaitu kesatuan (*unity*), yang diterapkan yaitu dalam menawarkan produk-produk menunjukkan sikap akidah dengan senantiasa memberikan senyuman dan ramah dalam

menyambut dan menjelaskan produk yang mereka tawarkan kepada *customer*.

Adapun penelitian yang peneliti lakukan tentang peningkatan pendapatan ditinjau dari etika bisnis, penelitian ini lebih ditekankan pada pelaksanaan kegiatan peningkatan pendapatan yang dilakukan oleh pemilik home industri di Desa Bukit Barisan menurut etika bisnis. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki subjek yang sama yaitu etika bisnis, namun memiliki perbedaan dalam objek penelitiannya. Secara garis besar peneliti terdahulu fokus pada permasalahan strategi komunikasi *marketing* bisnis, penerapan bauran komunikasi pemasaran, pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Menurut penjelasan diatas maka dapat ditegaskan bahwa skripsi yang akan peneliti teliti belum pernah diteliti sebelumnya, khususnya di IAIN Curup.

G. Penjelasan Judul

1. Analisis

Analisis adalah suatu proses atau metode yang digunakan untuk mengurai dan memahami suatu informasi atau data dengan cermat dan teliti. Dalam konteks penelitian, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi, menginterpretasi, dan menghubungkan data-data yang diperoleh dari berbagai sumber sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti.¹²

¹² Abdurrachman, *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2019), hal. 86

2. Etika Bisnis

Etika bisnis adalah ilmu tentang baik buruknya terhadap perilaku manusia, termasuk tindakan-tindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontrak bisnis.¹³

3. *Home Industri*

Home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedang industri, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Home Industri adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.¹⁴

4. Peningkatan Pendapatan

Peningkatan pendapatan masyarakat merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat melalui adanya peningkatan daya beli keluarga untuk membiayai kebutuhan sehari-hari keluarga baik kebutuhan dasar, kebutuhan sosial.¹⁵

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari pola pikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan obyektif partisipatif

¹³ M. Anang Firmansyah, 2020, hal. 31.

¹⁴ Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, (Jakarta : Salemba Empat, 2022), hal 71.

¹⁵ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*, hal 82.

terhadap suatu gejala (fenomena) sosial.¹⁶ Dalam penelitian ini peneliti melihat fenomena yang terjadi, yaitu para pembeli jagung marning di Desa Bukit Barisan khususnya para pelanggan dari toko pusat pemasarannya lebih memilih berlangganan dengan salah satu dari lima *home industri* di Desa Bukit Barisan tersebut.

b. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan studi kasus karena dalam penelitian ini peneliti akan mendalami kasus atau fenomena yang ada dengan mengumpulkan data yang berupa hasil dari wawancara oleh para individu yang nantinya akan menjadi data dalam penelitian.¹⁷

2. Lokasi dan waktu Penelitian

Untuk lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Desa Bukit Barisan. Peneliti memilih lokasi tersebut karena beberapa hal yang pertama memudahkan peneliti untuk lebih mendalami asumsi-asumsi para pegawai yang mana daerah ini merupakan daerah asal tempat tinggal peneliti dan juga menurut peneliti cocok untuk dijadikan sumber data yang akan peneliti butuhkan.

Untuk waktu dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada tanggal 05 November 2023 sampai 12 Desember 2023.

3. Data dan Sumber Data

Pada dasarnya suatu penelitian bertujuan untuk mencari pemecahan masalah. Setiap masalah dapat dipecahkan apabila didukung oleh data yang

¹⁶ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020), hal. 19.

¹⁷ Husein Umar, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal 42.

akurat dan relevan. Tanpa data yang akurat dan relevan tersebut, maka tujuan penelitian yang akan dicapai tidak akan mungkin terwujud.¹⁸

Pada umumnya, jenis data yang dipergunakan dalam penelitian adalah berupa data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung dan segera diperoleh dari data oleh peneliti untuk tujuan yang khusus penelitian. Dengan kata lain, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik melalui observasi maupun wawancara kepada informan.¹⁹ Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari wawancara dengan empat informan dari pemilik *home industri* dan tiga pelanggan dari *home industri* tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian, maka peneliti menggunakan alat pengumpulan data berupa tehnik-tehnik sebagai berikut:²⁰

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila

¹⁸ Samsu, *Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development* (Jambi: Pusaka, 2017), hal. 97.

¹⁹ Samsu, Samsu, *Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*, 2017, hal. 94.'

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hal. 145.

penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila informan yang diamati tidak terlalu besar.²¹ Jenis observasi yang dipakai pada penelitian ini adalah observasi non participant, yang mana peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat objek yang akan diteliti, tanpa terlibat secara langsung.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur.²² Berdasarkan metode wawancara ini peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur sebagai teknik pengumpulan data secara mendalam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.²³

Metode dokumentasi ini dipergunakan untuk memperoleh data berupa catatan-catatan dan dokumen lain yang ada hubungannya dengan masalah penelitian ini. Adapun data yang diperoleh melalui dokumentasi ini adalah historis dan geografis, serta dokumen lain yang berkaitan dengan masalah etjka bisnis *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan berkenaan dengan peningkatan pendapatan.

²¹ Sugiyono, *etode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 2019, hal. 145.

²² Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, 2020, hal. 78.

²³ Samsu, *Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*, hal. 99.

5. Analisis Data

Setelah peneliti sudah mengumpulkan semua data, maka dari itu peneliti mulai akan menganalisis semua data yang sudah didapatkan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan memvalidasi fenomena sosial yang menjadi objek penelitian.²⁴ Penelitian ini hanya akan mendeskripsikan atau menggambarkan sebuah fenomena yang kita teliti. Pendekatan studi kasus akan memudahkan peneliti untuk mendalami kasus-kasus yang dialami oleh para individu terhadap suatu fenomena yang akan di teliti oleh peneliti.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif teknik analisis data secara sederhana dapat dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Data yang peneliti fokuskan dalam penelitian ini yaitu peneliti akan menganalisis faktor yang mendasari para pembeli lebih tertarik membeli jagung marning pada satu dari lima *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan tersebut. Tidak lupa peneliti juga akan menganalisis etika bisnis yang diterapkan oleh *home industri* jagung marning tersebut terhadap peningkatan pendapatan mereka.

²⁴ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, 2020, hal. 80.

b. Penyajian Data

Penyajian data berupa suatu bentuk tulisan atau sebuah kata-kata sampai berupa gambar, grafik, atau tabel yang bertujuan untuk bisa menggabungkan informasi sehingga nantinya dapat menggambarkan fenomena yang terjadi.²⁵

Data awal yang peneliti dapatkan yakni mayoritas para pembeli lebih memilih dan tertarik mengambil jagung marning di satu *home industri* dari lima *home industri* lainnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah data yang akan diperoleh sudah terkumpul dan cukup memadai untuk semua data yang di inginkan maka tahap selanjutnya bisa diambil atau bisa ditarik sebuah kesimpulan sementara yang nantinya jika sudah benar-benar tuntas bisa diambil kesimpulan akhirnya.²⁶

Maka peneliti menarik kesimpulan sementara dalam penelitian ini bahwasannya masyarakat di Desa Bukit Barisan tersebut belum sepenuhnya menerapkan ilmu etika bisnis Islam karena masih banyak para pemilik *home industri* tersebut menghalalkan segala cara untuk meningkatkan pendapatan mereka tanpa melihat dampak yang bisa ditimbulkan dari etika bisnis mereka.

²⁵ Soejono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian : Suatu Pemikiran Dan Penerapan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), hal 31.

²⁶ Sinambela, Pardomuan NJM, *Penarikan Kesimpulan Dengan Metode Deduktif*, (Jakarta: Generasi Kampus 2012), hal 22.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penerapan

1. Pengertian Penerapan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian penerapan adalah perbuatan menerapkan. Sedangkan menurut beberapa ahli berpendapat bahwa, penerapan adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.

Berikut ini pengertian penerapan menurut para ahli:

a. Cahyononim dalam J.S Badudu dan Sutan Mohammad Zain

Penerapan adalah hal, cara atau hasil.

b. Lukman Ali

Penerapan adalah mempraktekkan atau memasang. Penerapan dapat juga diartikan sebagai pelaksanaan.

c. Riant Nugroho

Penerapan pada prinsipnya adalah cara yang dilakukan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

d. Nugroho, menurut Wahab dalam Van Meter dan Van Hor

Penerapan merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau kelompok-kelompok yang diarahkan pada tercapainya tujuan yang telah digariskan dalam keputusan.

Dalam hal ini, penerapan adalah pelaksanaan sebuah hasil kerja yang diperoleh melalui sebuah cara agar dapat dipraktekkan kedalam masyarakat.

Unsur-Unsur Penerapan Menurut Wahab, penerapan merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tiga unsur penting dan mutlak dalam menjalankannya. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi:¹

- a. Adanya program yang dilaksanakan
- b. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
- c. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.

Berdasarkan penjelasan unsur-unsur penerapan di atas maka penerapan dapat terlaksana apabila adanya program-program yang memiliki sasaran serta dapat memberi manfaat pada target yang ingin dicapai dan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik oleh target.²

¹ Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Jakarta: Gema Insani, 2004), hal 62.

² Jumailah, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bina Aksara, 2008), hal. 69.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islami adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing.³ Menurut A. Hanafi dan Hamid Salam, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur'an dan Hadits yang bertumpu pada 6 prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.⁴

Dengan demikian etika bisnis dalam syari'at Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁵

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang dimiliki oleh etika bisnis Islam. *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyalurkan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. *Kedua*, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang

³ Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 218.

⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009 h. 74.

⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 171.

kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. *Ketiga*, etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.⁶

Etika bisnis mencakup prinsip-prinsip moral dan perilaku yang diterapkan dalam konteks kegiatan bisnis. Nilai pribadi pemilik home industri dapat memainkan peran penting dalam membentuk pandangan mereka terhadap etika bisnis. Nilai-nilai seperti integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial adalah dasar bagi keputusan bisnis mereka.⁷ Kesadaran akan pentingnya etika bisnis dapat membantu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, menciptakan lingkungan kerja yang positif, dan berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang.⁸

Dalam perspektif etika bisnis prinsip keadilan dalam bisnis Islam menuntut agar peningkatan pendapatan dilakukan dengan cara yang adil bagi semua pihak yang terlibat, mulai dari pemilik bisnis hingga pekerja dan konsumen. Adanya keadilan ini sejalan dengan konsep *adl* dalam

⁶ Johan Arifin., *Etika* hal 76.

⁷ Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). Persepsi Karyawan Tentang Etika Bisnis (Studi Pada Pt Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi). *Journal Of Business Studies*, 3(1), Hal 32.

⁸ LAH, R. A. D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 19(2), Hal 163.

Islam yang menekankan pentingnya perlakuan yang setara dan tidak diskriminatif.⁹

Kedua, transparansi menjadi landasan lain dalam etika bisnis Islam. Peningkatan pendapatan harus dicapai melalui praktik bisnis yang terbuka dan jujur, menghindari segala bentuk penipuan atau manipulasi informasi. Keterbukaan ini mencerminkan prinsip *al-Shuhrah*, dimana informasi mengenai pendapatan, laba, dan pengeluaran harus dapat diakses dengan mudah oleh pihak yang berkepentingan.¹⁰

Selanjutnya, konsep taqwa atau ketaatan kepada Allah menegaskan bahwa peningkatan pendapatan harus dicapai dengan mematuhi nilai-nilai moral dan etika Islam. Bisnis tidak hanya menjadi sarana untuk mencapai kekayaan materi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang harus dilaksanakan dengan penuh kesadaran akan tanggung jawab moral.

Kemudian, kepedulian sosial (*ihsan*) menjadi prinsip penting yang menekankan bahwa bisnis harus memberikan manfaat positif bagi masyarakat. Peningkatan pendapatan seharusnya tidak hanya menguntungkan perusahaan dan pemiliknya, tetapi juga memberikan dampak positif pada lingkungan sekitar dan masyarakat secara luas.¹¹

⁹ LAH, R. A. D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. Hal 172.

¹⁰ Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), Hal 56.

¹¹ Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). Persepsi Karyawan Tentang Etika Bisnis (Studi Pada Pt Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi). Hal 62.

Jadi kesimpulan deskripsi mengenai Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan bisnisnya dengan selamat. Etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al-islamiyah) yang dibungkus dengan dhawabith syariah (batasan syariah) atau general guideline.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah suatu landasan yang digunakan oleh pelaku bisnis dalam melakukan bisnisnya dengan menerapkan prinsip-prinsip yang terdapat dalam ajaran agama Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadist.

2. Jenis-Jenis Bisnis

Menurut Indriyo Gito Sudarmo, ada beberapa macam jenis bisnis, untuk memudahkan mengetahui pengelompokannya maka dapat dikelompokkan sebagai berikut:¹²

- a. Ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi.
- b. Agraria, yaitu bisnis yang menjalankan bisnisnya dalam bidang pertanian.
- c. Industri, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri.
- d. Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud.¹³

¹² Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, hal 38.

3. Indikator etika bisnis Islam

a. Kesatuan (*Unity*)

Konsep kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam ekonomi, politik, sosial, maupun agama. Tauhid tak hanya dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Tetapi tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini. Berdasarkan konsep ini maka pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan:¹⁴

- 1) Diskriminasi antara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama.
- 2) Terpaksa dipaksa melakukan praktik mal bisnis karena hanya Allah lah yang semestinya ditakuti dan dicintai.
- 3) Menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan adalah amanat Allah.

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain harus di tempatkan sebagaimana mestinya (sesuai dengan aturan syariah). Karena orang yang adil lebih dekat dengan ketakwaan.

¹³ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, hal 40.

¹⁴ Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management*, hal 81.

Bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diutamakan oleh para pembisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.¹⁵

c. Kehendak bebas (*Free Will*)

Hal yang terkait dengan kemampuan manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar. Kehendak bebas juga tidak terlepas dari posisi manusia sebagai khalifatu Allah di muka bumi. Manusia di beri kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya dengan tanpa mengabaikan kenyataan sepenuhnya dan dituntun oleh hukum yang telah di ciptakan oleh Allah SWT. Kemudian dia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan untuk memilih apa jalan hidup yang diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan apa yang dipilih. Seperti halnya dalam bermuamalah, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam islam dengan tidak ada pendzaliman, maysir, gharar dan riba. Dengan demikian, kebebasan berhubungan erat dengan kesatuan dan keseimbangan.¹⁶

¹⁵ Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management*, hal 87.

