

**ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS
PADA UMKM PANDAWA PROFIL GIPSUM
DESA KALIJARAN KECAMATAN MAOS KABUPATEN CILACAP
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

**NURUL FADILAH
NIM. 1817201026**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PROF.K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Fadilah
NIM : 1817201026
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Implementasi Etika Bisnis Pada UMKM Pandawa Profil Gypsum Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk dalam penelitian saya dalam skripsi ini diberi tanda citasi pada bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Purwokerto, 31 Januari 2023



Nurul Fadilah
1817201026



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM DESA KALIJARAN KECAMATAN MAOS
KABUPATEN CILACAP PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Yang disusun oleh Saudara **Nurul Fadilah NIM 1817201026** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **17 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji


Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji


Ma'ruf Hidayat, M.H.
NIP. 19940604 201903 1 015

Pembimbing/Penguji


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 30 Januari 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari Nurul Fadilah 1817201026 yang berjudul :

**ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM DESA KALIJARAN KECAMATAN MAOS
KABUPATEN CILACAP PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diujikan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (.S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 05 Januari 2022

Dosen Pembimbing,



Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

MOTTO HIDUP

Apapun *problem*-nya, kalau *backing*-annya Allah terverifikasi aman.

Karena sebanyak apapun masalah dan ujian yang datang, kalo kita punya Allah
maka semua akan terselesaikan.



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur dan karunia Allah SWT berikan serta limpahan rahmat dan karunia-Nya. Maka penulis mempersembahkan karya skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kesehatan, hidayah dan kesempatan untuk terus belajar hingga saat ini.
2. Untuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak dan ibu saya, Bapak Mikun Sujangi dan Ibu Siti Baenatun yang telah memberikan dukungan baik kasih sayang maupun materi. Semoga ayah dan ibu selalu diberi kesehatan, umur yang barokah dan senantiasa mendapat lindungan Allah SWT.
3. Untuk mbah putri saya Mbah Aminah yang selalu memberikan doa dan kasih sayang untuk saya
4. Untuk kakak-kakak dan keponakan saya yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi.
5. Pemilik dan segenap karyawan UMKM Pandawa Profil Gypsum yang sudah memberikan izin kepada penulis sehingga mendapatkan informasi guna menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang sudah membantu penulis hingga sampai tahap sekarang ini. Terimakasih atas doa dan dukungan setiap saatnya semoga menjadi ladang pahala.

**ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM DESA KALIJARAN KECAMATAN MAOS
KABUPATEN CILACAP PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Oleh: Nurul Fadilah

NIM: 1817201026

Email: fadilahnurul763@gmail.com

Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

UMKM Pandawa Profil Gypsum merupakan salah satu usaha industri rumahan yang memproduksi aneka dekorasi rumah seperti produk GRC, lis profil gypsum dan lis profil beton. Etika bisnis dalam suatu usaha sangat penting dan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis. Penerapan etika bisnis harus mampu dilaksanakan pada setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, distribusi dan konsumsi. Islam sangat menjunjung tinggi etika, pelayanan dengan etika merupakan senjata yang ampuh dalam menarik simpati seseorang. Dengan etika yang baik akan menciptakan simpati dan kepercayaan dari masyarakat. Penelitian ini menjawab pertanyaan bagaimana penerapan etika bisnis yang dilakukan baik ketika proses produksi dan distribusi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mendatangi langsung UMKM Pandawa Profil Gypsum dan mengamati penerapan etika bisnis pelaku usaha dan karyawan. Kemudian dilakukan wawancara dengan pelaku usaha, karyawan dan pelanggan dari UMKM Pandawa Profil Gypsum. Selanjutnya dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan foto-foto kegiatan pelaku usaha dan karyawan dan data-data terkait penelitian. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data Milles & Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Pandawa Profil Gypsum sudah menerapkan etika bisnis yang sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam denganditerapkannya prinsip-prinsip kesatuan, keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, kebenaran. UMKM Pandawa Profil Gypsum tidak hanya memberi kebutuhan dan kepuasan kepada konsumennya saja melainkan juga menjadi sarana ketaatan kepada Allah SWT, dengan tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi namun juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dengan tidak mengabaikan lingkungan sosialnya.

Kata Kunci: Etika Bisnis Produksi, Etika Bisnis Distribusi, Etika Bisnis Islam.

**ANALYSIS OF BUSINESS ETHICS IMPLEMENTATION IN PANDAWA
SMEs PROFILE OF GYPSUM VILLAGE OF KALIJARAN VILLAGE,
MAOS DISTRICT, CILACAP REGENCY PERSPECTIVE OF ISLAMIC
BUSINESS ETHICS**

Nurul Fadilah

NIM: 1817201026

Email: fadilahnurul763@gmail.com

Departement of Syaria Economics and Finance Faculty of Islamic
Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

UMKM Pandawa Gypsum Profile is one of the home industry businesses that produces various home decorations such as GRC products, gypsum profile trim and concrete profile trim. Business ethics in a business is very important and is an inseparable part of the business activities carried out by business people. The application of business ethics must be able to be implemented in every aspect of the economy including in the implementation of production, distribution and consumption. Islam highly upholds ethics, service with ethics is a powerful weapon in attracting someone's sympathy. With good ethics will create sympathy and trust from the community. This study answers the question of how the application of business ethics is carried out both during the production and distribution process at the Pandawa SMeSGypsum Profile from the perspective of Islamic business ethics.

This research is a field research using a qualitative approach. Data collection techniques in this study are through observation, interviews, and documentation. Observations were made by visiting the Pandawa SMeSGypsum Profile in person and observing the application of business ethics for business actors and employees. Then interviews were conducted with business actors, employees and customers from the Pandawa Gypsum Profile SMEs. Furthermore, documentation is by collecting photos of the activities of business actors and employees and data related to research. The data analysis technique used Milles & Huberman's data analysis techniques, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this study indicate that Pandawa Gypsum Profile SMEs have implemented business ethics that are in line with Islamic business ethics principles by implementing the principles of unity, balance or justice, free will, responsibility, truth. Pandawa Gypsum Profile SMEs do not only provide needs and satisfaction to their consumers only but also as a means of obedience to Allah SWT, by not only prioritizing personal gain but also providing benefit to society by not neglecting their social environment.