¹⁶ Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management*, hal 85.

d. Pertanggung jawaban (*Responsibility*)

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah SWT) dan sisi horizontalnya kepada sesama manusia. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan harus di pertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah di hari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada manusia atau kepada konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus di tampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.¹⁷

e. Kebenaran, kebajikan dan kejujuran

Kebenaran adalah nilai yang dijadikan dasar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar. Kebajikan adalah sikap yang baik dan yang merupakan tindakan memberi keuntungan bagi orang lain. Sedangkan kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.¹⁸

f. Toleransi dan Keramahan Tamahan

Dalam Islam berbisnis tidak sekedar memperoleh keuntungan materi semata, tetapi juga menjalin hubungan harmonis yang pada gilirannya menguntungkan kedua belah pihak, karena kedua belah pihak harus mengedepankan toleransi. Ramah merupakan sifat terpuji

¹⁷ Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management*, hal 86.

¹⁸ Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management*, hal 87.

yang dianjurkan oleh agama Islam untuk siapa saja dan kepada siapa saja. Dengan ramah, maka banyak orang yang suka dan dengan ramah banyak pula orang yang senang. Karena ramah merupakan bentuk aplikasi dari kerendahan hati seseorang.¹⁹

g. Keterbukaan dan kebebasan

Kesediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih benar serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang kreatif dan positif. Tidak hanya dengan keterbukaan, seorang pembisnis haruslah menjalin kerjasama dalam membagi beban dan memikul tanggung jawab tanpa ada diskriminasi diantara pelaku bisnis.²⁰

h. Ihsan (*Benevolence*)

Ihsan (*Benevolence*), melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat. Melihat bahwa keihsanan lebih penting kehadirannya ketimbang keadilan dalam kehidupan sosial. Karena menurutnya keadilan sosial hanya merupakan “*the corner stone of society*”, sedangkan ihsan adalah “*beauty and perfection*” sistem sosial. Jika keadilan dapat menyelamatkan lingkungan sosial dari tindakan-tindakan yang tidak diinginkan dan kegetiran hidup, ke-

¹⁹ Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management*, hal 87.

²⁰ Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management*, hal 88.

ihsan-an justru membuat kehidupan sosial ini menjadi manis dan indah.

4. Promosi dalam Islam

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang.²¹ Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasaran. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Definisi promosi penjualan menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip dari bukunya Sustiana adalah: *Sales promotion is media and non media marketing pressure applied for a predetermined, limited period of time in order to stimulate trial, increase consumer demand, or improve product quality.* Definisi tersebut menunjukkan bahwa promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.²²

Promosi menurut Fandy Tjiptono adalah bentuk persuasive langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.²³

²¹ Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 898.

²² Sustina, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 299.

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Jakarta: Andi Offset, 1997), hal. 229.

Ekonomi Islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa, dan akhirnya mewujudkan transaksi jual beli.²⁴ Dalam Islam perdagangan dibolehkan, karena dengan perdagangan dapat menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik itu kebutuhan penjual maupun kebutuhan pembeli. Penjual mempunyai kebutuhan untuk memperoleh profit yang maksimal, sedangkan pembeli untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya.

Adapun yang harus dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan anjuran Islam adalah:²⁵

a) Jangan mudah mengobral sumpah

Pada saat berpromosi atau beriklan janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati. Dari Abu Qotadah Al Anshori, Nabi SAW bersabda:²⁶

عَنْ أَبِي قَتَادَةَ الْأَنْصَارِيِّ أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ يَا كُفْرًا وَكُثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنْفَقُ ثُمَّ يَمْحَقُ (رواه الترمذی)

“Dari Abu Qotadah Al-Anshori, bahwasanya ia mendengar Rasulullah SAW bersabda: Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan karena ia memang

²⁴ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), hal. 22.

²⁵ Rafik Issa Beekum, hal. 22.

²⁶ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hal. 322.

melariskan dagangan, namun malah menghapuskan (keberkahan)”. (HR. Tirmidzi)

Bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi Islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai Islami. Sebab banyak dewasa ini perusahaan-perusahaan yang beroperasi dengan melebih-lebihkan dalam berkata melalui iklan. Allah SWT dan Rasul Nya telah memberikan aturan dan larangan mengenai hal ini.

b) Jujur

Kejujuran adalah buah dari keimanan, sebagai ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para Nabi. Tanpa kejujuran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, kebohongan dan kedustaan adalah bagian daripada sikap orang munafik.²⁷

Bencana terbesar akan melanda jika para pelaku ekonomi melakukan dusta. Pedagang berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga di atas harga yang sewajarnya. Sedangkan pembeli melakukan kebohongan pada saat menawarkan harga. Demikian pentingnya faktor kejujuran dalam perilaku ekonomi hingga Allah menempatkan kejujuran sebagai karakter pedagang yang membawanya kepada derajat yang sangat tinggi dihadapan Allah SWT. Rasulullah SAW bersabda:²⁸

²⁷ Hermawan Kartajaya and Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hal. 45.

²⁸ Al-Imam Muslim, *Terjemahan Hadis Shahih Muslim Jilid I, II, III, IV*, (Jakarta: Klang Book Centre, 2007), hal. 324.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْآمِنُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّادِّقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذی)

“Dari Abu Sa’id Radhiyallahu Anhu, katanya Rasulullah SAW bersabda, pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (shiddiqin), dan para syuhada”. (HR. Tirmidzi)

Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kezaliman serta dapat menimbulkan permusuhan dan perkecokan.²⁹ Hadits yang agung ini menunjukkan besarnya keutamaan seorang pedagang yang memiliki sifat-sifat ini, karena dia akan dimuliakan dengan keutamaan besar dan kedudukan yang tinggi di sisi Allah SWT dengan dikumpulkan bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat.

- c) Menjaga yang selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan di antara kedua belah pihak (pembeli dan penjual). Allah SWT berfirman pada QS. Al-Maidah ayat : 1³⁰

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ
بِهَيْمَةً أَلْ أَنْ عَمَّ إِلَّا مَا يُتَّ إِلَىٰ عَلَيَّكُمْ غَيْرَ
مُحَلِّي الصِّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ۗ

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu

²⁹ Ali Hasan, *Marketing Dan Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 25.

³⁰ Abdul Aziz Abdul Rauf, *Al-Qur’an Hafalan Mudah Terjemahan & Tajwid Warna* (Bandung: Cordoba, 2019), hal. 106.

ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.

d) Menghindari berpromosi palsu

Hal ini bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli. Berbagai iklan di media televisi atau dipajang di media cetak, media indoor maupun outdoor, atau lewat rasio seringkali memberikan keterangan palsu. Model promosi tersebut melanggar akhlakul karimah. Islam sebagai agama yang menyeluruh, mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses marketing, jual beli harus berdasarkan etika Islam.

Rasulullah SAW, adalah suri tauladan untuk umat Nya. Beliau telah memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh, apalagi kecewa. Selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang jujur, telah tertanam dengan baik sejak muda. Beliau selalu memperhatikan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan.³¹

Nabi Muhammad SAW, telah berhasil membina dirinya menjadi seorang wirausahawan sejati yang memiliki reputasi dan integritas luar biasa. Selain itu, beliau juga berhasil mengukir namanya di kalangan

³¹ Hermawan Kartajaya and Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, hal. 43.

masyarakat bisnis pada khususnya, dan kaum Quraisy pada umumnya.³² Muhammad memang seorang wirausahawan sejati, beliau telah menjadi teladan bagi umatnya, bagaimana memulai dan mengelola suatu bisnis tanpa harus memiliki modal sendiri. Beliau membuktikan bahwa dengan bermodalkan kejujuran dan integritas diri yang baik, cukup bagi seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan. Apalagi di zaman modern seperti sekarang ini, betapa kejujuran dan integritas seorang pebisnis sudah menjadi barang langka.

e) Tidak Bersumpah Ketika Berdagang

Pelaku bisnis baik pedagang maupun pemasar tidak dianjurkan untuk mengumbar janji berlebihan kepada konsumen, hal ini sebagaimana hadis berikut:³³

عَنْ أَبِي قَتَادَةَ الْأَنْصَارِيِّ أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ يَقُولُ يَا كُفْرًا وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنْفِقُ
ثُمَّ يَمْحَقُ

“Janganlah kalian banyak bersumpah ketika berdagang sebab cara seperti itu melariskan dagangan lalu menghilangkan keberkahannya”. (HR. Muslim)

f) Berperilaku Baik dan Simpatik (Shiddiq)

Islam mengajarkan manusia untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik, sebagaimana hadis berikut:³⁴

³² Hermawan Kartajaya and Muhammad Syakir Sula, hal. 66.

³³ Tati Handayani, Muhammad Anwar Fathoni, and Suryani, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, hal. 33.

³⁴ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Ensiklopedia Hadits Shahih Al-Bukhari 2* (Almahira: Jakarta Timur, 2012), hal. 334.

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
 يَقُولُ: رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ, وَإِذَا اشْتَرَى,
 وَإِذَا اقْتَضَى

“Allah SWT merahmati seseorang yang ramah ketika menjual,
 membeli, dan membayar hutang”. (HR. Bukhari : 2076)³⁵

Jadi, dalam kegiatan perdagangan maupun pemasaran seseorang harus berperilaku baik dan simpatik agar disukai oleh orang banyak termasuk konsumen.

C. Home Industry

1. Pengertian Industri Rumah Tangga (*Home Industry*)

Home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedang *industry* dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk, barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, *home industry* adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi dipusatkan di rumah. Pengertian usaha kecil secara jelas tercantum dalam UU Nomor 9 Tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.

Kriteria lainnya dalam UU Nomor 9 Tahun 1995 adalah milik Warga Negara Indonesia (WNI), berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha

³⁵ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, 226.

perorangan, baik berbadan hukum maupun tidak. *Home industry* juga dapat berarti industry rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga.

Tujuan bisnis di rumah sendiri untuk mencapai keuntungan dan kesinambungan usaha. Sebagaimana layaknya suatu bisnis akan mempunyai tujuan utama untuk memperoleh keuntungan yang optimum dengan pengorbanan yang efisien, maka bisnis yang dilaksanakan di rumah sendiri mempunyai tujuan yang sama. Disamping itu juga adanya tujuan agar usaha yang dijalankan memiliki kesinambungan, terus bergulir dalam kondisi bagaimanapun, walaupun persaingan bisnis dirasakan cukup ketat. Kesinambungan bisnis agar tetap terjaga, maka harus terus memelihara kepuasan pelanggan melalui penciptaan produk yang berkualitas dan pelayanan yang sebaik mungkin kepada pasar sasaran.

Selain tujuan yang telah disebutkan di atas, adanya *home industry* juga mempunyai manfaat dan keutamaan nyata bagi masyarakat yang ada di sekitarnya, manfaat tersebut antara lain:

- a. Pembukaan lapangan kerja baru
- b. Pembentukan dan penguat jaringan sosial budaya dan ekonomi local
- c. Pendorong percepatan siklus finansial
- d. Memperpendek kesenjangan sosial masyarakat
- e. Mengurangi tingkat kriminalitas
- f. Alat penganekaragaman sumber daya alam dan manusia

Dalam perekonomian Indonesia, terutama bila dikaitkan dengan tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha mikro, memang tidaklah banyak akan tetapi usaha mikro memiliki arti strategis bagi pembangunan juga sebagai upaya untuk pemerataan hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai.³⁶

2. Macam Macam Industri

Karena industry merupakan kegiatan ekonomi yang luas maka jumlah dan macam industry berbeda-beda untuk tiap-tiap Negara atau daerah. Pada umumnya, makin laju tingkat perkembangan perindustrian di suatu Negara atau daerah, makin kompleks pula sifat kegiatan dan usaha tersebut.

Adapun klasifikasi *industry* berdasarkan kriteria masing-masing, adalah sebagai berikut:

- a. Klasifikasi *industry* berdasarkan bahan baku
 - 1) *Industri ekstraktif*, yaitu *industry* yang bahan bakunya diperoleh langsung dari alam. Misalnya: *industry* hasil pertanian, perikanan dan kehutanan.
 - 2) *Industry non ekstraktif*, yaitu *industry* yang mengolah lebih lanjut hasil *industry* lain. misalnya: *industry* kayu lapis dan *industry* kain.
 - 3) *Industry fasilitatif*, yaitu kegiatan *industry* yang menjual jasa seperti angkutan dan lain-lain.

³⁶ Nariratih, P., & Anwarudin, A. (2020). *Analisis Penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam Di Home Industry Roti Istiqomah Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar* (Doctoral Dissertation, Iain Surakarta), Hal 27-29.

b. Klasifikasi *industry* berdasarkan tenaga kerja

- 1) *Industry* rumah tangga (*Home Industri*), yaitu *industry* yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang atau empat orang. Ciri *industry* ini adalah memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja yang berjumpah empat orang atau kurang dari empat orang, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola *industry* biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. misalnya *industry* makanan ringan.
- 2) *Industry* kecil, yaitu *industry* yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5 sampai 19 orang. Cirinya yaitu, memiliki modal yang relative kecil, tenaga kerjanya masih terbatas. Misalnya *industry* batu bata, dan lain-lain.
- 3) *Industry* sedang
Yaitu *industry* yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 20 sampai 99 orang. Misalnya *industry* konveksi dan lain-lain.
- 4) *Industry* besar,
yaitu *industry* dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang. Ciri *industry* besar adalah memiliki modal yang besar yang dihimpun dalam bentuk pemilikan saham, tenaga kerja memiliki

keterampilan khusus, dan pimpinan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan. Misalnya *industry* tekstil.³⁷

D. Peningkatan Pendapatan

1. Pengertian Peningkatan Pendapatan

Menurut KBBI peningkatan berarti proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya). Menurut Adi S peningkatan atau meningkatkan berasal dari kata tingkat, yang berarti lapis atau lapisan dari sesuatu yang membentuk susunan. Tingkat juga dapat berarti pangkat, taraf, dan kelas, sedangkan peningkatan berarti kemajuan yang dapat digambarkan dengan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif.³⁸

Pendapatan didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu.

Reksoprayitno mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa.³⁹

³⁷ Fitra, A. (2013). *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Rumahan (Home Industri) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Kampar Timur* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Hal 26-28.

³⁸ Sari, N. I., Wajdi, F., & Narulita, S. (2018). Peningkatan spiritualitas melalui wisata religi di makam keramat Kwitang Jakarta. *Jurnal Studi Al-Qur'an*, 14(1), 48.

³⁹ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), h. 79

Berdasarkan pengertian menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus kas masuk yang berasal dari kegiatan normal perusahaan dalam penciptaan barang atau jasa yang mengakibatkan kenaikan aktiva dan penurunan kewajiban. Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi: Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.⁴⁰

pengertian pendapatan dibedakan menjadi 2 jenis:

- a. Pendapatan faktor yang didistribusikan
Pendapatan faktor golongan ini dapat dibagi lagi menurut sumbernya menjadi :
 - 1) Penghasilan sebagai upah
 - 2) Penghasilan dari usaha sendiri dan pekerjaan
 - 3) Penghasilan dari kepemilikan harta
- b. Transfer yang bersifat redistribusif
Golongan ini, terutama terdiri dari transfer pendapatan yang tidak bersifat mengikat biasanya merupakan imbalan atas barang/jasa/hak milik.