Keywords: Production Business Ethics, Distribution Business Ethics, Islamic Business Ethics.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	<u>Ž</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulisirangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. *Ta' marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulish

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>ji'zyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis denganh.

كرامة الاولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakat al-fitir</i>
------------	---------	-----------------------

4. Vokal pendek

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1	Fathah + alif	ditulis	ā
	جاهلية	ditulis	<i>ḡahiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	ditulis	ā
	تنس	ditulis	<i>tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	ditulis	ī
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	<i>furūḡ</i>

6. Vokalrangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisahapostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لعنشكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif +lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القاس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

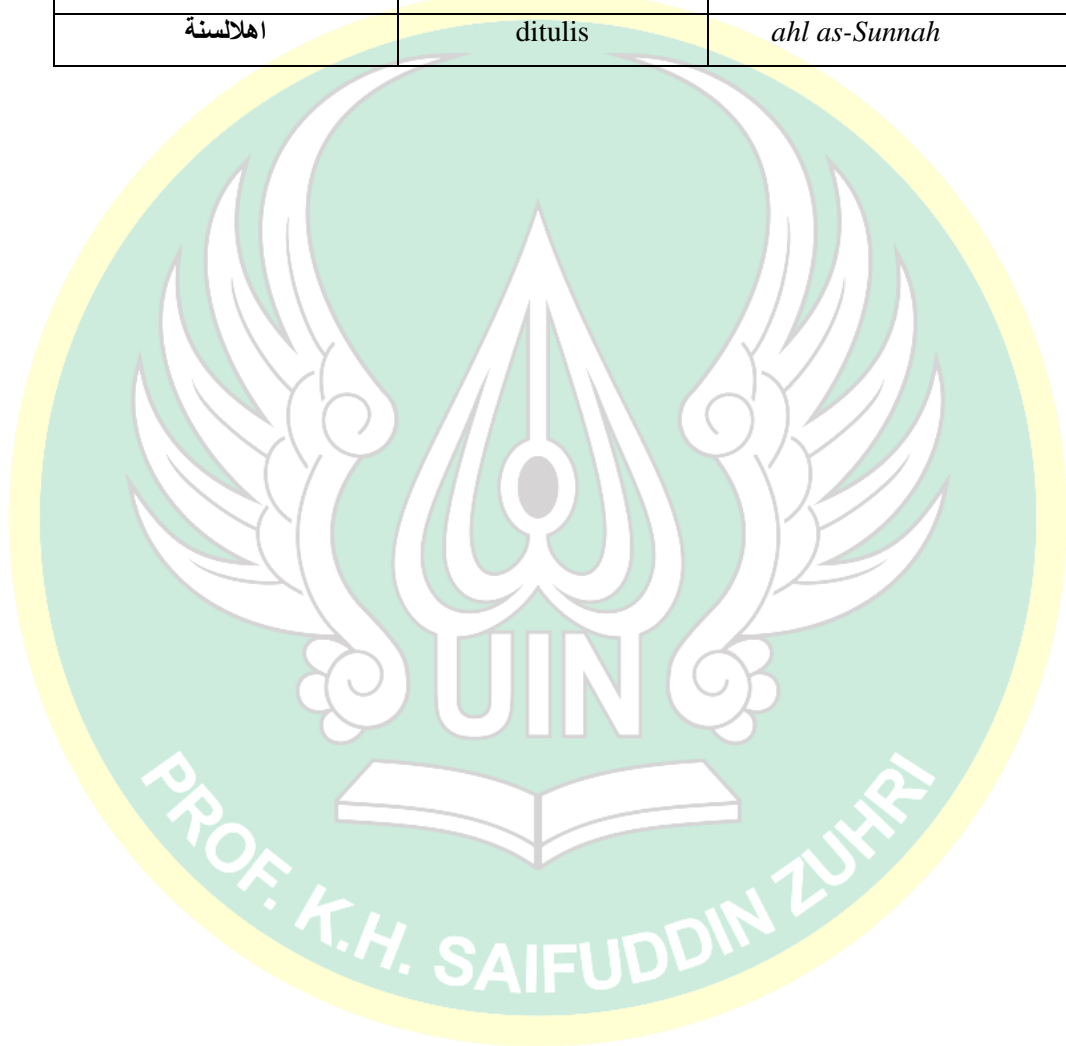
b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harussyamsiyahyang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapat syafa'atnya di hari akhir.

Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat membawa berkah dan manfaat kepada semua pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus Dosen Pembimbing, terimakasih karena telah meluangkan waktu, tenaga, pemikiran dan kesabarannya sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak beserta keluarga
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi dan Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

7. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya
8. Segenap Staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kemudahan administrasi dan pelayanan
9. Untuk Bapak dan Ibuku tercinta, Bapak Mikun Sujangi dan Ibu Siti Baenatun yang telah mencurahkan segala kasih sayangnya. Kepada Bapak dan Ibuku terimakasih untuk segala doa, motivasi dan pengorbanan yang telah dilakukan dan tidak akan terganti oleh apapun. Semoga Bapak dan Ibu selalu sehat, diberi umur yang barokah dan senantiasa dilindungi Allah SWT
10. Pemilik dan segenap karyawan UMKM Pandawa Profil Gypsum, terutama Bapak Sadino yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mendapatkan informasi guna menyelesaikan skripsi ini
11. Terimakasih kepada mbah putri penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat dan dukungan yang tidak akan terlupakan. Semoga diberi umur yang barokah dan kesehatan selalu serta mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT
12. Untuk kakak-kakak penulis yang sangat luar biasa, Kusdaliman, Agus Kasworo, Tri Indriyani, Kulsum dan Mirah yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun non-materil
13. Untuk keponakan tersayang penulis yaitu Rania Salsabilla, Nisrina As-Zahra, Fahmi Fatur Rizki, Adeeva dan Qiana Adzkie Rahma yang selalu menjadi penyemangat dan kebahagiaan bagi penulis
14. Terimakasih kepada Edi Prasetyo atas bantuan dan arahan selama penyusunan skripsi ini
15. Untuk teman terbaik penulis yaitu Auk, Mahes dan Vina terimakasih sudah menjadi teman baik yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis
16. Untuk teman-teman pengurus Pondok Pesantren Modern El-Fira 1 Purwokerto terutama Aul, Omat, Anis, Inayah, Ghina dan Finda yang selalu mau untuk direpotkan oleh penulis

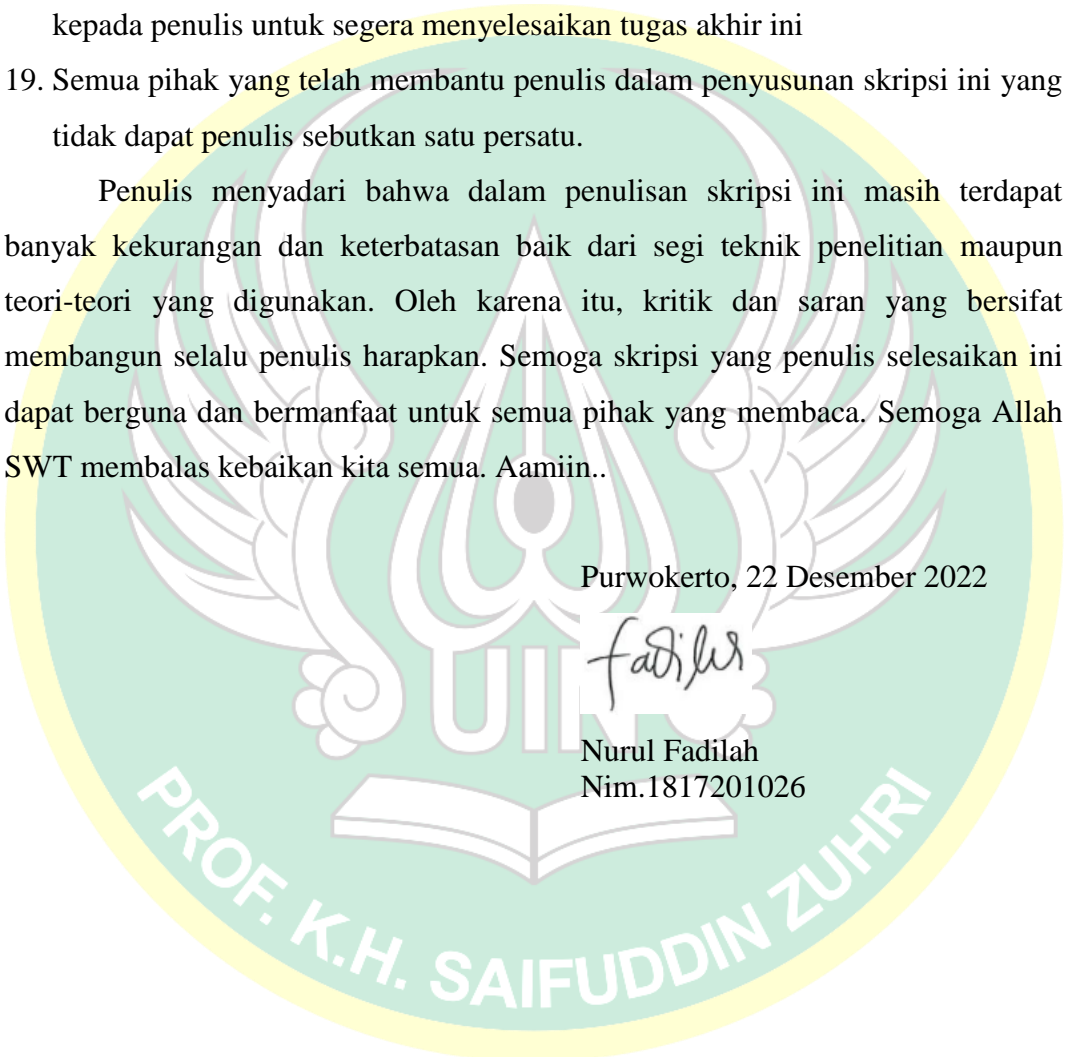
17. Keluarga besar Pondok Pesantren Modern El-Fira 1 Purwokerto, terimakasih sudah menjadi warna warni selama penulis dalam membina ilmu. Semoga ilmu yang didapatkan bermanfaat dan menambah wawasan kita semua untuk dapat terus belajar
18. Untuk rekan-rekan kerja di Sambel Layah Purwokerto 2 terutama Septa, Danu, Indah, Mas Alvin yang selalu membantu dan memberikan support kepada penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini
19. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan baik dari segi teknik penelitian maupun teori-teori yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Semoga skripsi yang penulis selesaikan ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semua pihak yang membaca. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua. Aamiin..