⁴⁰ Boediono, Pengantar Ekonomi, (Jakarta: Erlangga, 2017), hal. 170

Kemudian Biro Pusat Statistik membedakan pengertian pendapatan berupa uang dan barang. Hal ini dapat dilihat dari uraian sebagai berikut :

- a. Pendapatan berupa uang yaitu pendapatan dari gaji/upah yang diperoleh dari pekerja pokok, kerja lembur, kerja sampingan, dan kerja kadang-kadang.
- b. Pendapatan berupa barang yaitu pendapatan yang berupa pengobatan, transportasi, perumahan, barang produksi dan konsumsi.⁴¹

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Jenis-jenis pendapatan adalah sebagai berikut :

- a. Pendapatan Operasi, Pendapatan operasi dapat diperoleh dari dua sumber yaitu:
 - 1) Penjualan kotor, Penjualan kotor adalah penjualan sebagaimana tercantum dalam faktur atau jumlah awal pembebanan sebelum dikurangi penjualan return dan potongan penjualan.
 - 2) Penjualan bersih, Penjualan bersih adalah penjualan yang diperoleh dari penjualan kotor dikurangi return penjualan ditambah dengan potongan penjualan lain-lain.
- b. Pendapatan non operasi Pendapatan non operasi dapat diperoleh dari dua sumber yaitu :

⁴¹ Putra, Y. A., Siregar, G., & Utami, S. (2019, October). Peningkatan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan pekarangan dengan tehnik budidaya hidroponik. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 123-124).

- 1) Pendapatan bunga, Pendapatan bunga adalah pendapatan yang diterima perusahaan karena telah meminjamkan uangnya kepada pihak lain.
- 2) Pendapatan sewa, Pendapatan sewa adalah pendapatan yang diterima perusahaan karena telah menyewakan aktivasnya untuk perusahaan lain. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis pendapatan terdiri dari pendapatan operasi yang diperoleh dari penjualan kotor dan penjualan bersih, pendapatan non operasi diperoleh dari pendapatan bunga dan pendapatan sewa.⁴²

3. Sumber Pendapatan

Samuelson dan Nordhaus mengemukakan bahwa pendapatan juga bisa diperoleh dari dua sumber, yaitu sebagai berikut:

- a. Pendapatan dari hasil usaha sendiri Pendapatan usaha sendiri adalah nilai keseluruhan dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan juga ini merupakan usaha milik sendiri ataupun milik keluarga sendiri seperti menjual produk, onlineshop, pedagang, buruh, dan lain-lain.
- b. Pendapatan dari usaha lain Pendapatan ini dihasilkan tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini juga merupakan pendapatan sampingan, dimana pendapatan yang didapat dari hasil menyewakan

⁴² Litriani, E. (2017). Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang. *I-Finance: a Research Journal on Islamic Finance*, 3(2), 129.

asset, bunga dari uang, sumbangan dari orang lain, pendapatan dari hasil pension, dan lain sebagainya.

Pendapatan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk mendanai segala pengeluaran dan kegiatan. Konsep pendapatan dapat digunakan untuk mengukur kondisi seseorang yang menunjukkan jumlah total uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu.⁴³

4. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pendapatan

Faktor –faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman maka makin tinggi pula tingkat pendapatannya, kemudian juga tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainnya. Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan tinggi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi dibatasi oleh beberapa faktor tersebut.

Menurut Arfida BR berbagai tingkat upah atau pendapatan terkait dalam struktur tertentu yaitu:

⁴³ Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Penerbit Tahta Media*. Hal 9.

a. Sektoral

Struktur upah sektoral mendasarkan diri pada kenyataan bahwa kemampuan satu sektor berbeda dengan yang lain. Perbedaan karena alasan kemampuan usaha perusahaan. Kemampuan finansial perusahaan ditopang oleh nilai produk pasar.

b. Jenis

Jabatan dalam batas-batas tertentu jenis-jenis jabatan sudah mencerminkan jenjang organisatoris atau keterampilan. Perbedaan upah karena jenis jabatan merupakan perbedaan formal.

c. Geografis

Perbedaan upah lain mungkin disebabkan karena letak geografis pekerjaan. Kota besar cenderung memberikan upah yang lebih tinggi dari pada kota kecil atau pedesaan.

d. Keterampilan

Perbedaan upah yang disebabkan keterampilan adalah jenis perbedaan yang paling mudah dipahami. Biasanya jenjang keterampilan sejalan dengan jenjang berat-ringannya pekerjaan.

e. Ras

Meskipun menurut hukum formal perbedaan upah karena ras tidak boleh terjadi, namun kenyataannya perbedaan itu ada. Hal ini mungkin karena produk kebudayaan masa lalu, sehingga terjadi stereo type tenaga menurut ras atau daerah asal.

f. Faktor lain

Daftar penyebab perbedaan ini mungkin dapat diperpanjang dengan memasukan faktor-faktor lain, seperti masa hubungan kerja, ikatan kerja dan lainnya.⁴⁴

E. Kerangka Berpikir

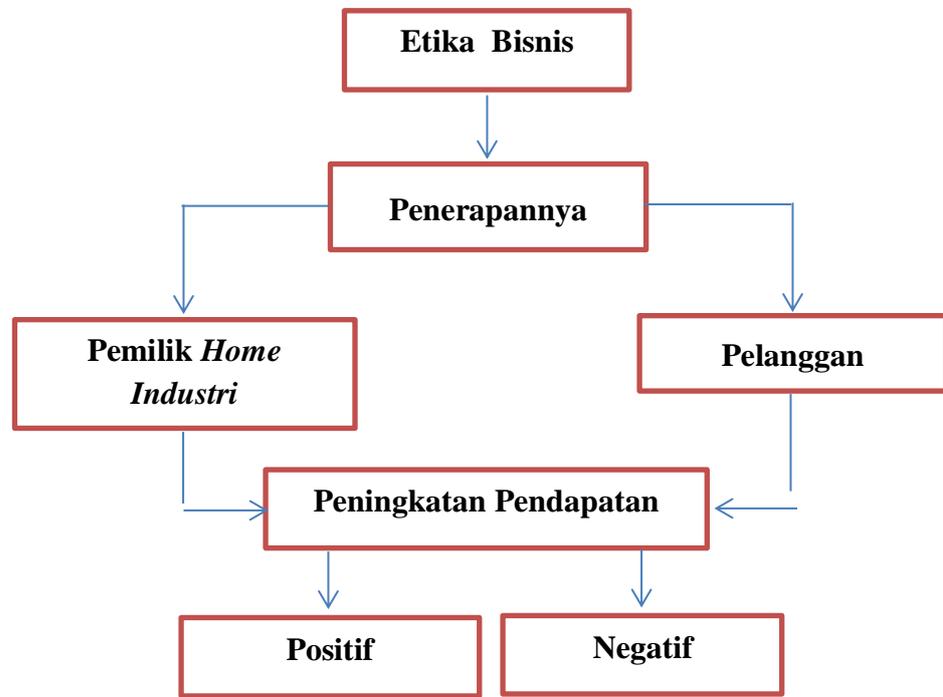
Islam merupakan agama yang mengatur segala yang ada di langit dan di bumi, termasuk permasalahan etika. Etika atau lebih tepat disebut akhlak di dalam Islam mengacu pada dua sumber wahyu yaitu Al-Qur'an dan Sunnah. Dua sumber ini merupakan sumber utama yang membimbing segala perilaku dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam yang benar-benar menjalankan ajaran Islam. Konteks keadilan dalam Islam menganggap manusia sebagai satu keluarga yang mempunyai derajat yang sama di hadapan Allah SWT. Keadilan ekonomi merupakan suatu konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam masyarakat dan hukum.

Jadi, dalam penelitian ini peneliti akan memaparkan kriteria objek yang akan diteliti dengan ilustrasi dibawah ini:

⁴⁴ Pertiwi, P. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan tenaga kerja di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*. Hal 23-25.

Gambar 2.1

Skema Kerangka Berpikir



Jika dilihat dari skema kerangka tersebut bahwa dari teori etika bisnis peneliti akan menganalisis berkenaan dengan penerapan etika bisnis antara pemilik dan pelanggan home industri jagung marning di Desa Bukit Barisan, peneliti akan lebih mendalam lagi dalam menganalisis penerapan etika bisnis pada kedua pihak tersebut dalam meningkatkan pendapatan mereka baik pihak pemilik maupun pelanggan home industri tersebut, yang nantinya dapat diketahui penerapan etika bisnis pada keduanya dalam peningkatan pendapatan mereka sudah sesuai ataukah belum dengan teori etika bisnis yang mana harus berjalan kearah yang positif bukan kepada arah yang negatif.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Desa Bukit Barisan

1. Sejarah Desa Bukit Barisan

Riwayat Desa Bukit Barisan dimulai dari tahun 1963 yang bermula adanya kedatangan masyarakat perantau dari Jawa yaitu Kabupaten Ponorogo, Jawa timur, yang berjumlah 12 orang kemudian menetap di Kecamatan Kepahiang Marga Merigi, Desa Durian Depun. Kedatangan 12 orang tersebut berkerja sebagai penggarap ladang yang hasilnya dibagi tiga, lama kelamaan datang kembali beberapa masyarakat perantu dari pulau Jawa ke daerah ini. Masyarakat perantau ini masih tergabung dengan desa Durian Depun, kerana jarak ladang ke pemerintahan Desa Durian Depun jauh. maka beberapa masyarakat membentuk kelompok ladang yang berjumlah 27 orang dan diminta menjadi pengurus yang mewakili Desa Durian Depun yang disebut dengan punggawa yang dimulai sejak 1965, adapun nama punggawa tersebut adalah SARNO hingga sampai 1968 dan kemudian ada pergantian punggawa dari Sarno ke Misnu sampai 1982.

Pada saat perjuangan pembentukan desa ini, pihak kecamatan dan kabupaten mensyaratkan adanya beberapa fasilitas desa berupa masjid, kuburan, dan sekolahan. Setelah memenuhi kriteria tersebut maka pihak kabupaten mensyahkan desa Bukit Barisan tersebut secara resmi pada

tanggal 16 November 1982 dan terpisah dari Desa Durian Depun. Kemudian dilakukan pemilihan kepala desa secara langsung dengan kepala desa pertama Misnu sampai dengan 1992, selanjutnya dilakukan kepala desa kedua tahun 1992 dan yang terpilih yaitu Sarno sampai dengan tahun 2000. Pada tahun 2000 dilakukan pemilihan kepala desa secara demokrasi dan yang terpilih Bibit Santoso sebagai kepala desa ketiga sampai tahun 2005. Pada tahun 2005 dilakukan pemilihan kepala desa keempat dan yang terpilih Suyadi M sampai dengan tahun 2012 dan pada awal tahun 2013 dilakukan pemilihan kepala desa kembali, dan yang terpilih Kadeni sampai tahun 2018, dan pada akhir tahun 2018 dilakukan pemilihan kepala desa kembali, dan yang terpilih kembali yaitu Kedeno sampai dengan tahun 2024.¹

2. Demografi

Desa Bukit Barisan mempunyai jumlah penduduk 863 jiwa yang terdiri dari laki-laki 442, perempuan 422 Jiwa dan 283 KK. Adapun rincian tersebut sebagai berikut:²

- a. Jumlah Penduduk menurut golongan umur

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Menurut Golongan Umur

No	Keterangan	Dusun	Dusun	Dusun	Dusun	Jumlah Total
		I	II	III	IV	
1	Umur 0-5 th	14	6	10	27	57

¹ Dokumen, *Profil Desa Bukit Barisan*. Tahun 2022

² Dokumen, *Profil Desa Bukit Barisan*. Tahun 2022

2	Umur 06-13 th	20	25	36	34	115
3	Umur 14-18 th	11	18	14	16	59
4	Umur 19-24 th	13	22	23	24	82
5	Umur 25-45 th	56	67	71	100	294
6	Umur 46-57 th	25	38	36	51	150
7	Umur 58 ke atas	24	16	29	37	106
	Jumlah	163	192	219	289	863

Sumber: Arsip Pemerintah Desa Bukit Barisan Tahun 2022

b. Jumlah Penduduk menurut tingkat pendidikan

Tabel 3.2 Jumlah Pendidikan Di Desa Bukit Barisan

Belum Sekolah	Pra Sekolah	Tidak tamat SD	SD	SMP	SMA	Sarjana	Jumlah
65	30	127	183	162	249	47	863

Sumber : Arsip Pemerintah Desa Bukit Barisan Tahun 2022

c. Jumlah Penduduk menurut mata pencaharian

Mayoritas mata pencaharian masyarakat Desa Bukit Barisan adalah petani dan ada beberapa orang yang berprofesi sebagai PNS/TNI/POLRI dan Wiraswasta.³

³ Dokumen, *Profil Desa Bukit Barisan*. Tahun 2022

Tabel 3.3 Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Petani	Pedagang	Buruh	PNS/TNI/POLRI
187	21	19	21

Sumber : Arsip Pemerintah Desa Bukit Barisan Tahun 2022

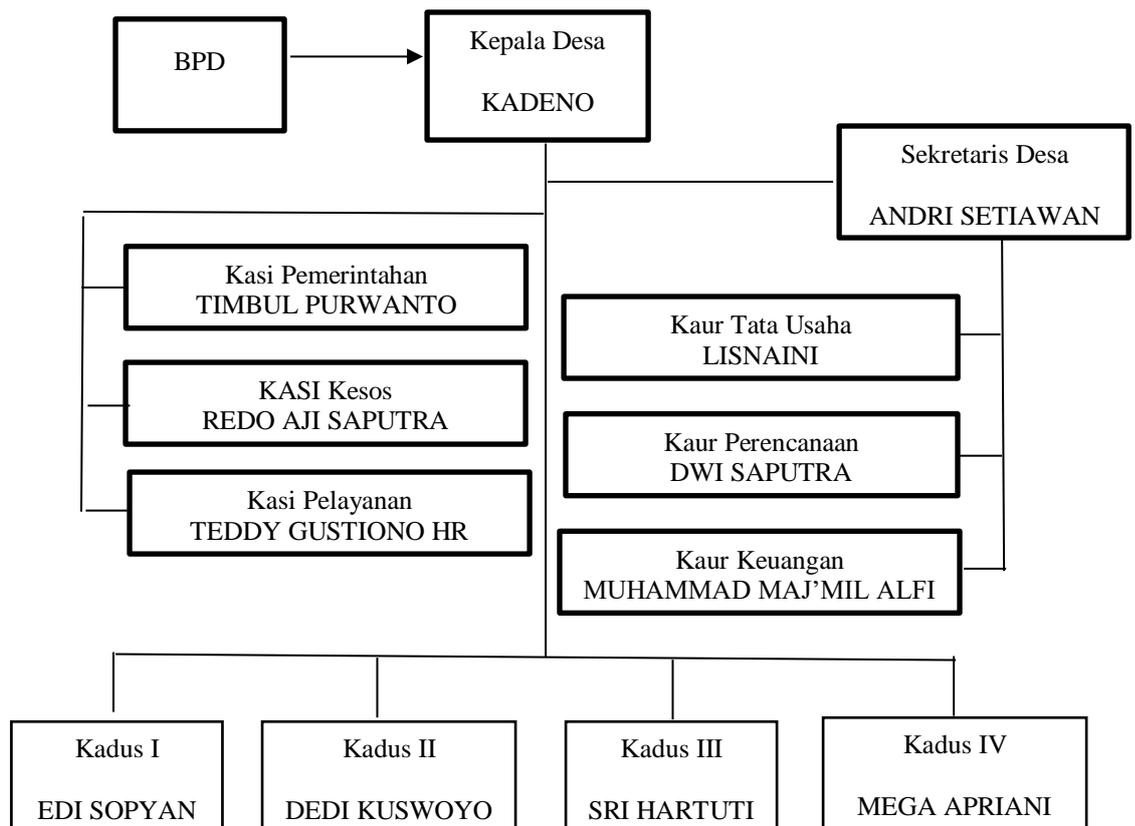
3. Struktur Organisasi Desa Bukit Barisan

Adapun Struktur Organisasi di Desa Bukit Barisan dapat dilihat pada table berikut :⁴

Gambar 2.2

STRUKTUR PERANGKAT DESA BUKIT BARISAN KECAMATAN MERIGI

KABUPATEN KEPAHANG PROVINSI BENGKULU



⁴ Dokumen, *Profil Desa Bukit Barisan Tahun 2022*.