Purwokerto, 22 Desember 2022



Nurul Fadilah
Nim.1817201026

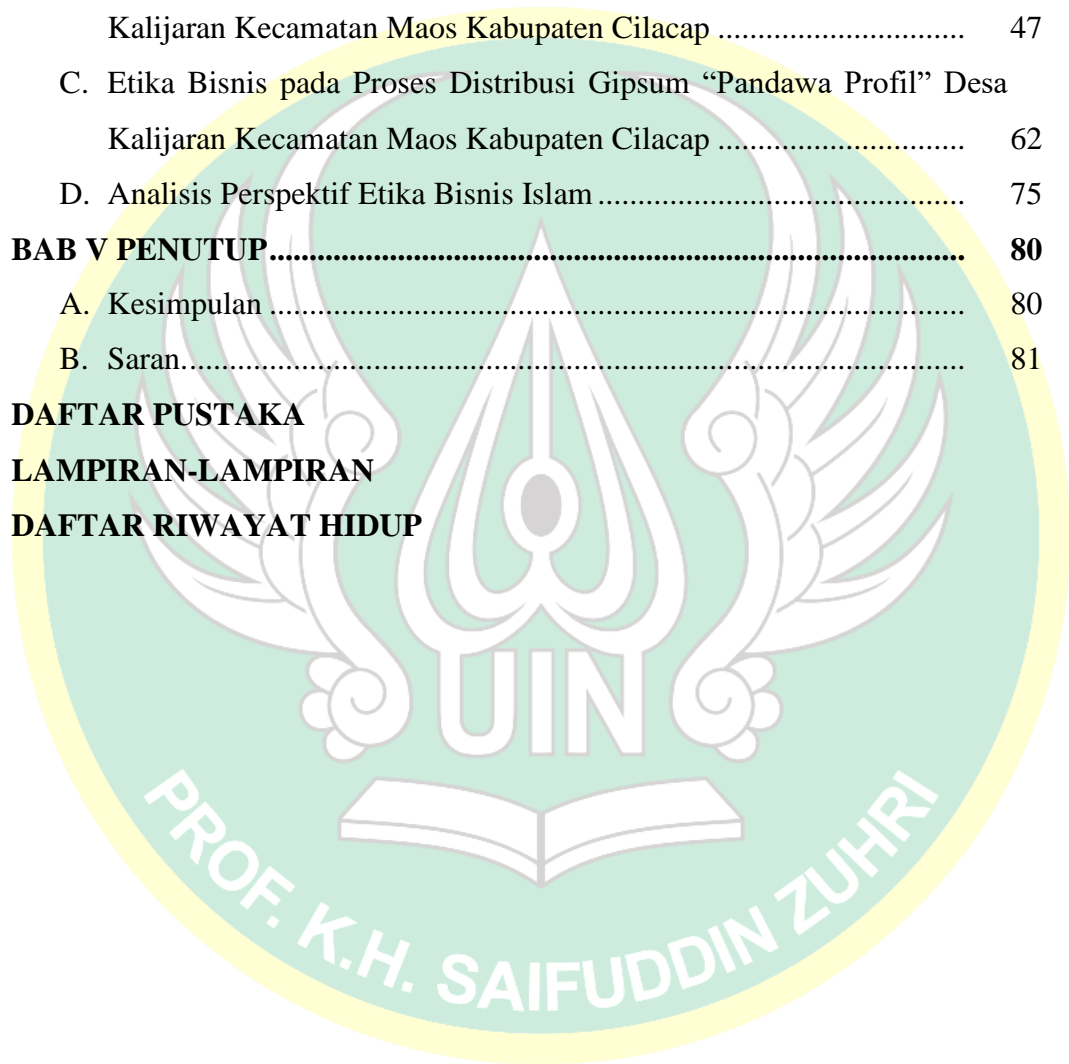


PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Etika Bisnis dalam Islam.....	17
B. Etika Produksi dalam Islam	23
C. Etika Distribusi dalam Islam.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian	33
C. Sumber Data.....	33
D. Subjek dan Objek Penelitian	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34

F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Uji Keabsahan Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum UMKM “Pandawa Profil Gypsum” Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap	38
B. Etika Bisnis pada Proses Produksi Gypsum “Pandawa Profil” Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap	47
C. Etika Bisnis pada Proses Distribusi Gypsum “Pandawa Profil” Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap	62
D. Analisis Perspektif Etika Bisnis Islam	75
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tolak Ukur UMKM, 3
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu, 13
Tabel 4.1	Alat dan Bahan, 48
Tabel 4.2	Daftar Produk, 65



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4.1 Gudang Penyimpanan Bahan dan Produk, 38
- Gambar 4.2 Toko UMKM Pandawa Profil Gypsum, 39
- Gambar 4.3 Motif Krawangan, 45
- Gambar 4.4 GRC Relief, 45
- Gambar 4.5 List Gypsum, 46
- Gambar 4.6 Ornamen Beton dan Lis Profil Gypsum, 47
- Gambar 4.7 Bahan Baku Produksi, 49
- Gambar 4.8 Tempat Produksi, 49
- Gambar 4.9 Gambar Desain, 51
- Gambar 4.10 Proses Moulding, 52
- Gambar 4.11 Proses Produksi Menggunakan Teknik Cetak Tuang, 52
- Gambar 4.12 Cetakan Setelah di Isi Adonan, 53
- Gambar 4.13 Proses Pengeringan, 54
- Gambar 4.14 Mobil Pengangkut Produk, 66
- Gambar 4.15 Persiapan Pendistribusian Produk, 67

DAFTAR BAGAN

- Bagan 4.1 Struktur Organisasi Pandawa Profil Gypsum, 43
Bagan 4.2 Proses Produksi GRC, 50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam sebagai agama mempunyai tata aturan dan ajaran yang sangat ekstensif jelas mengatur segala sesuatu berdasarkan nilai-nilai yang positif dan spiritual. Islam pula membenarkan pentingnya nilai-nilai spiritual dibawah nilai-nilai material dalam menjalankan kehidupan para kaumnya. Hal itu dijadikan landasan bahwasanya dalam menjalani kehidupan sehari-hari selain berdasarkan nilai material tapi juga harus di imbangi dengan nilai-nilai spiritual didalamnya (Bukhari, 2009: 48). Bukan hanya sekedar mengejar materi duniawi sampai melupakan urusan akhirat, tapi harus secara seimbang yakni mengerjakan urusan duniawi serta memikirkan bekal untuk kehidupan akhirat.

Kegiatan bisnis di dalam Islam tidak terlepas dari nilai-nilai dasar yang sudah ada dalam Quran, as Sunnah dan sumber petunjuk Islam lainnya. Bisnis pada Islam berarti membahas mengenai segala hal yang berhubungan dengan kegiatan manusia ketika memperoleh serta mengelola harta material maupun non-material sebagai upaya mencukupi keperluan hidup didasarkan pada tata aturan yang ada dalam al Quran, as Sunnah dan ajaran Islam yang berlaku (Idri, 2015: 6). Berbisnis berarti pekerjaan luhur sebagai profesi yang memiliki kemampuan lebih dan dituntut bertemu dan bekerja untuk masyarakat luas. Karena berhubungan erat dengan masyarakat, maka mereka dituntut mampu mempertahankan keberadaan dan kelangsungan usaha bisnis yang dijalaninya.

Bisnis konvensional lebih berfokus untuk menghasilkan keuntungan semata sedangkan bisnis syariah atau bisnis dalam Islam lebih memperhatikan aspek kebermanfaatan serta kaidah agama selain memperoleh imbal hasil dari kegiatan usaha. Berarti menjalankan kegiatan bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan, melainkan keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar, dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materil (duniawi) tetapi yang lebih penting adalah keuntungan immateril (spiritual) (Djakfar, 2008: 95).

Permasalahan umum ekonomi Islam yakni masih banyaknya praktik perekonomian yang cenderung salah bahkan menyimpang dengan nilai-nilai yang berlaku dalam ajaran dan sumber hukum Islam. Seperti masih banyaknya kecurangan dan penipuan dalam berbisnis. Sedangkan perbuatan semacam itu sudah tentu dilarang dan tidak dibenarkan keberadaannya (Yunia, 2018: 78-79). Karena pelaksanaan etika bisnis yang efektif tertuju pada pola pikir dan akhlak budi pekerti yang baik para pelaku usaha. Berikut beberapa etika yang dituntut dalam Islam selain tidak boleh melakukan kecurangan dan penipuan yaitu: menjelaskan dengan sebenarnya keadaan dari barang yang dijual, tidak berlebihan dalam menawarkan suatu barang atau produk sampai bersikap dusta dan sumpah hanya untuk melariskan dagangannya, memberitahu secara jelas kelebihan dan kekurangan dari barang atau produk yang dijual, dan senantiasa bersikap jujur sebagaimana tertera pada QS. Al Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا قَوَّامًا صَادِقِينَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”*(QS. Al-Ahzab:70).

Dalam hadist, Nabi Muhammad SAW sangat menekankan pentingnya perdagangan, salah satunya riwayat dari Muaz bin Jabal, Nabi Muhammad SAW bersabda: *“Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berhutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit”* (HR. Baihaqi yang dikeluarkan oleh As-Ashbahani) (Hulaimi, Sahri dan Huzaini, 2017: 18-19).

Etika bisnis Islam adalah suatu ilmu yang sifatnya normativ karena memiliki peran untuk menentukan apakah seseorang harus melakukannya atau tidak. Kunci suksesnya bisnis terletak pada etika Islam yang dilakukannya. Ada 5 prinsip etika dalam berbisnis secara Islam diantaranya: Kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab, serta kebenaran: kebajikan dan kejujuran (Aziz, 2013: 45-46). Etika bisnis Islam

mencakup banyak hal, mulai dari segi produksi, distribusi dan konsumsi dengan memuat etikanya masing-masing.

Islam adalah sumber nilai dan etika semua aspek kehidupan manusia, termasuk wacana bisnis. Islam menganjurkan umatnya untuk memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi: pertanian, perkebunan, perikanan, perindustrian, dan perdagangan. Dalam berbisnis ada tiga aktivitas berbisnis yang saling berkaitan yaitu produksi, distribusi dan konsumsi. Ketiga aktivitas ini tidak dapat dipisahkan dan berjalan sesuai alurnya. Kegiatan pertama yaitu produksi, dimana pengertian produksi adalah produsen mengubah barang mentah menjadi barang jadi untuk siap dinikmati oleh konsumen. Kemudian yang kedua yaitu distribusi, dimana distribusi adalah meyalurkan barang jadi yang sudah siap di produksi ke tangan konsumen. Terakhir adalah konsumen, konsumen ini berkaitan dengan menikmati barang yang sudah diproduksi (Akbar dan Mus'if, 2021: 140).

Salah satu bentuk usaha yang dikelola adalah bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM yaitu usaha ekonomi profitabel yang independen, dijalankan oleh orang-perorangan atau badan usaha bukan bagian dari anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, dari bagian secara langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Berikut kriteria dari UMKM (Purba, Karim dan Trianovie, 2019: 2):

Tabel 1.1 Tolak Ukur UMKM

No.	Uraian	Hasil per Tahun	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	50 Juta sampai 500 Juta	300 Juta sampai 2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	500 Juta sampai 10 Miliar	2,5 Miliar sampai 50 Miliar

Sumber: Undang-undang Nomor 20 tahun 2008

Sedangkan menurut BPS, usaha mikro yakni entitas usaha dimana jumlah tenaga kerjanya 1 hingga 4 tenaga kerja, usaha kecil jumlahnya 5 hingga 19 tenaga kerja, sedangkan usaha menengah berjumlah 20 hingga 99 tenaga kerja. Hal tersebut sudah jelas bahwa dampak dari adanya suatu usaha kecil dapat menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan, terciptanya lapangan pekerjaan serta menumbuhkan perekonomian. Industri yang sifatnya kecil dan menengah mampu diterapkan dan untuk terus dikembangkan terutama di pelosok daerah yang memang belum tersentuh oleh industri- industri besar.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat dimulai dari seluruh daerah yang ekonominya masih belum tertata salah satunya di kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Bersumber data dari DPKUKM Kab. Cilacap total UMKM hingga bulan Mei 2021 sebanyak 20.015 (BAPPEDA, 2021). Dimana salah satu peran penting UMKM yakni mengentaskan masyarakat dan kemiskinan baik di kota maupun desa sebab angka penyerapan tenaga kerja terhitung tinggi. Seperti dalam Usaha Pembuatan Gypsum “Pandawa Profil”. UMKM di daerah pedesaan tersebut harus senantiasa dibangun dan dikembangkan keberadaannya karena akan menyumbang perekonomian daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

Keberlangsungan usaha pembuatan gipsum tersebut didalamnya ada beberapa masalah mendasar yang masih menjadi kendala bagi keberlangsungan industri tersebut yaitu masih rendahnya kualitas SDM pelaku industri dan karyawan. Hal itu disampaikan sendiri oleh pelaku usaha, bahwa beliau masih keterbatasan pendidikan dan hanya sekedar paham praktiknya dan dijalankan. Seperti contoh dalam kemampuan dan strategi pemasaran, pelaku usaha terkadang masih kesulitan dalam menyanggupi permintaan konsumen karena keterbatasan kemampuan dari sumber daya manusianya. Hal ini tentu saja akan merugikan pengusaha, karena semakin kesini zaman semakin canggih dan moderen. Para pelaku usaha tentu harus memikirkan kualitas sumber daya manusianya memiliki indeks *skill* yang mumpuni dan tentunya harus berdedikasi tinggi dan mampu bersaing (Wawancara Sadino, 7 November 2021).