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

A. Etika Bisnis Islam pada *Home Industri Jagung Marning Desa Bukit Barisan* Dalam Peningkatan Pendapatan

Etika bisnis mencakup prinsip-prinsip moral dan perilaku yang diterapkan dalam konteks kegiatan bisnis. Nilai pribadi pemilik home industri dapat memainkan peran penting dalam membentuk pandangan mereka terhadap etika bisnis. Nilai-nilai seperti integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial adalah dasar bagi keputusan bisnis mereka.¹ Kesadaran akan pentingnya etika bisnis dapat membantu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, menciptakan lingkungan kerja yang positif, dan berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang.²

Dari pernyataan tersebut peneliti menemukan hasil penelitian dari data wawancara dengan para informan dengan pertanyaan pertama yakni Bagaimana persepsi pemilik *home industri* terhadap etika bisnis Islam?, dimana data pertama didapat dari salah satu pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³

“Etika kami disini sebagai pemilik tentunya kami selalu mengedepankan kepuasan pelanggan, kami selalu bersikap baik terhadap pelanggan. Kepuasan dari pelanggan adalah nomer satu bagi kami”.

¹ Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). Persepsi Karyawan Tentang Etika Bisnis (Studi Pada Pt Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi). *Journal Of Business Studies*, 3(1), Hal 32.

² LAH, R. A. D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 19(2), Hal 163.

³ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴

“Tentunya kami berusaha semaksimal mungkin untuk menjaga kepercayaan dari pelanggan, jangan sampai pelanggan membuat komentar negative tentang industri yang saya lakoni”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁵

“Etika kami selalu kami jaga terhadap pelanggan tentunya, karena menurut kami jika pelanggan tidak senang belanja dengan kami maka kami yang rugi, jadi etika kami terhadap pelanggan selalu kami kedepankan.”

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan persepsi pemilik terhadap etika bisnis peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁶

“Tentunya kami selalu menjaga etika kami ya, kami senantiasa beretika baik sebagai pemilik. Karena menurut kami ketika orang lain atau pelanggan nyaman dengan pelayanan kami maka hal itu yang membuat kami merasa jauh lebih baik.”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan menerapkan etika bisnis dengan selalu memperhatikan tingkat kepuasan

⁴Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

⁵ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

⁶ Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

pelanggan dimana kepuasan pelanggan yakni ukuran sejauh mana pelanggan merasa puas, senang, atau terpenuhi dengan produk atau layanan yang mereka beli atau terima.

Hal lain juga dilakukan salah satu pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan yakni memberikan potongan harga dari harga sebelumnya sebagai strategi mereka untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Maka dari itu hal tersebut merupakan faktor penting dalam dunia bisnis karena pelanggan yang puas memiliki kecenderungan untuk tetap loyal, memberikan umpan balik positif, dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam mengembangkan bisnis, termasuk untuk pemilik home industri. Dimana pemasaran merupakan suatu proses yang dinamis. Maka dari itu pemilik harus selalu memantau dan menyesuaikan strategi sesuai dengan perubahan dalam lingkungan bisnis dan preferensi pelanggan.⁷ Pemilik *home industri* juga harus dapat membangun strategi pemasaran yang kokoh, meningkatkan visibilitas, dan mendukung pertumbuhan bisnis. Selalu terbuka terhadap perubahan dan beradaptasi dengan dinamika pasar untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.⁸

Dari penjelasan mengenai pemasaran tersebut peneliti berhasil mendapatkan data dari hasil wawancara dengan pertanyaan Bagaimana

⁷ Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish. Hal 248.

⁸ Lah, R. A. D. (2023). *Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis di Indonesia*. Hal 142.

langkah-langkah pemilik *home industri* melakukan praktik pemasarannya? Informan dalam wawancara ini yakni para pemilik *home industri* Desa Bukit Barisan yang peneliti berhasil mendapatkan data terkait dengan langkah-langkah mereka dalam melakukan praktik pemasaran, hasil wawancara pertama dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁹

“Pemasaran produk kami ini kami serahkan kepada sales kami, jadi ada sendiri yang menjual hasil produksi kami kepada konsumen, dan biasanya kalau memakai jasa sales itu setor kepada beberapa toko-toko.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹⁰

“Kalau kami biasanya ada dua langkah ya kalau bicara pemasarannya, pertama kami lakukan setor kepada para sales jagung marning, jadi sales sales itu yang menjual hasil produksi ke toko-toko, kedua kami menjualnya sendiri di rumah kami, dengan konsumen orang terdekat dengan rumah kami.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹¹

“Kami disini itu kurang lebih ada 15 toko sebagai pusat pemasarannya, dan ketika kami menjual ke toko tersebut biasanya kami menggunakan sales untuk mengantar ke toko-toko tersebut. Selain itu kami juga menyediakan untuk dijual di rumah, jadi tidak

⁹ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

¹⁰ Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

¹¹ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

semua hasil produksi kami serahkan kepada sales untuk dijual ke toko.”

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan persepsi pemilik terhadap etika bisnis peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹²

“Kami disini pakai sales, sales itu kerjanya menyetorkan hasil produksi kami kepada toko pusat pemasaran jagung marning kami kurang lebih ada 15 toko.”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan memiliki langkah-langkah dalam melakukan pemasaran hasil produksi jagung marning yakni dengan menggunakan sales. Sales disini dalam melakukan praktik pemasaran merujuk pada peran penjualan dalam strategi pemasaran usaha jagung marning tersebut.

Sales (penjualan) adalah bagian dari proses pemasaran yang bertanggung jawab untuk menjual produk atau layanan kepada pelanggan. Peran sales ini mencakup sejumlah tugas dan tanggung jawab yang berkontribusi pada kesuksesan pemasaran secara keseluruhan. Setelah penjualan dilakukan, sales dapat terlibat dalam memelihara hubungan dengan pelanggan. Hal ini termasuk memastikan kepuasan pelanggan, menanggapi pertanyaan pasca-penjualan, dan membangun dasar untuk hubungan jangka panjang. Integrasi yang baik antara upaya pemasaran dan sales sangat penting

¹² Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

untuk mencapai kesuksesan bisnis. Dalam kerja sama yang efektif, pemasaran dan sales saling mendukung untuk mencapai tujuan perusahaan.

Alur produksi secara umum mengacu pada serangkaian langkah atau tahapan yang dilalui mulai dari bahan baku hingga menjadi produk jadi.¹³ Alur produksi adalah suatu sistem yang kompleks, dan faktor-faktor seperti perencanaan, pengadaan bahan baku, penerimaan dan pemeriksaan bahan baku, penyimpanan bahan baku, proses produksi, pemeriksaan kualitas, pengemasan, distribusi, pemasaran dan penjualan perlu dikelola secara efektif agar produksi berjalan lancar, efisien, dan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan.¹⁴

Dari penjelasan mengenai alur produksi tersebut peneliti berhasil mendapatkan data dari hasil wawancara dengan pertanyaan Apabila digambarkan dengan struktur produksi, bagaimanakah alur produksi tersebut? Informan dalam wawancara ini yakni para pemilik *home industri* Desa Bukit Barisan yang peneliti berhasil mendapatkan data terkait dengan alur produksi mereka dalam memproduksi *home industri* jagung marning, hasil wawancara pertama Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹⁵

“Tahap yang kami lakukan tidak beda jauh dengan proses pembuatan jagung marning pada umumnya yaitu ada jagung kering dan sudah dipisahkan dari bongkolnya, lalu mulai perebusan selama dua kali dengan pencucian setelah masing-masing perebusan tersebut selesai. Terus tahap berikutnya penjemuran dan pembersihan, lalu masuk

¹³ Al Fatta, H. (2007). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk keunggulan bersaing perusahaan dan organisasi modern*. Penerbit Andi. Hal 271.

¹⁴ Martono, R. (2018). *Manajemen Logistik*. Gramedia Pustaka Utama. Hal 71.

¹⁵ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

ketahap penggorengan dan juga pengemasan. Terakhir baru pemilik mulai menjual hasil produksi jagung marning tersebut.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dengan pernyataan tidak beda jauh dengan pernyataan sebelumnya, hasil tersebut dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹⁶

“Kalau kami biasanya alur produksinya yang paling utama kami memilih dulu jagung kering yang baik untuk diproduksi, lalu kami mulai keetahap selanjutnya yaitu dengan proses perebusan dan penirisan, setelah itu selesai baru masuk ketahap penjemuran dengan terik matahari cukup, proses selanjutnya yaitu penggorengan dan pengemasan lalu siap untuk diedarkan.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹⁷

“Alurnya itu pertama ada pemilihan jagung yang bagus terus ada perebusan sebanyak dua sampai tiga kali tergantung dengan jagungnya, terus jika disara sudah cukup lanjut ketahap selanjutnya itu penjemuran, nah dipenjemuran ini harus tau kondisi cuacanya, jagung marning yang baik itutergantung dengan kondisi baik tidaknya waktu penjemurannya. Langkah terakhir yaitu penggorangan jagung marning lalu dikemas dan siap untuk dijual.”

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan alur produksi jagung marning peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹⁸

¹⁶ Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

¹⁷ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

¹⁸ Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

“Mungkin alurnya sama ya membuat jagung marning itu, pertama ya harus ada jagung terus direbus setelah perebusan dan penirisan baru penjemuran diterik matahari yang panas, jika sudah kering sempurna baru masuk ke penggorengan, terus pengemasan dan siap untuk dijual ke konsumen.”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan menerapkan alur yang efisien, berkelanjutan, dan dapat memproduksi barang atau layanan dengan kualitas tinggi. Hal tersebut dibuktikan bahwa para pemilik sudah melakukan perencanaan yang teliti untuk mengidentifikasi langkah-langkah produksi dan sumber daya yang dibutuhkan serta senantiasa fokus pada kepuasan pelanggan dengan memahami kebutuhan mereka dan memastikan kualitas produk sesuai dengan harapan. Selain itu peneliti menemukan ada pemilik yang memiliki inovasi baru dalam proses produksi untuk tetap bersaing di pasar.

Penetapan harga jual adalah langkah kritis dalam strategi bisnis, terutama dalam konteks produksi. Pemilik bisnis atau pelaku *home industri* harus mempertimbangkan berbagai faktor untuk menetapkan harga yang kompetitif dan menguntungkan.¹⁹ Menetapkan harga jual dalam produksi adalah proses kompleks yang memerlukan keseimbangan antara biaya produksi, nilai produk, dan kondisi pasar. Dengan memahami faktor-faktor

¹⁹ Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press. Hal 127.

ini, pemilik bisnis dapat mengambil keputusan yang cerdas untuk mencapai keberlanjutan dan kesuksesan dalam jangka panjang.²⁰

Dari penjelasan mengenai cara menetapkan harga jual tersebut peneliti berhasil mendapatkan data dari hasil wawancara dengan pertanyaan Bagaimana cara pemilik *home industri* dalam menetapkan harga jual produksi? Informan dalam wawancara ini yakni para pemilik *home industri* Desa Bukit Barisan yang peneliti berhasil mendapatkan data terkait dengan cara mereka dalam menetapkan harga jual hasil produksinya, hasil wawancara pertama dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²¹

“Kalau masalah harga pertama sesuaikan dengan harga jagung mentahannya dulu naik atau tidak, setelah itu baru kami sesuaikan juga dengan harga yang diberikan dari usaha jagung marning lainnya pasarannya berapa, jadi tidak serta merta menetapkan harga sendiri harus bisa melihat harga dari usaha lainnya juga.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²²

“Menetapkan harga itu biasanya kami pengusaha jagung marning saling berkompromi menentukan kesepakatan dulu ya sebelum menentukan harga jualnya. Jadi tidak sendiri-sendiri harus sesuai dengan harga pasarannya berapa, itu jika jagung marning yang original biasanya, tapi jika jagung marning yang varian kreasi dari pengusaha sendiri ya biasanya mereka menyesuaikan sendiri harganya .”

²⁰ Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), Hal 13.

²¹ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

²² Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²³

“Biasanya melihat harga jagungnya lagi naik atau turun, jika harga beli bahan dasar (jagung) maka akan disepakati bersama akan dinaikkan atau turunkan berapa. Jadi tidak serta merta mematok harga sendiri tanpa sepengetahuan pengusaha jagung marning lainnya, kecuali untuk jagung marning hasil dari kreasi sendiri, itu biasanya bisa menetapkan harga sendiri artinya tidak sesuai dengan kesepakatan bersama .”