Lama usaha juga mempengaruhi kemampuan dari suatu usaha industri. Seperti usaha pembuatan gipsum “Pandawa Profil” yang sudah berdiri dari tahun 2007. Pada awal produksi hanya membuat aneka olahan gipsum dan pemasangan plafon rumah. Saat awal-awal produksi pun masih sangat sederhana. Proses produksi yang awalnya hanya di dapur rumah, menyewa pekarangan tetangga sampai sekarang punya lahan produksi sendiri. Sekarang sudah tiga produk pokok yang dibuat di usaha industri ini yaitu ornamen gipsum, ornamen beton, dan ornament GRC. Dari yang awalnya hanya sekitar 3 karyawan sampai sekarang 11 karyawan sehingga Pandawa Profil Gipsum ini termasuk kedalam kategori usaha kecil karena berdasarkan BPS usaha yang jumlah tenaga kerjanya sebanyak 5 hingga 19 tenaga kerja masuk ke dalam kategori usaha kecil (Wawancara Sadino, 7 November 2021).

Dari segi pemasaran, pelaku usaha mengetahui kemampuan potensi diri. Diawal produksi, pemasaran dilakukan dengan bekerja samadengan toko-toko besi disekitar tempat usaha. Sampai sekarang industri pembuatan gipsum “Pandawa Profil” sebagai produsen sudah banyak dikenal kalangan luas karena kualitas dari produk yang dihasilkan dan kemampuan pelaku usaha yang mampu mengetahui target pasar. Karena dalam industri ini, target ditujukan pada mereka yang memiliki ekonomi menengah ke atas. Selain itu, pelaku usaha juga menganggap pesaing sebagai teman dan motivasi. Karena dalam berwirausaha beliau selalu mengedepankan kebenaran dan menjaga kepercayaan para konsumennya (Wawancara Sadino, 7 November 2021).

Industri pembuatan gipsum ini dari modal yang awalnya sebesar 30 Juta rupiah sekarang per satu produk mampu menghasilkan 2,5 Juta per bulannya. Jika dihitung per rata-rata bulan laba bersih itu mencapai 10 Juta. Biaya untuk operasional per hari sekitar 1,7 Juta dengan 20 hari kerja tiap bulannya. Bahkan dalam keadaan pandemi pun industri ini masih tetap berjalan seperti biasa, karena memang produksi ini sifatnya tidak terbatas dan selalu memproduksi produk-produk gipsum sebagai bahan stok. Karena dari sistem pemasarannya pun selalu *ready stock*. Sehingga ketika ada pesanan masuk atau tiba-tiba ada pesanan dari banyak toko langsung bisa disanggupi (Wawancara Sadino, 7 November 2021).

Para pelaku usaha harus memiliki kesadaran tentang etika juga moral karena keduanya adalah kebutuhan yang seharusnya dimiliki. Aspek awal sampai akhir yang meliputi aspek etika saat produksi, distribusi dan konsumsi harus selalu diperhatikan. Pelaku usaha atau bahkan perusahaan yang lalai dan yang tidak menjaga etika, maka tidak mampu berbisnis secara baik sehingga mengakibatkan rusaknya hubungan sosial yang akan merugikan konsumen serta dirinya sendiri (Zamzam dan Aravik, 2020: 11). Begitu pula etika dalam pemasarannya, karena berbisnis dalam sebuah pasar adalah salah satu ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi. Akan tetapi, masih sering dijumpai pasar yang tidak lagi mencerminkan nilai-nilai tersebut. Mulai dari bentuk atau gaya pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak mengedepankan aspek profesional.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Amelia dkk mengenai *Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi dan Distribusi pada UMKM terhadap Profitabilitas dalam Perspektif Ekonomi Islam* yang diterbitkan dalam Jurnal Riset Ekonomi menunjukkan adanya penerapan etika bisnis Islam pada aspek produksi dan distribusi tentu membantu terciptanya kesatuan antara kegiatan ekonomi yang menghasilkan profitabilitas yang kemudian mendapatkan dampak baik pula bagi pelaku UMKM. Peranan etika bisnis Islam yang baik dan sesuai akan memaksimalkan penghasilan profitabilitas yang memiliki tujuan untuk kepentingan kemakmuran atau kesejahteraan wirausaha secara keseluruhan dan timpang serta menekankan adanya keseimbangan yang adil antara pemilik UMKM dan masyarakat (Amelia, Fasa dan Suharto, 2022: 311).

Oleh karena itu, penulis menjadikan Pandawa Profil Gypsum sebagai bahan kajian penelitian karena UMKM tersebut sesuai dengan apa yang peneliti butuhkan. Usaha yang dibangun dari nol dan didasari dengan niat berwirausaha karena Allah Ta'ala sampai sekarang berumur kurang lebih 14 Tahun dan usaha tersebut semakin berkembang pesat walaupun lokasi berada di pedesaan yang aksesnya masih kurang memadai, namun etika-etika bisnis yang diterapkan mampu menarik perhatian para konsumennya. Mulai dari produksi yang selalu menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, sampai dalam hal pelayanan yang

mengutamakan kenyamanan dengan pemenuhan produk sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan inginkan sehingga para konsumen merasa puas dan memuji produknya. Hal itu membuat para konsumen berlangganan dan dengan sendirinya membantu promosi dengan konsumen lainnya atau biasa disebut dengan *word of mouth* (WOM) (Wawancara Sadino, 7 November 2021).

Namun, di beberapa kondisi pasti ditemukan beberapa kendala terlebih lagi terkait proses penjualan maupun segi pemasaran di era modern yang serba digital, ada kemungkinan pengusaha melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan apa yang sudah disesuaikan terlebih lagi dalam kaitannya dengan etika bisnis Islam. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penulis merasa tertarik dan ingin mengkaji secara lebih lanjut dengan judul ***“Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UMKM Pandawa Profil Gypsum Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap.”***

B. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk memudahkan pemahaman istilah di dalam penelitian ini. Berikut adalah beberapa kata yang perlu penjelasan untuk memeparkan pengertian dari beberapa istilah berikut ini:

1. Etika Bisnis

Etika bisnis berisi tentang penjelasan bagaimana perusahaan beretika dan bertindak dalam upaya menyeimbangkan kepentingan perusahaan dengan kepentingan *stakeholder* sesuai dengan prinsip etika bisnis. Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah (Hotimah, 2020: 572). Menurut Vincent Barry dalam bukunya *“Moral Issue in Business”*, menyatakan bahwa *Business ethics is the study of what constitutes good and bad human conduct, including related action and values, in a business context*. Bahwa etika bisnis adalah suatu ilmu tentang baik buruknya terhadap suatu manusia, termasuk tindakan-tindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontak bisnis (Aziz, 2013: 35).

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, salah, benar dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas dan ketentuan syariah (Badrun, Suhendra dan Mufraeni, 2015: 17). Bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata melainkan juga bertanggungjawab terhadap Allah SWT, pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, bangsa dan negara. Etika bisnis Islam harus mencakup kegiatan secara keseluruhan yang meliputi etika dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi. Prinsip-prinsip diantaranya keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*) (Wati, Arif dan Devi, 2021: 143-144).

3. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dan usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dan usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini (Segati, 2022: 4).

4. Pandawa Profil Gypsum

Pandawa Profil Gypsum adalah suatu usaha kecil dibidang pembuatan produk gypsum dan ornamen-ornamennya yang sudah berdiri sejak tahun 2007. Usaha ini dibangun dengan ketertarikan pada keindahan, Bapak Sadino sebagai pemilik usaha tertarik dengan keindahan ditempat ia bekerja dulu. Beliau meniti karir dari menjadi kuli pemasangan platfon rumah sampai akhirnya memutuskan untuk membangun usahanya sendiri. Dengan berbekal ilmu yang dimiliki, terwujudlah industri usaha gypsum dengan nama awal Yuniar Gypsum. Namun, beliau merasa nama tersebut susah untuk cepat dikenal sehingga memutuskan untuk mengganti nama menjadi Pandawa Profil Gypsum yang terinspirasi dari nama pandawa sebagai pembawa kebenaran, yang harapannya semoga dalam berbisnis beliau selalu terjaga kebenarannya dan terhindar dari hal yang merugikan. Dari yang awalnya produksi satu jenis produk sekarang sudah memproduksi tiga jenis produk pokok yaitu Gypsum, beton dan GRC. Usaha industri ini berlokasi di Jalan Kalijaran-Paketingan desa Kalijaran kecamatan Maos kabupaten Cilacap (Wawancara Sadino, 7 November 2021).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis dalam proses produksi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis dalam proses distribusi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum?
3. Bagaimana implementasi etika bisnis pada proses produksi dan distribusi UMKM Pandawa Profil Gypsum perspektif etika bisnis Islam?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan etika bisnis dalam proses produksi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum.
2. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan etika bisnis dalam proses distribusi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum.
3. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan penerapan etika bisnis Islam pada proses produksi dan distribusi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum.

Berdasarkan tujuan diatas, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Manfaat teoritis adalah manfaat penelitian yang masih berupa konsep-konsep, memerlukan pengembangan lebih lanjut, sebagai kegunaan tidak langsung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan terkait etika bisnis dalam Islam khususnya etika terhadap kegiatan produksi dan distribusi pada suatu usaha dan dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan bagi penelitian yang akan datang yang akan meneliti tentang etika bisnis Islam.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis adalah manfaat dari penelitian yang akan kita lakukan yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari secara langsung. Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa manfaat:

- a. Bagi Pemilik UMKM “Pandawa Profil Gypsum”

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi, masukan, dan evaluasi bagi pihak usaha gypsum untuk lebih maksimal dalam meningkatkan kemajuan usaha gypsum melalui penerapan etika bisnis Islam.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau literatur untuk penelitian lebih lanjut. Dan penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan acuan untuk perkembangan usaha gipsum.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai tambahan daftar referensi kepada UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya bagi Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengenai implementasi etika bisnis Islam kepada para mahasiswa maupun civitas akademik yang memiliki usaha desa dan bergerak di bidang pembuatan gipsum.

d. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu pemahaman yang benar tentang etika bisnis Islam terhadap UMKM “Pandawa Profil Gipsum”.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan telaah terhadap penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian dalam skripsi dan jurnal. Selain fungsinya untuk eksplorasi mendalam terhadap temuan terkait penelitian yang akan dilakukan, juga sebagai acuan melihat cela yang belum pernah diteliti oleh penelitian sebelumnya.

Menurut Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto (2022) yang mengkaji mengenai “*Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” menunjukkan bahwa dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam proses produksi dan distribusi maka akan menghasilkan profitabilitas yang baik bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Para pelaku UMKM yang telah memahami standar prinsip-prinsip etika bisnis syariah menjadikan pemaksimalan profitabilitas (Amelia, Fasa dan Suharto, 2022).

Menurut Abdul Mannan dan Inayah Swasti Ratih (2021) yang mengkaji mengenai “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM*” menunjukkan bahwa usaha toko mebel H. Dawi yang berada di Randumerak telah

menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi lima aspek yaitu, Kesatuan Tauhid/*unity*), keseimbangan (*equilibrium/adil*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran kejujuran (*truth honesty*) (Mannan dan Ratih, 2021).

Menurut Ahmad Suminto (2020) yang mengkaji mengenai “*Etika Kegiatan Produksi: Perspektif Etika Bisnis Islam*” menunjukkan bahwa terdapat dua prinsip yang harus dipenuhi oleh produsen Muslim sebagai landasan etika dalam kegiatan produksi agar selaras dengan maqasid al-syariah. Pertama: berproduksi dalam lingkaran halal, Islam dengan tegas mengklasifikasikan barang-barang (*sil'ah*) atau komoditas ke dalam dua kategori. Barang-barang yang disebut al-Quran dengan *tayyibat*, yaitu barang-barang yang secara hukum halal dikonsumsi dan diproduksi. Kedua, perlindungan kekayaan alam, hendaknya dilakukan dengan tidak merusak lingkungan (alam) (Suminto, 2020).