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan cara menetapkan harga jual jagung marning peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²⁴

“Lihat pasarannya dulu berapa, tidak langsung memberikan harga sendiri. Jadi sesuaikan dengan pasaran yang lain.”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan memiliki kesepakatan terhadap menetapkan harga jual suatu produksi *home industri* dimana melibatkan koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan mengenai harga tersebut. Selalu merinci biaya produksi secara terperinci, termasuk bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead, lalu menyepakati metode perhitungan biaya yang akan digunakan. Kesepakatan mengenai harga tersebut mencerminkan kepentingan semua

²³ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

²⁴ Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

pihak yang terlibat dan memastikan bahwa harga yang ditetapkan mendukung keberlanjutan bisnis *home industri*. Kesepakatan melibatkan serangkaian pertemuan, analisis data, dan evaluasi konstan untuk memastikan kesuksesan jangka panjang.

Promosi produk *home industri* bukan hanya tentang menciptakan kesadaran tentang keberadaan produk, tetapi juga membentuk citra positif dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Pada era globalisasi dan teknologi informasi yang terus berkembang, *home industri* memiliki peran yang signifikan dalam mendukung ekonomi lokal dan memberikan peluang bagi individu untuk mengekspresikan kreativitas serta bakat mereka.²⁵ Kendati demikian, tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku *home industri* tidak hanya terbatas pada keterbatasan sumber daya, tetapi juga pada kemampuan mereka dalam memasarkan produk dengan efektif.²⁶

Oleh karena itu, penting bagi pelaku *home industri* untuk memiliki pemahaman mendalam mengenai strategi-promosi yang sesuai dengan karakteristik produk dan pasar yang mereka bidik. Melalui implementasi strategi-promosi yang tepat, pelaku *home industri* dapat meningkatkan keberhasilan pemasaran produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal maupun global.

Dari penjelasan mengenai cara mempromosikan produk tersebut peneliti berhasil mendapatkan data dari hasil wawancara dengan pertanyaan

²⁵ Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. Hal 263.

²⁶ Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press. Hal 157.

Apa saja yang dilakukan pemilik *home industri* dalam mempromosikan produksinya? Informan dalam wawancara ini yakni para pemilik *home industri* Desa Bukit Barisan yang peneliti berhasil mendapatkan data terkait dengan cara mereka dalam mempromosikan hasil produksinya, hasil wawancara pertama dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²⁷

“Promosinya dari sosial media kami juga pakai itu biasanya FB yang sering kami pakai untuk mempromosikan terus mulut ke mulut, jadi ada yang membeli barang kami dan bercerita dengan orang lain dan orang tersebut akhirnya membeli jagung marning kami.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²⁸

“Tidak banyak kami bertindak dalam mempromosikan jagung marning kami, biasanya pelanggan datang itu mengetahui home industry kami dari orang lain itu artinya promosi kami ya dari orang yang sudah membeli jagung marning kami selebihnya kami belum menerapkan promosi yang kami gunakan.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²⁹

“Tidak ada strategi khusus di dalam pemasaran saya dek, yang saya lakukan yakni cukup bersikap ramah dan pintar dalam berbicara saja guna memikat hati calon pembeli.”

²⁷ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

²⁸ Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

²⁹ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan cara mempromosikan jagung marning peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³⁰

“Untuk mempromosikan jagung marning biasanya saya langsung menemui calon konsumen yang akan membeli. Saya membujuk konsumen agar membeli jagung marning yang saya tawarkan dek. Saya menawarkan jagung marning ke toko-toko, warung, dan mendatangi rumah masyarakat sekitar Desa Bukit Barisan dengan cara kami datang langsung ke pedagang makanan.”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan mempromosikan merupakan sesuatu yang menjadi bahan untuk mendatangi pembeli, menawarkan, memposting foto-foto/stiker Jagung Marning ke media internet. Lalu, cara mempromosikan ini dilanjutkan dengan membujuk konsumen agar membeli jagung marning dengan cara mengakrabkan situasi terlebih dahulu agar pembeli lebih mudah untuk tertarik membeli. Selain itu ada salah satu *home industry* yang menerapkan diskon terhadap pelanggannya itu dilakukan guna mendapatkan pelanggan tetap. Promosi menurut Fandy Tjiptono adalah bentuk *persuasive* langsung melalui penggunaan berbagai *insentif* yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

Home industri, sebagai bentuk usaha kecil yang berkembang di lingkungan rumah, memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian

³⁰ Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

lokal dan memberikan kesempatan ekonomi kepada masyarakat sekitar. Pemilik home industri tidak hanya dituntut untuk menciptakan produk yang berkualitas, tetapi juga diharapkan dapat menjalankan bisnis mereka dengan penuh integritas dan tanggung jawab.³¹ Oleh karena itu, dalam konteks ini, penerapan sikap Shiddiq, Amanah, Fathonah, dan Tabligh oleh pemilik home industri menjadi sangat relevan. Penerapan sikap Shiddiq, Amanah, Fathonah, dan Tabligh oleh pemilik home industri dapat memberikan dasar etika dan moral yang kuat dalam menjalankan bisnis. Dengan memahami dan menerapkan keempat sikap tersebut, pemilik home industri tidak hanya menciptakan bisnis yang sukses secara finansial, tetapi juga membangun fondasi yang kokoh dari segi etika dan tanggung jawab.³²

Dari penjelasan mengenai menerapkan sikap shiddiq, amanah, fathonah dan adil tersebut peneliti berhasil mendapatkan data dari hasil wawancara dengan pertanyaan Bagaimana cara pemilik *home industri* dalam menerapkan sikap shiddiq, amanah, dan adil. Informan dalam wawancara ini yakni para pemilik *home industri* Desa Bukit Barisan yang peneliti berhasil mendapatkan data terkait dengan cara mereka dalam menerapkan sikap shiddiq, amanah, fathonah, tabliqh dengan hasil sebagai berikut:

³¹ Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). Home industry sebagai strategi pemberdayaan usaha mikro dalam meningkatkan financial revenues masyarakat. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 14(1), Hal 109.

³² Sunjoto, A. R., & Piero, L. M. D. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Dirumah Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan. *Journal Of Islamic Economics And Philanthropy*, 2(04), Hal 497.

1. Sikap Shiddiq (kejujuran)

Wawancara pertama dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³³

“Kalau saya lihat sekarang ini sudah sulit untuk berlaku jujur-jujur banget ya, soalnya kami masih sering juga tidak menjelaskan cacat dan bagus jagung marning. Misalnya yang menutupi kualitas atau keadaan yang pada suatu bungkus jagung marning. Ya karena takut tidak laku dan jadi bikin rugi, makanya yang bagus-bagusnya saja yang disampaikan”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³⁴

“Jagung Marning yang kita tawarkan atau kita jual itu harus sesuai dengan apa yang diucapkan, artinya ya tidak mengada-ada keadaan, menjelaskan cacat barang dan harus dengan harga yang sesuai”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³⁵

“Ketika melakukan pemasaran itu, kita harus menjelaskan cacat dan bagusnya jagung marning. Misalnya, jika ada yang jelek maka harus dibilang jelek, yang bagus bilang bagus, kalau saya ada sistem boleh tukar jagung marning jika ada sesuatu yang kurang cocok pada pembeli, kalau emang murni perkaranya dari saya selaku pemilik”.

³³ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

³⁴ Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

³⁵ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan cara mempromosikan jagung marning peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³⁶

“Saya pernah tidak menjelaskan cacat dan bagusya mengenai jagung marning yang saya tawarkan. Karena jika pembeli tau kekurangan dari jagung marning yang saya tawarkan bisa jadi pembeli nya tidak jadi untuk membeli. Contohnya saya hanya menjelaskan bahwa jagung marning yang sudah dibungkus ada yang remuk karena tertindih oleh jagung marning lain padahal jagung marning yang remuk itu karena ada kesalahan ketika proses dilakukannya penggorengan”.

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan para pemilik *home industri* jagung marning masih banyak yang belum menerapkan etika sesuai dengan syari’at Islam dalam hal kualitas dan keadaan jagung marning. Dalam arti, masih banyak yang tidak jujur dengan kualitas dan keadaan jagung marning yang sesungguhnya.

2. Amanah (Terpercaya)

Wawancara pertama dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³⁷

“Iya, saya terkadang melakukan tawaran jagung marning kepada pembeli dengan sumpah atau dengan menggunakan nama Allah, contohnya saya berani sumpah demi Allah kalau Jagung Marning yang saya buat ini campuran bahannya dari jagung berkualitas

³⁶ Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

³⁷ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

tinggi, saya lakukan itu supaya pembeli lebih mudah tertarik untuk membeli dan jagung marning saya laris, habis terjual semua”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³⁸

“Jagung Marning yang kita tawarkan atau kita jual itu harus sesuai dengan apa yang dipesan, artinya ya tidak melebihkan dan mengurangkan pesanan”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³⁹

“Ya kalau dibilang amanah tergantung dengan situasi yang saya temui dek. Misalnya saya sudah mendapat pesanan jagung marning dari salah satu pembeli, pas keesokan harinya saya mau antar ternyata toko si pembeli itu tutup. Kemudian di jalan ada orang yang mau beli. Daripada jagung marning yang saya pasarkan pada hari itu tidak terjual diakibatkan karena yang memesan pemilik tokonya tutup, mending saya jual dengan orang yang sudah jelas di depan mata yang tanpa disengaja bertemu untuk membeli. Akhirnya jagung marning pesanan pemilik toko tadi saya jualkan ke orang lain”.

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan cara mempromosikan jagung marning peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴⁰

³⁸ Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

³⁹ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

⁴⁰ Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

“Tidak banyak yang amanah di kondisi yang seperti ini, terkadang pelanggan pesan 10 bungkus tapi yang diantarnya 15 bungkus misal dan berdalil dari pada nanti kehabisan stok.”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa sikap amanah yang dimiliki oleh para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan masih belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Dalam artian, masih ada pemilik yang bersikap belum amanah terhadap pelayanan yang sesungguhnya.

3. Bersikap Adil

Wawancara pertama dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴¹

“Jika ada pembeli yang sudah bertanya-tanya tapi tidak membeli, maka saya bujuk terus sampai si calon pembeli mau membeli jagung marning yang saya tawarkan. Contohnya boleh diambil dulu bu bayarnya nanti, hal tersebut agar jagung marning yang saya bawa harus habis semua dalam satu waktu pemasaran”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni dan Ibu Eni, memberikan tanggapan yang sama dimana beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴²

“Saya pernah mengurangi harga jagung marning kepada salah satu pelanggan, dikarenakan ada seles dari pihak home industri lain juga menawarkan jagung marning ke pelanggan saya tersebut. Dengan demikian saya sadar kalau saya berbuat tidak adil kepada

⁴¹ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

⁴² Rusni dan Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

semua pembeli, tapi hal tersebut terpaksa saya lakukan agar pelanggan saya tidak lari ke pemilik jagung marning lain”.

Dapat dilihat dari hasil wawancara terkait dengan sikap adil dari pemilik *home industri* tersebut masih ada sebagian yang melakukan berbagai cara untuk mencari pelanggan jagung marning, dari mulai membujuk yang berujung sedikit memaksa sampai membanting harga untuk dapat mendapatkan pelanggan, tetap, meskipun kasus tersebut tidak selalu dilakukan oleh pemilik *home industri*, tetap saja hal tersebut dapat menyalahi etika bisnis. Akan tetapi dari semua itu ada beberapa juga yang tidak melakukan hal tersebut. Mereka mengutamakan pelayanan yang baik.

Adapun data hasil wawancara yakni tanggapan dari beberapa pelanggan jagung marning di Desa Bukit Barisan terkait dengan sikap shiddiq dan amanah dari pemilik *home industri* jagung marning diantaranya yaitu:

1. Shiddiq (Kejujuran)

Wawancara pertama dengan kak Fadil dimana beliau memberikan pernyataan bahwasanya:⁴³

“Ketika saya membeli jagung marning dari pemilik, si pemiliknya tidak jujur mengenai isi dari per bungkus jagung marning. Misalnya saja si pemilik sering juga mengatakan bahwa jagung marningnya bagus. Kemudian saya bawa pulang ke rumah, pas saya mau buka ternyata bungkus jagung marningnya sedikit tidak rapi dan ternyata ada jagung marning yang sebagian melempem”.

⁴³ Fadil, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan berikutnya dari pelanggan *home industri* yaitu dengan Kak Azka, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴⁴

“Suatu hari saya pernah membeli jagung marning dari salah satu pemilik home industri. Waktu membeli saya sangat terburu-buru karena waktunya tidak bisa lama-lama. Saya cuma tanya-tanya dan tidak melihat secara detail seperti apa jagung marningnya, si pemilik juga tidak menjelaskan cacat dan bagusnya mengenai keadaan jagung marningnya yang sesungguhnya terhadap bagus semua atau tidak. Saya main percaya aja yang di katakan bahwa jagung marningnya nya bagus semua. Sesampainya saya dirumah saya buka ternyata ada sebagian jagung marning yang remuk”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pelanggan *home industri* yakni dengan Ibu Ayu, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴⁵

“Ketika saya membeli jagung marning disana Alhamdulillah kualitas dan keadaan jagung marningnya bagus, isi jagung marningnya pas terus, jarang kurang. Salesnya pemiliknya transparansi sama kualitas jagung marning yang ditawarkan. pemiliknya juga jujur. Menurut saya tidak ada masalah”.

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa dari kesaksian dan pengalaman dari beberapa pelanggan *home industri* jagung maring di Desa Bukit Barisan tersebut sebagian pemilik *home industri* masih belum bersikap jujur dalam pelayanan terhadap

⁴⁴ Azka, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 12:30 WIB.

⁴⁵ Ayu, Pembeli, *Wawancara*, Pada 09 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

pelanggannya. Hal itu dibuktikan masih banyak yang bersikap ingin diuntungkan tanpa memikirkan hak orang lain, akan tetapi ada juga sebagian saksi bahwa ada *home industri* yang sudah bersikap jujur dalam berdagang.

2. Amanah (Terpercaya)

Wawancara pertama dengan kak Fadil dimana beliau memberikan pernyataan bahwasanya:⁴⁶

“Saya sering merasakan kekecewaan terhadap pemilik jagung marning. Yang mana tidak jarang kalau saya sering memesan jagung marning dari pemilik karena begitu banyak permintaan dari konsumen. Akan tetapi mereka tidak amanah untuk memenuhi permintaan saya tersebut, dan saya agak kecewa lah dengan pelayanan pemilik home industry jagung marning”.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan berikutnya dari pelanggan *home industri* yaitu dengan Kak Azka, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴⁷

“Saya juga pernah mengalami rasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan pemilik home industry jagung marning yang tidak amanah kepada saya. Misalnya ketika saya sudah membeli jagung marning di hari ini, saya menginginkan kemasannya dijadikan satu saja. Akan tetapi esoknya yang datang tidak sesuai dengan pesanan saya. Dan ngantarnya pun lama banget”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pelanggan *home industri* yakni dengan Ibu Ayu, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴⁸

⁴⁶ Fadil, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

⁴⁷ Azka, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 12:30 WIB.

“Alhamdulillah, selama saya menjadi pelanggan jagung marning di Desa Bukit Barisan, ketika saya memesan kejagung marning saya merasa puas karena diantar tepat waktu, amanah juga, ya tidak pernah tidak amanah. Inshaallah pengalaman saya dapat dipercaya”.

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa dari kesaksian dan pengalaman dari beberapa pelanggan *home industri* jagung marnig di Desa Bukit Barisan tersebut sebagian pemilik *home industri* masih belum bersikap amanah dengan apa yang harus dilaksanakan dalam pelayanan terhadap pelanggannya, akan tetapi ada juga sebagian saksi bahwa ada *home industri* yang sudah bersikap amanah dalam berdagang sehingga pelanggan pun merasa puas berbelanja di *home industri* tersebut.

Salah satu aspek penting dari keberhasilan bisnis dalam perspektif etika Islam adalah peningkatan pendapatan. Namun, proses ini tidak dapat diabaikan dari pandangan etika yang mencakup keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan ketaatan kepada prinsip-prinsip moral.⁴⁹ Dari hasil penelitian ini dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan para informan menemukan beberapa hasil berkenaan dengan peningkatan pendapatan *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan.

⁴⁸ Ayu, Pembeli, *Wawancara*, Pada 09 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

⁴⁹ Al Fatta, H. (2007). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk keunggulan bersaing perusahaan dan organisasi modern*. Hal 142.

Para pemilik yang masih belum berlaku adil dan masih menzalimi pihak lain untuk tetap menarik minat pelanggan, yaitu dengan tidak berkata jujur dengan kelemahan barang yang dijual, membanting harga untuk menarik pembeli berbelanja di *home industri* tersebut. Membujuk sampai ada unsur paksaan terhadap pembeli untuk berbelanja di *home industri* sehingga para pembeli membeli jagung marning tersebut karena terpaksa. Selanjutnya masih minimnya pelayanan yang diberikan pemilik *home industri* sehingga mengakibatkan pelanggan tidak memilih untuk berlangganan di *home industri* tersebut.

Dalam perspektif etika bisnis prinsip keadilan dalam bisnis Islam menuntut agar peningkatan pendapatan dilakukan dengan cara yang adil bagi semua pihak yang terlibat, mulai dari pemilik bisnis hingga pekerja dan konsumen. Adanya keadilan ini sejalan dengan konsep *adl* dalam Islam yang menekankan pentingnya perlakuan yang setara dan tidak diskriminatif.⁵⁰

Kedua, transparansi menjadi landasan lain dalam etika bisnis Islam. Peningkatan pendapatan harus dicapai melalui praktik bisnis yang terbuka dan jujur, menghindari segala bentuk penipuan atau manipulasi informasi. Keterbukaan ini mencerminkan prinsip *al-Shuhrah*, dimana informasi mengenai pendapatan, laba, dan pengeluaran harus dapat diakses dengan mudah oleh pihak yang berkepentingan.⁵¹

⁵⁰ LAH, R. A. D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. Hal 172.

⁵¹ Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), Hal 56.

Selanjutnya, konsep taqwa atau ketaatan kepada Allah menegaskan bahwa peningkatan pendapatan harus dicapai dengan mematuhi nilai-nilai moral dan etika Islam. Bisnis tidak hanya menjadi sarana untuk mencapai kekayaan materi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang harus dilaksanakan dengan penuh kesadaran akan tanggung jawab moral.

Kemudian, kepedulian sosial (*ihsan*) menjadi prinsip penting yang menekankan bahwa bisnis harus memberikan manfaat positif bagi masyarakat. Peningkatan pendapatan seharusnya tidak hanya menguntungkan perusahaan dan pemiliknya, tetapi juga memberikan dampak positif pada lingkungan sekitar dan masyarakat secara luas.⁵²

Dari keterangan tersebut dapat dilihat bahwa sebagian pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan belum sepenuhnya melakukan praktik etika bisnis dalam proses peningkatan pendapatannya. Hal tersebut dibuktikan masih ada beberapa pemilik *home industri* jagung marning yang melakukan penyimpangan dalam etika bisnis untuk meningkatkan pendapatan mereka. Seperti, tidak berlaku adil dengan hak pelanggan dan sesama pengusaha, tidak jujur dalam pemasaran jagung marning, dan tidak memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan mereka.

⁵² Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). Persepsi Karyawan Tentang Etika Bisnis (Studi Pada Pt Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi). Hal 62.

B. Peningkatan Pendapatan Pada *Home Industri Jagung Marning* di Desa Bukit Barisan

Peningkatan pendapatan pada home industri menjadi penting karena berbagai alasan. Pertama, dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga yang menjalankan home industri. Kedua, memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya beli masyarakat setempat.⁵³

Selain itu, peningkatan pendapatan juga dapat meningkatkan kualitas hidup dan akses terhadap pendidikan serta layanan kesehatan bagi keluarga yang terlibat. Dengan meningkatnya pendapatan, home industri dapat lebih mudah mengakses sumber daya dan peluang untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan.⁵⁴

Home industri sering kali menjadi salah satu pilar ekonomi di tingkat mikro, dan peningkatan pendapatannya dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan di suatu daerah. Dengan memperkuat home industri, masyarakat dapat memanfaatkan potensi ekonomi lokal dan mengurangi ketergantungan pada sektor ekonomi lain yang mungkin terpapar risiko global. Hal ini dapat menciptakan kestabilan ekonomi lokal, meningkatkan resiliensi terhadap perubahan ekonomi, dan merangsang pertumbuhan bisnis di tingkat komunitas.⁵⁵

⁵³ Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. Hal 247.

⁵⁴ Sunjoto, A. R., & Piero, L. M. D. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Dirumah Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan. Hal 218.

⁵⁵ Al Fatta, H. (2007). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk keunggulan bersaing perusahaan dan organisasi modern*. Hal 142.

Selain itu, peningkatan pendapatan pada home industri juga dapat memberikan dorongan positif terhadap kreativitas dan inovasi dalam produksi lokal. Ini dapat menciptakan identitas khusus bagi produk-produk home industri, meningkatkan daya saing di pasar, dan pada gilirannya, mendukung pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan.⁵⁶

Hasil wawancara dengan para informan yakni para pemilik *home industri* Desa Bukit Barisan terkait dengan Peningkatan pendapatan pada home industri, hasil wawancara pertama terdapat tanggapan yang sama yakni dengan Bapak Jono dimana beliau memberikan pernyataan bahwasanya:

“Sumber usaha kami ini dari usaha rumahan kami sendiri, dari produksi kami sendiri. Jenis pendapatan home industri kami penjualan kotor, karena kami uang yang kami dapat kami putar juga untuk modal pembuatan jagung marning lagi. Selain itu untuk biaya ngantar pesanan, jadi untuk membayar biaya-biaya tersebut kami memotong dari pendapatan penjualan jagung marning kami .”

Hal serupa juga disampaikan oleh informan berikutnya dari pemilik *home industri* yaitu dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:

“Usaha jagung marning ini merupakan usaha rumahan produksi dari usaha kami sendiri dengan jenis pendapatan kami ini didapat dari penjualan kotor kami, dimana dari hasil penjualan yang kami peroleh tersebut kami gunakan juga untuk modal penjualan jagung marning kembali, serta untuk biaya lainnya seperti listrik, air, terpal dan lainnya. Jadi pendapatan bersih yang kami peroleh itu ya sisa dari biaya pokok tersebut.”

⁵⁶ LAH, R. A. D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. Hal 172.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:

“Jagung marning ini merupakan produksi dari usaha kami sendiri, usaha rumahan yang kami lakukan ini dengan jenis pendapatannya itu dari hasil penjualan kotor kami, hasil penjualan jagung marning kami gunakan untuk membeli bahan pembuatan jagung marning lagi, jadi hasil penjualan itu uang pemutaran untuk modal pembuatan lagi jadi bukan pendapatan bersih yang tidak ada potongan sama sekali. Kami bisa membuat jagung marning lagi ya modalnya dari hasil penjualan itu .”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:

“ Jagung marning ini di produksi oleh olahan kami sendiri dengan pendapatan kami diperoleh dari hasil penjualan kotor kami, jadi peningkatan pendapatan kami itu tergantung hasil penjualan yang kami peroleh, jika hasil penjualan tinggi dan pengeluaran kami untuk modal lagi menurun maka pendapatan kami meningkat.”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa peningkatan pendapatan mereka ditandai dengan hasil dari penjualan mereka. Hal itu karena banyak diantara pemilik *home industri* yang mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan kotor, itu artinya pemilik *home industri* belum sepenuhnya menikmati seluruh dari hasil penjualan jagung marning, mereka harus memutar hasil penjualan tersebut untuk digunakan sebagai modal pembuatan jagung marning serta biaya lainnya yang berkaitan dengan

proses produksi jagung marning tersebut. Oleh karena itu jika hasil penjualan menurun karena beberapa faktor penghambat yang sebelumnya sudah dijelaskan maka para pemilik home industri jagung marning Desa Bukit Barisan tersebut belum sepenuhnya sejahtera. Sebaliknya jika hasil penjualan meningkat dan pengeluaran untuk biaya yang diperlukan menurun maka pendapatan home industri yang diperoleh dapat meningkat.

Tabel 3.4
Pendapatan Per-Bulan Dari *Home Industri Jagung Marning* Desa Bukit Barisan

Nama	Berita	Pengeluaran	Pendapatan	Saldo	
Wati	Modal awal		694.000	694.000	
	Jagung	250.000			
	Minyak	189.000			
	Bumbu	30.000			
	Kayu	100.000			
	Transportasi	25.000			
	Tenaga kerja	100.000		0	
	Hasil penjualan bulanan			6.650.0000	6.650.0000
	Bayar Bank	2.500.000			
	Bayar lampu	80.000			
	Bayar sekolah	1.875.000			
	Biaya kebutuhan	975.000			1.220.000
Rusni	Modal awal		700.000	700.000	
	Jagung	250.000			
	Minyak	190.000			
	Bumbu	35.000			
	Kayu	100.000			
	Transportasi	25.000			
	Tenaga kerja	100.000		0	
	Hasil penjualan bulanan			5.580.000	5.580.000

	Bayar Bank	3.000.000		
	Bayar lampu	100.000		
	Bayar sekolah	1.875.000		
	Biaya kebutuhan	500.000		105.000
	Modal awal		694.000	694.000
	Jagung	250.000		
	Minyak	189.000		
	Bumbu	30.000		
	Kayu	100.000		
	Transportasi	25.000		
	Tenaga kerja	100.000		0
Eni	Hasil penjualan bulanan		6.650.000	6.650.000
	Bayar Bank	3.500.000		
	Bayar lampu	75.000		
	Bayar sekolah	1.875.000		
	Biaya kebutuhan	775.000		425.000
	Modal awal		594.000	594.000
	Jagung	250.000		
	Minyak	189.000		
	Bumbu	30.000		
	Kayu	100.000		
	Transportasi	25.000		
	Tenaga kerja	-		0
Jono	Hasil penjualan bulanan		4.750.000	4.750.000
	Bayar Bank	1.500.000		
	Bayar lampu	80.000		
	Bayar sekolah	1.875.000		
	Biaya kebutuhan	900.000		395.000

Dari tabel tersebut peneliti menganalisis bahwa *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan sudah meningkat, itu ditandai dengan jumlah keuntungan lebih besar dari modal awal, meskipun hasil tersebut merupakan hasil dari penjualan kotor dengan berbagai macam kebutuhan yang mesti dibayarkan.

C. Kendala yang dihadapi *Home Industri Jagung Marning Desa Bukit Barisan* Pada Etika Bisnis Islam dalam peningkatan pendapatan

Home industri atau industri rumahan adalah bentuk usaha kecil yang umumnya dijalankan di rumah atau dalam skala kecil. Meskipun memiliki potensi untuk meningkatkan nilai pendapatan dan memberikan kontribusi pada perekonomian lokal, tetapi terdapat beberapa faktor penghambat yang dapat membatasi pertumbuhan dan kesuksesan home industri. Faktor-faktor penghambat tersebut perlu diidentifikasi dan dipahami untuk mengambil langkah-langkah yang tepat guna mengatasi kendala-kendala yang dihadapi.

Hasil wawancara dengan para informan yakni para pemilik *home industri* Desa Bukit Barisan terkait dengan faktor penghambat *home industri* dalam meningkatkan pendapatan, hasil wawancara pertama terdapat tanggapan yang sama yakni dengan Ibu Wati, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹

“Kurangnya minat pelanggan jagung marning kami merupakan faktor penghambat utama dalam peningkatan pendapatan kami. Selain itu ada harga bahan baku yang naik dan cuaca yang tidak menentu.”

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Rusni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:²

“Faktor cuaca yang sangat mempengaruhi untuk mendapatkan kualitas terbaik membutuhkan panas yang cukup.”

¹ Wati, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

² Rusni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 07 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Ibu Eni, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:³

“Cuaca yang sering mengganggu proses industry kami, selain cuaca juga minimnya minat pembeli untuk datang ke home industry kami.”

Hasil wawancara terakhir berkenaan dengan faktor penghambat *home industri* dalam meningkatkan pendapatan peneliti menemukan data dari pemilik *home industri* yakni dengan Bapak Jono, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁴

“Banyak masyarakat yang belum berminat untuk berlangganan di home industry jagung marning kami, jadi itu merupakan penghambat utama dalam peningkatan pendapatan kami dari home industry jagung marning. Selain itu juga faktor cuaca yang berubah .”

Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa faktor penghambat yang dirasakan oleh pemilik *home industri jagung marning* di Desa Bukit Barisan yakni kuarangnya minat pembeli, cuaca yang tidak mendukung sehingga seringkali mendapatkan kualitas jagung marning yang tidak sempurna, lalu faktor yang utama yang juga menghambat peningkatan pendapatan mereka yaitu kenaikan harga bahan baku jagung maring yaitu jagung.

Selain faktor yang sudah dipaparkan tersebut peneliti juga berhasil mendapatkan data terkait faktor lain yang menghambat peningkatan

³ Eni, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 05 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

⁴ Jono, Pemilik Usaha, *Wawancara*, Pada 06 November 2023, Pukul 09:30 WIB.

pendapatan *home industri* di Desa Bukit Barisan yakni ketertarikan dari konsumen terhadap *home industri* tersebut dimana minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan. Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mengetahui kualitas toko, kemudian konsumen akan membangun kepercayaan atas hasil informasi yang didapat dan mempertimbangkan risiko yang dapat ditimbulkan.⁵ Kepercayaan konsumen berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen yang dapat diukur dari kemampuan toko.

Maka dari itu peneliti berhasil melakukan wawancara pertama dengan beberapa informan dari pelanggan-pelanggan di *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan, wawancara pertama dengan kak Fadil dimana beliau memberikan pernyataan bahwasanya:⁶

“Faktor utama kami tertarik berlangganan itu karena pelayanannya itu bagus, rasa jagung marningnya enak dan banyak varian rasa, dan plusnya kami sebagai konsumen itu bisa request mau dibikin varian apalagi. Jadi itu yang buat kita itu tertarik dan penasaran terus dengan varian varian barunya”.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan berikutnya dari pelanggan *home industri* yaitu dengan Kak Azka, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁷

“Kenapa kami tertarik ya pertama itu karena rasanya itu pas banget dikami sebagai konsumen pecinta jagung marning, dan juga rasa yang

⁵ Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), Hal 318.

⁶ Fadil, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

⁷ Azka, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 12:30 WIB.

ditawarkan itu beraneka jadi kami tidak bosan untuk mencobanya. Lalu juga pemiliknya itu ramah banget dnegan kami sebagai konsumen jadi kami merasa segan dengan pemilik usaha tersebut”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pelanggan *home industri* yakni dengan Ibu Ayu, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:⁸

“Kami tertarik itu karena rasanya enak beraneka macam rasa sehingga pelanggan dirumah makan kami suka dan ketagihan dnegan jagung marningnya, pelayanannya juga cepat dan bisa pesan online, jadi cocok untuk kami para pedagang yang dari jauh ingin memesan jagung marning di home industry tersebut”.

Dari pernyataan beberapa informan dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa ketertarikan calon pelanggan dari *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan bisa dilihat dari pelayanan, kreatifitas dan inovasi dari pemilik *home industri* jagung marning itu sendiri. Hal tersebut terbukti banyak calon pelanggan lebih tertarik dengan inovasi terbaru dari jagung marning.

Oleh karena itu, kepercayaan konsumen berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen yang dapat diukur dari kemampuan pemilik usaha. Adanya kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.⁹ Reputasi merupakan gambaran dari suatu perusahaan yang menunjukkan pelayanan baik atau buruk sesuai dengan

⁸ Ayu, Pembeli, *Wawancara*, Pada 09 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

⁹ Siaputra, H. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), Hal 79-87.

penilaian konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin baik pula reputasi suatu usaha dibenak konsumen.

Dari pernyataan tersebut peneliti ingin mengkaji faktor yang mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan tersebut, wawancara pertama dengan kak Fadil dimana beliau memberikan pernyataan bahwasanya:¹⁰

“Faktor yang mempengaruhi kami belum tertarik itu tidak lain karena sikap mereka yang tidak sesuai dengan kami, seperti pesanan kami yang kami pesan tidak sesuai pesanan, terus barangnya ada cacat dikemasan sampai isi yang remuk, dan juga faktor lain itu jagung marning yang ditawarkan hanya itu itu saja jadi kami sudah tidak penasaran dengan rasa jagung marning yang dibuat”.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan berikutnya dari pelanggan *home industri* yaitu dengan Kak Azka, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹¹

“Kenapa kami tidak tertarik itu ya pertama pasti rasanya yang belum sesuai dengan kehendak lidah kami, terus faktor lain karena home industry itu sering maksa-maksa kami untuk beli jagung marningnya jadi kami sedikit merasa terganggu dengan hal tersebut”.

Hasil wawancara selanjutnya peneliti menemukan data dari pelanggan *home industri* yakni dengan Ibu Ayu, beliau memberikan tanggapan bahwasanya:¹²

“Faktor kami tidak tertarik itu karena kami kan dagang ya pasti kami cari yang banyak orang itu suka, dan kebanyakan orang suka yang varrian unik yang bikin penasaran dengan rasanya, jadi jika jagung

¹⁰ Fadil, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

¹¹ Azka, Pembeli, *Wawancara*, Pada 08 November 2023, Pukul 12:30 WIB.

¹² Ayu, Pembeli, *Wawancara*, Pada 09 November 2023, Pukul 11:30 WIB.

marning itu tidak begitu menarik ya kami belum bisa berlangganan. Dan juga keterlambatan penghantaran jagung marning ke kami juga menjadi faktor utama. Faktor selanjutnya terdapat cacat pada barang dan tidak bisa dilakukan penukaran, sehingga kami ada trauma sedikit karena dikhawatirkan tidak laku dijual kembali karena barang cacat”.

Dari pernyataan beberapa informan Dari pernyataan beberapa informan tersebut dan hasil observasi yang sudah dilakukan ketika dilapangan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa faktor utama calon pembeli tidak tertarik untuk berlangganan dengan suatu *home industri* tertentu yakni berkaitan dengan kurangnya inovasi dari pemilik usaha untuk memperhatikan perkembangan zaman, dan pelayanan yang diberikan masih belum maksimal.

Maka dari itu, peneliti juga berhasil menganalisis bahwa faktor utama yang bisa meningkatkan pendapatan mereka yakni para pemilik home industri jagung marning di Desa Bukit Barisan yaitu meningkatnya minat pembeli untuk berlangganan di *home industry* tersebut, selain itu faktor pendukung dalam meningkatkan pendapatan mereka yaitu cuaca yang mendukung untuk proses penjemuran agar mendapatkan hasil jagung marning yang berkualitas

Selain itu jika dilihat dari teori mengenai adanya *home industri* juga mempunyai manfaat dan keutamaan nyata bagi masyarakat yang ada di sekitarnya, manfaat tersebut antara lain: Pembukaan lapangan kerja baru; Pembentukan dan penguat jaringan sosial budaya dan ekonomi local; Pendorong percepatan siklus finansial; Memperpendek kesenjangan sosial masyarakat; Mengurangi tingkat kriminalitas; Alat penganeekaragaman sumber

daya alam dan manusia.¹³ Maka peneliti berhasil menganalisis jika *home industry* jagung marning di Desa Bukit Barisan tersebut belum sepenuhnya memberikan manfaat, karena sesuai dengan data dari hasil wawancara di lapangan ditemukan bahwa *home industry* tersebut masih mendapatkan hambatan-hambatan dari proses peningkatan pendapatan, jadi dapat disimpulkan bahwa manfaat seperti terbukanya lapangan pekerjaan, pendorong percepatan siklus finansial sampai memperpendek kesenjangan sosial masyarakat belum bisa dirasakan dari beberapa *home industry* jagung marning Desa Bukit Barisan tersebut.

¹³ Nariratih, P., & Anwarudin, A. (2020). *Analisis Penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam Di Home Industry Roti Istiqomah Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar*. Hal 43.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan terkait dengan penerapan etika bisnis *home industri* jagung marning dalam peningkatan pendapatan di Desa Bukit Barisan Kepahiang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Etika bisnis Islam pada *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan dalam peningkatan pendapatan:

Para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan telah menerapkan etika bisnis Islam dengan selalu memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan dimana kepuasan pelanggan yakni ukuran sejauh mana pelanggan merasa puas, senang, atau terpenuhi dengan produk atau layanan yang mereka beli atau terima. Akan tetapi, perilaku pemilik dalam memasarkan jagung marning yang berada di Desa Bukit Barisan tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam yang baik dan benar. Seperti halnya yang terjadi, terdapat prinsip yang dilanggar yaitu ketidakjujuran dalam proses menjelaskan cacat dan bagusnya jagung marning dan ada beberapa *home industri* yang kurang amanah dalam pelayanan terhadap pelanggan mereka.

2. Peningkatan pendapatan pada *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan:

Sumber pendapatan dari para pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan merupakan usaha milik sendiri yang artinya produk yang dihasilkan yakni jagung marning adalah produk lokal. Jenis pendapatan dari *home industri* tersebut adalah hasil penjualan kotor, yang artinya pendapatan yang diperoleh para pemilik *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan bukan hasil penjualan bersih, dimana hasil penjualan tersebut dipotong untuk biaya yang diperlukan untuk pembuatan produk jagung marning lagi. Jadi, pendapatan *home industri* tersebut bisa meningkat tergantung dengan hasil penjualan.

3. Kendala yang dihadapi *home industri* jagung marning Desa Bukit Barisan pada etika bisnis Islam dalam peningkatan pendapatan:

Faktor penghambat yang dirasakan oleh pemilik *home industri* jagung marning di Desa Bukit Barisan yang paling utama dirasakan yakni kurangnya minat pembeli, dari data yang diperoleh peneliti menemukan bahwa faktor kurangnya minat pembeli dipengaruhi oleh kurangnya kreasi dan inovasi dari pemilik *home industri* dalam mengembangkan usahanya tersebut dengan memperhatikan perkembangan zaman pada saat ini, jadi para calon pembeli lebih memilih *home indsutri* yang memiliki daya tarik tersendiri dalam menarik minat calon pembeli, lalu masih minimnya strategi promosi dalam pemasaran jagung marning. Hambatan dalam peningkatan pendapatan selanjutnya yaitu faktor cuaca yang tidak

mendukung sehingga seringkali mendapatkan kualitas jagung maring yang tidak sempurna dan berkualitas, dan kenaikan harga bahan baku jagung maring yaitu jagung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dalam hal ini peneliti mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam penerapan etika bisnis Islam *home industri* jagung maring dalam peningkatan pendapatan di Desa Bukit Barisan Kepahiang:

- a. Pihak pemilik *home industri* lebih memperhatikan lagi etika bisnis dalam prinsip-prinsip syariah Islam itu sendiri, perhatikan kembali keterbukaan dalam semua transaksi bisnis. Berkomunikasi dengan jujur tentang harga, kondisi produk, dan semua aspek lainnya kepada pelanggan dan mitra bisnis.
- b. Terapkan inovasi dalam usaha jagung maring tersebut dengan harus selalu memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan etika Islam. Fokus pada produk atau layanan yang memberikan nilai tambah tanpa melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam.
- c. Berikan jaminan kualitas pada produk atau layanan Anda sebagai bentuk tanggung jawab etis terhadap konsumen. Ini mencerminkan nilai-nilai kejujuran dan keadilan dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdurrachman, *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2019).
- Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Ensiklopedia Hadits Shahih Al-Bukhari 2* (Almahira: Jakarta Timur, 2012).
- Al Fatta, H. (2007). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk keunggulan bersaing perusahaan dan organisasi modern*. Penerbit Andi.
- Al-Imam Muslim, *Terjemahan Hadis Shahih Muslim Jilid I, II, III, IV*, (Jakarta: Klang Book Centre, 2007).
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)
- Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2017).
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Jakarta: Andi Offset, 1997).
- Hermawan Kartajaya and Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006).
- Husein Umar, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005).
- Idri, *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009).
- Jumaillah, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bina Aksara, 2008).
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam al-Qur'an*. (Pustaka Pesantren, 2008)

Miguna Astuti, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007).

Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Jakarta: Gema Insani, 2004).

Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020).

Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005).

Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004).

Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004).

Samsu, *Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development* (Jambi: Pusaka, 2017).

Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.

Sinambela, Pardomuan NJM, *Penarikan Kesimpulan Dengan Metode Deduktif,* (Jakarta:Generasi Kampus 2012).

Soejono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian : Suatu Pemikiran Dan Penerapan*,(Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997).

Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis* (Malang: CV IRDH, 2019).

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Sustina, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003).

Tati Handayani, Muhammad Anwar Fathoni, and Suryani, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2019).

Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, (Jakarta : Salemba Empat, 2022).

Veithzal Rivai Zainal et al., *Islamic Marketing Management* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017).

Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012).

JURNAL:

Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). Home industry sebagai strategi pemberdayaan usaha mikro dalam meningkatkan financial revenues masyarakat. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 14(1).

LAH, R. A. D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 19(2).

Muhammad Reza Ilqani: “ Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Akun Game Online (Studi Kasus Di Forum Mobile Legends Ponorogo)”, *Ponorogo: IAIN Ponorogo*, 2019.

Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1).

- Nila Astuti Harahap, "Analisis Penerapan Dan Dampak Etika Bisnis Islam Pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta," *Universitas Islam Indonesia*, 2018.
- Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). Persepsi Karyawan Tentang Etika Bisnis (Studi Pada Pt Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi). *Journal Of Business Studies*, 3(1).
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Penerbit Tahta Media*.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1).
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1).
- Sari, N. I., Wajdi, F., & Narulita, S. (2018). Peningkatan spiritualitas melalui wisata religi di makam keramat Kwitang Jakarta. *Jurnal Studi Al-Qur'an*, 14(1).
- Sunjoto, A. R., & Piero, L. M. D. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Dirumah Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan. *Journal Of Islamic Economics And Philanthropy*, 2(04).

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
 FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
 PRODI EKONOMI SYARIAH

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 462/In.34/FS.02/ES/PP.00.9/10/2022

Pada hari ini Kamis Tanggal 27 Bulan Oktober Tahun 2022 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : O.P.P.I.E. Merya Lendra / 1868090.....
 Prodi / Fakultas : Ekonomi Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
 Judul : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Indomaret Bumi Sari Kecamatan Ujan Mas Kabupaten Cepahiang.....

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : M. Hero Main Adha.....
 Calon Pembimbing I : Ratih Komala Dewi, M.M.....
 Calon Pembimbing II : Citra Puspa Permatasari, S.P., M.Ak.....

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing, serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Perbaikan ke judul Kurang Jelas.....
2. Landasan Teori Kurang Jelas.....
3. Judul dengan kata cara Penulisan Kurang Jelas.....
4. Teori belum ada.....
5. Tulisan belum baku.....
6. Sistematika belum sesuai.....

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 10 bulan Nov tahun 2022 apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Moderator

Curup, 27 Oktober 2022

Calon Pembimbing I

M. Hero Main Adha

Calon Pembimbing II

Ratih Komala Dewi, M.M
 NIP.

Citra Puspa Permatasari, S.P., M.A
 NIP.

NB :

Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua calon pembimbing silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syariah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua calon pembimbing.



**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**
Nomor : 149/In.34/PS/PP.00.9/02/2023

**Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI**

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP)

- Menimbang** 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.
- Mengingat** 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan,
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026,
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor 0316/In.34/2/KP.07 6/05/2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** Menunjuk saudara:
- Pertama** 1. Hendrianto, MA NIDN. 202168701
2. Citra Puspa Permata, SE, M.Ak NIP. 199307012020122004

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
PRODI/FAKULTAS : Ekonomi Syariah (ES)/Syariah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Indomaret Bumi Sari, Kecamatan Ujan Mas, Kabupaten Kepahiang).

- Kedua** : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Keempat** : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
- Kelima** : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
- Keenam** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan,

Ditetapkan di : Curup
Pada tanggal : 06 Februari 2023

Dekan,

Dr. Yusufri, M.Ag
NIP. 197002021998031007

Tembusan :

1. Ka. Biro AU, AK IAIN Curup
2. Pembimbing I dan II
3. Bendahara IAIN Curup
4. Kabag AUAK IAIN Curup
5. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
6. Arsip/italitas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan yang bersangkutan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor : 201/In.34/FS/PP.00.9/11/2023
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : **Rekomendasi Izin Penelitian**

02 November 2023

Kepada Yth,
Kepala Desa Bukit Barisan

Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Oppie Melya Kenora
Nomor Induk Mahasiswa : 18681040
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang
Waktu Penelitian : 02 November 2023 Sd 02 Januari 2024
Tempat Penelitian : Desa Bukit Barisan

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.





**PEMERINTAH KABUPATEN KEPAHIANG
KECAMATAN MERIGI
DESA BUKIT BARISAN**

Jln Bukit Barisan Kode Pos 39371

Nomor : 081/BB/XII/2023
Lamp : 1 (Satu) berkas
Hal : *Pengantar*

Kepada Yth,
Kepala Desa Bukit Barisan
Kecamatan Merigi
Kabupaten Kepahiang
Di

TEMPAT

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala Desa Bukit Barisan Kecamatan Merigi Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu menerangkan Bahwa:

Nama : OPPIE MELYA KENORA
NIM : 18681040
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang
Waktu Penelitian : 02 November 2023 s/d 02 Januari 2024
Tempat Penelitian : Desa Bukit Barisan

Berdasarkan dengan penelitian saudara Oppie Melya Kenora guna kelengkapan data penyusunan skripsi S1 pada IAIN Curup.

Maka mohon kiranya Bapak/Ibu untuk berkenaan memberikan data peristiwa Pendapatan di Desa Bukit Barisan, Kecamatan Merigi untuk kelengkapan data penelitian yang dimaksud

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bukit Barisan, 12 Desember 2023
Kepala Desa Bukit Barisan





PEMERINTAH KABUPATEN KEPAHIANG
KECAMATAN MERIGI
DESA BUKIT BARISAN
Jln Bukit Barisan Kode Pos 39371

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 082 / BB / SK / XII / 2023

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala Desa Bukit Barisan Kecamatan Merigi Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu dengan ini menerangkan Bahwa:

Nama : OPPIE MELYA KENORA
NIM : 18681040
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri
Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan
di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang

Bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan penelitian di Desa Bukit Barisan Kecamatan Merigi kabupaten Kepahiang sesuai surat laporan hasil penelitian saudari Oppie Melya Kenora pada tanggal 12 Desember 2023, sebagai syarat penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukit Barisan, 12 Desember 2023





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: <http://www.iaincurup.ac.id>, email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

**BIODATA ALUMNI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
TAHUN AKADEMIK 2024**

Nama Mahasiswa : OPPIE MELYA KENORA
Nomor Induk Mahasiswa : 18681040
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Tempat / Tanggal Lahir : Pungguk Meranti / 18/05/2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Tempat Tinggal : Meranti Jaya
Nomor Telepon / HP / WA : 082215110020
Email : oppiemelya2@gmail.com
Tahun Masuk IAIN : 2018
Tahun Tamat IAIN : 2024
Pembimbing Akademik : Noprizal, M.Ag
Pembimbing Skripsi I : Hendrianto, MA
Pembimbing Skripsi II : Citra Puspa Permata, SE, M.Ak
Penguji Skripsi I : -
Penguji Skripsi II : -
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning
Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan
Kabupaten Kepahiang
IPK Terakhir : 3.31
Biaya Kuliah : Rp. 800.000
Jalur Masuk : Mandiri/Lokal
Asal SMA/SMK/MA : MAN Rejang Lebong
Jurusan SMA/SMK/MA : Ilmu Pengetahuan Sosial
NEM : 18681040
Pesan / Saran untuk Prodi : Semoga Semakin Sukses

ORANG TUA

Nama Ibu Kandung : Maheriyani
Nama Bapak Kandung : Efrudin
Alamat Orang Tua : Meranti Jaya
Pendidikan Ayah : SLTP/MTs/Sederajat
Pendidikan Ibu : SLTP/MTs/Sederajat
Pekerjaan Ayah : Petani : Farmer
Pekerjaan Ibu : Petani : Farmer

LAIN LAIN

Pekerjaan Lain : -
Tinggi / Berat Badan : 158 / 48
Status Perkawinan : Tidak Kawin
Nama Suami / Istri : -



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: <http://www.iaincurup.ac.id>, email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

ASAL PERGURUAN TINGGI (Untuk Mahasiswa Pindahan)

Nama Perguruan Tinggi Asal : -
Kabupaten / Kota PT Asal : -



Curup, 11/01/2024 14:04:35
Mahasiswa Ybs,

OPPIE MELYA KENORA
NIM. 18681040

PEDOMAN WAWANCARA

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Home Industri Jagung Marning

Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten

Kepahiang.

No	Fokus Masalah	Indikator	Pertanyaan
1.	Etika Bisnis Islam pada <i>Home Industri</i> Jagung Marning Desa Bukit Barisan Dalam Peningkatan Pendapatan	Etika Bisnis Islam	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana persepsi pemilik <i>home industri</i> terhadap etika bisnis Islam?2. Bagaimana langkah-langkah pemilik <i>home industri</i> melakukan praktik pemasarannya?3. Apabila digambarkan dengan struktur produksi, bagaimanakah alur produksi tersebut?4. Bagaimana cara pemilik <i>home industri</i> dalam menetapkan harga jual produksi?5. Apa saja yang dilakukan pemilik <i>home industri</i> dalam mempromosikan produksinya?6. Bagaimana cara pemilik <i>home industri</i> dalam menerapkan sikap shiddiq, amanah, fathonah dan tabligh?
			<ol style="list-style-type: none">1. Apa hubungan antara ketertarikan konsumen terhadap peningkatan

2.	Peningkatan Pendapatan Pada <i>Home Industri</i> Jagung Marning Desa Bukit Barisan	Peningkatan Pendapatan	<p>pendapatan dalam etika bisnisnya?</p> <p>2. Bagaimana perspektif etika bisnis Islam terhadap proses peningkatan pendapatan?</p> <p>3. Apakah proses peningkatan pendapatan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam?</p>
3.	Kendala yang dihadapi <i>Home Industri</i> Jagung Marning Desa Bukit Barisan Pada etika bisnis islam dalam Peningkatan Pendapatan.	Faktor Kendala Peningkatan Pendapatan	<p>1. Apakah ada segmentasi khusus yang mampu mempengaruhi permintaan?</p> <p>2. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam peningkatan pendapatan pada <i>home indsutri</i> ?</p> <p>3. Bagaimana ketertarikan konsumen pada <i>home industri</i> ?</p> <p>4. Apa faktor yang mempengaruhi ke tidak tertarik konsumen pada <i>home industri</i> ?</p> <p>5. Apa faktor pendukung <i>pemilik home industri</i> dalam peningkatan pendapatan?</p> <p>6. Faktor penghambat apa dari <i>home industri</i> dalam peningkatan pendapatan?</p>

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wati
Agama : Islam
Umur : 57
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Bukit Barisan

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan Wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 5 November 2023
Narasumber



.....

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PUSATI
Agama : Islam
Umur : 51
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Bukit Barisan

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan Wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 5 November 2023
Narasumber



.....

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ani
Agama : Islam
Umur : 60
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Bukit barisan

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan Wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 7 November 2023
Narasumber



.....

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JOMO
Agama : ISLAM
Umur : 58
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Bukit Barisan

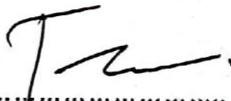
Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan Wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 6 November 2023
Narasumber


.....

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : fadil
Agama : ISLAM
Umur : 35
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Bakmori

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan Wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 8 November 2023
Narasumber



.....

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AZKA
Agama : ISLAM
Umur : 28
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Bumi Sari

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan Wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 8 Desember 2023
Narasumber



.....
Azka

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu
Agama : Islam
Umur : 39
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Bakmori

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Oppie Melya Kenora
NIM : 18681040
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan Wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kabupaten Kepahiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 9 November 2023
Narasumber



.....



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Oprie Melina Kenora
 NIM : 18681040
 FAKULTAS/PRODI : Syariah dan ekonomi Islam / ekonomi Syariah
 PEMBIMBING I : Dr. Hendrianto, MA
 PEMBIMBING II : Citra Puspa Permata SE, M. Ak.
 JUDUL SKRIPSI : Analisis Penerapan Etika bisnis Home Industri Jagung manung dalam Peningkatan Pendapatan di desa bukit barisan Kabupaten Kepulauan

* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;

* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;

* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Oprie Melina Kenora
 NIM : 18681040
 FAKULTAS/PRODI : Syariah dan ekonomi Islam / ekonomi Syariah
 PEMBIMBING I : Dr. Hendrianto, MA
 PEMBIMBING II : Citra Puspa Permata SE, M. Ak.
 JUDUL SKRIPSI : Analisis Penerapan Etika bisnis Home Industri Jagung manung dalam Peningkatan Pendapatan di desa bukit barisan Kabupaten Kepulauan

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

NIP.

(Signature)
 C. ITRA BUDA SE, M. AK.
 NIP. 199307102020122009



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1		Perwakilan Judul, Benda Jas. Bab I		
2		ACC Bab I.		
3		Perbaiki dari ayat al-durrah Bab 2.		
4		Pedoman wawan carra, (ubah kebentuk tabel) Acc Bab 3		
5		Bab 4 Perbaiki isi Hasil Penelitian sertukan dan pusutan material.		
6		Acc sidam		
7				
8				



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1		Acc Bab 1		
2		Perbaiki Penuasan, gacts Wartim, pada Penuasan.		
3		Acc Bab 2 lanjut Bab 3		
4		Acc Bab 3, lanjut bab 4 dan 5.		
5		Acc Bab 4 dan 5		
6		Acc		
7				
8				

Oppie Melya Kenora - Analisis Penerapan Etika Bisnis Home Industri Jagung Marning Dalam Peningkatan Pendapatan di Desa Bukit Barisan Kepahiang

ORIGINALITY REPORT

38%

SIMILARITY INDEX

38%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

e-theses.iaincurup.ac.id

Internet Source

5%

2

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

3%

3

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

3%

4

repository.iainbengkulu.ac.id

Internet Source

2%

5

www.scribd.com

Internet Source

2%

6

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

2%

7

dspace.uui.ac.id

Internet Source

1%

8

repository.iainpare.ac.id

Internet Source

1%

123dok.com

9	Internet Source	1 %
10	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1 %
11	duniapendidikan.co.id Internet Source	1 %
12	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
13	media.neliti.com Internet Source	1 %
14	repository.unisma.ac.id Internet Source	1 %
15	e-jurnal.staiattanwir.ac.id Internet Source	1 %
16	digilib.unila.ac.id Internet Source	1 %
17	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet Source	1 %
18	ruangmakalah.blogspot.com Internet Source	1 %
19	repository.ptiq.ac.id Internet Source	1 %
20	id.berita.yahoo.com Internet Source	1 %

21	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
22	docobook.com Internet Source	<1 %
23	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
24	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	<1 %
25	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %
26	ojs2.pnb.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
28	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
29	journal.laaroiba.ac.id Internet Source	<1 %
30	repository.iain-manado.ac.id Internet Source	<1 %
31	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
32	carissazta.blogspot.com Internet Source	<1 %

33	dinastirev.org Internet Source	<1 %
34	airsulau.blogspot.com Internet Source	<1 %
35	www.journal.stitpemalang.ac.id Internet Source	<1 %
36	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
37	ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id Internet Source	<1 %
38	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.uindatokarama.ac.id Internet Source	<1 %
40	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
41	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
42	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
44	doku.pub Internet Source	<1 %

45 jptam.org
Internet Source <1 %

46 pasir.desa.id
Internet Source <1 %

47 repository.ar-raniry.ac.id
Internet Source <1 %

48 dosen.univpancasila.ac.id
Internet Source <1 %

49 jurnal mahasiswa.umsu.ac.id
Internet Source <1 %

50 journal.unhas.ac.id
Internet Source <1 %

51 e-journal.metrouniv.ac.id
Internet Source <1 %

52 Rachmat Hidayat, Suadi Sapta Putra, Kumba Digdowiseiso. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kohikato Coffee di Kota Depok", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2023
Publication <1 %

53 repository.radenfatah.ac.id
Internet Source <1 %

54 e-campus.iainbukittinggi.ac.id
Internet Source <1 %

55	intansm94.wordpress.com Internet Source	<1 %
56	tirtorahayu-kulonprogo.desa.id Internet Source	<1 %
57	ahmadsukhron28.blogspot.com Internet Source	<1 %
58	jurnal.iain-bone.ac.id Internet Source	<1 %
59	tahtamedia.co.id Internet Source	<1 %
60	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
61	jurnal.uindatokarama.ac.id Internet Source	<1 %
62	repositori.uma.ac.id Internet Source	<1 %
63	repositori.unsil.ac.id Internet Source	<1 %
64	jurnal.itbsemarang.ac.id Internet Source	<1 %
65	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
66	geograf.id Internet Source	<1 %

67	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1 %
68	digilib.iain-jember.ac.id Internet Source	<1 %
69	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	<1 %
70	id.123dok.com Internet Source	<1 %
71	jurnal.iicet.org Internet Source	<1 %
72	docplayer.info Internet Source	<1 %
73	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
74	repo.unand.ac.id Internet Source	<1 %
75	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
76	softskillpunyalinie.blogspot.com Internet Source	<1 %
77	eprints.pancabudi.ac.id Internet Source	<1 %
78	pontianak.tribunnews.com Internet Source	<1 %

79 repository.usd.ac.id <1 %
Internet Source

80 agenbettingonline.biz <1 %
Internet Source

81 e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id <1 %
Internet Source

82 jurnal.iainkediri.ac.id <1 %
Internet Source

83 kc.umn.ac.id <1 %
Internet Source

84 library.upnvj.ac.id <1 %
Internet Source

85 repository.unhas.ac.id <1 %
Internet Source

86 seaninstitute.org <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography On

DOKUMENTASI





RIWAYAT HIDUP PENELITI



Peneliti bernama Oppie Melya Kenora lahir di Desa Pungguk Meranti, pada tanggal 18 Mei 2000, Alamat tinggal di Desa Meranti Jaya kecamatan Ujan Mas, Kabupaten Kepahiang, Peneliti adalah anak pertama dari bapak Eprodin dan ibu Maheriyani, peneliti memiliki dua saudara, yaitu saudara Perempuan.

Pendidikan peneliti, SD Negeri 04 Ujan Mas Kabupaten Kepahiang pada tahun 2012, selanjutnya peneliti melakukan pendidikan ke jenjang SMP Negeri 1 Ujan Mas kecamatan Ujan Mas Kabupaten Kepahiang pada tahun 2015, pada tahun 2015 peneliti melakukan pendidikan di MAN Rejang Lebong Kelurahan Talang Rimbo Lama Kecamatan Curup Tengah hingga tahun 2018. Kemudian pada tahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikan di salah satu perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri Curup dan terdaftar sebagai mahasiswa program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.