Menurut Andriansyah Sulisty Maulana dan Khusnul Fikhriyah (2021) yang mengkaji mengenai “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pembudidaya Ikan Guppy (Studi Pada Guppyjunior Surabaya)*” menunjukkan bahwa dalam proses budidaya ikan guppy yang dilakukan oleh guppy junior Surabaya mampu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kejujuran/kebaikan (Maulana dan Fikhriyah, 2021).

Menurut Shalla Shafira Haftareta (2020) yang mengkaji mengenai “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Budidaya Jamur Tiram Putih “Sari Kayu” Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto*” menunjukkan bahwa proses produksi telah sesuai dengan proses produksi dalam Islam. Kegiatan produksi budidaya jamur putih “Sari Kayu” secara keseluruhan sudah memenuhi prinsip etika bisnis Islam diantaranya kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, kebenaran. Selain itu juga menerapkan prinsip-prinsip produksi dalam ekonomi Islam yaitu keadilan dan kesamaan produksi Islami, memenuhi takaran, ketetapan, kelugasan, dan kebenaran, menghindari jenis dan produksi yang diharamkan dalam Islam (Haftareta, 2020).

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto (2022) <i>“Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam”</i>	Dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam proses produksi dan distribusi maka akan menghasilkan profitabilitas yang baik bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Para pelaku UMKM yang telah memahami standar prinsip-prinsip etika bisnis syariah menjadikan pemaksimalan profitabilitas.	Persamaan: membahas etika bisnis islam Perbedaan: penelitiannya sebelumnya lebih ke aspek etika bisnis Islam dalam kegiatan produksi dan distribusinya saja sedangkan penelitian sekarang menganalisis aspek etika bisnis Islam secara keseluruhan dari produksidan distribusi.
2	Abdul Mannan dan Inayah Swasti Ratih (2021) <i>“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM”</i>	Usaha toko mebel H. Dawi yang berada di Randumerak telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi lima aspek yaitu, Kesatuan <i>Tauhid/unity</i>), keseimbangan (<i>equilibrium/adil</i>), kehendak bebas (<i>free will</i>), tanggung jawab (<i>responsibility</i>), dan kebenaran kejujuran (<i>truth honesty</i>).	Persamaan: sama-sama membahas terkait analisa etika bisnis Islam dalam suatu UMKM Perbedaan: penelitian terdahulu masih belum secara khusus membahas etika dari aspek produksi sampe konsumsi, sedangkan penelitian sekarang akan menjelaskan secara runtut etika bisnis Islam dari aspek produksijuga distribusi.
3	Ahmad Suminto (2020) <i>“Etika Kegiatan Produksi:</i>	Terdapat dua prinsip yang harus dipenuhi oleh produsen Muslim sebagai landasan etika dalam kegiatan	Persamaan: sama-sama meninjau etika bisnis Islam Perbedaan: peneliti sebelumnya lebih etika

	<i>Perspektif Etika Bisnis Islam”</i>	produksi agar selaras dengan maqasid al-syariah. Pertama: memproduksi dalam lingkaran halal, Islam dengan tegas mengklasifikasikan barang-barang (sil’ah) atau komoditas ke dalam dua kategori. Barang-barang yang disebut al-Quran dengan tayyibat, yaitu barang-barang yang secara hukum halal dikonusmi dan diproduksi. Kedua, perlindungan kekayaan alam, hendaknya dilakukan dengan tidak merusak lingkungan (alam).	dalam berproduksi sedangkan penelitian sekarang lebih rinci dari aspek juga distribusi dalam etika bisnis Islam.
4	Andriansyah Sulisty Maulana dan Khusnul Fikhriyah (2021) <i>“Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pembudidaya Ikan Guppy (Studi Pada Guppy junior Surabaya)”</i>	Dalam proses budidaya ikan guppy yang dilakukan oleh guppy junior Surabaya mampu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kejujuran/kebaikan.	Persamaan: sama-sama membahas terkait etika bisnis Islam Perbedaan: penelitian sebelumnya belum menjelaskan secara rinci etika-etika bisnis Islam yang dilakukan di suatu usaha, sedangkan dalam penelitian sekarang akan menjelaskan lebih rinci dari segi produksi dan distribusi pada suatu usaha.
5	Shalla Shafira Haftareta (2020) <i>“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Budidaya Jamur Tiram</i>	Proses produksi telah sesuai dengan proses produksi dalam Islam. Kegiatan produksi budidaya jamur putih “Sari Kayu” secara keseluruhan sudah memenuhi prinsip etika bisnis Islam	Persamaan: sama-sama membahas terkait etika bisnis Islam dalam suatu usaha Perbedaan: penelitian terdahulu hanya mengkaji aspek etika bisnis Islam di produksinya saja,

	<i>Putih “Sari Kayu” Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto”</i>	diantaranya kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, kebenaran. Selain itu juga menerapkan prinsip-prinsip produksi dalam ekonomi Islam yaitu keadilan dan kesamaan produksi Islami, memenuhi takaran, ketetapan, kelugasan, dan kebenaran, menghindari jenis dan produksi yang diharamkan dalam Islam.	sedangkan penelitian sekarang akan mengkaji secara lebih dalam terkait etika etika bisnis Islam dari aspek produksi dan distribusi.
--	---	---	---

Sumber : dari berbagai jurnal dan skripsi

F. Sistematika Pembahasan

Bagian isi dari penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara spesifik, bagian isi ini akan menjelaskan mengenai inti dalam penelitian meliputi:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini terdiri atas yang pertama ada latar belakang permasalahan pada penelitian ini yaitu mengenai permasalahan dari etika bisnis UMKM Pandawa Profil Gypsum dalam aspek etika produksi dan etika distribusi dilihat dari segi perspektif etika bisnis Islamnya, selanjutnya ada definisi operasional terkait dengan judul penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka yang berisikan dari penelitian-penelitian terdahulu serta sistematika pembahasan untuk mempermudah dalam penulisan skripsi ini.

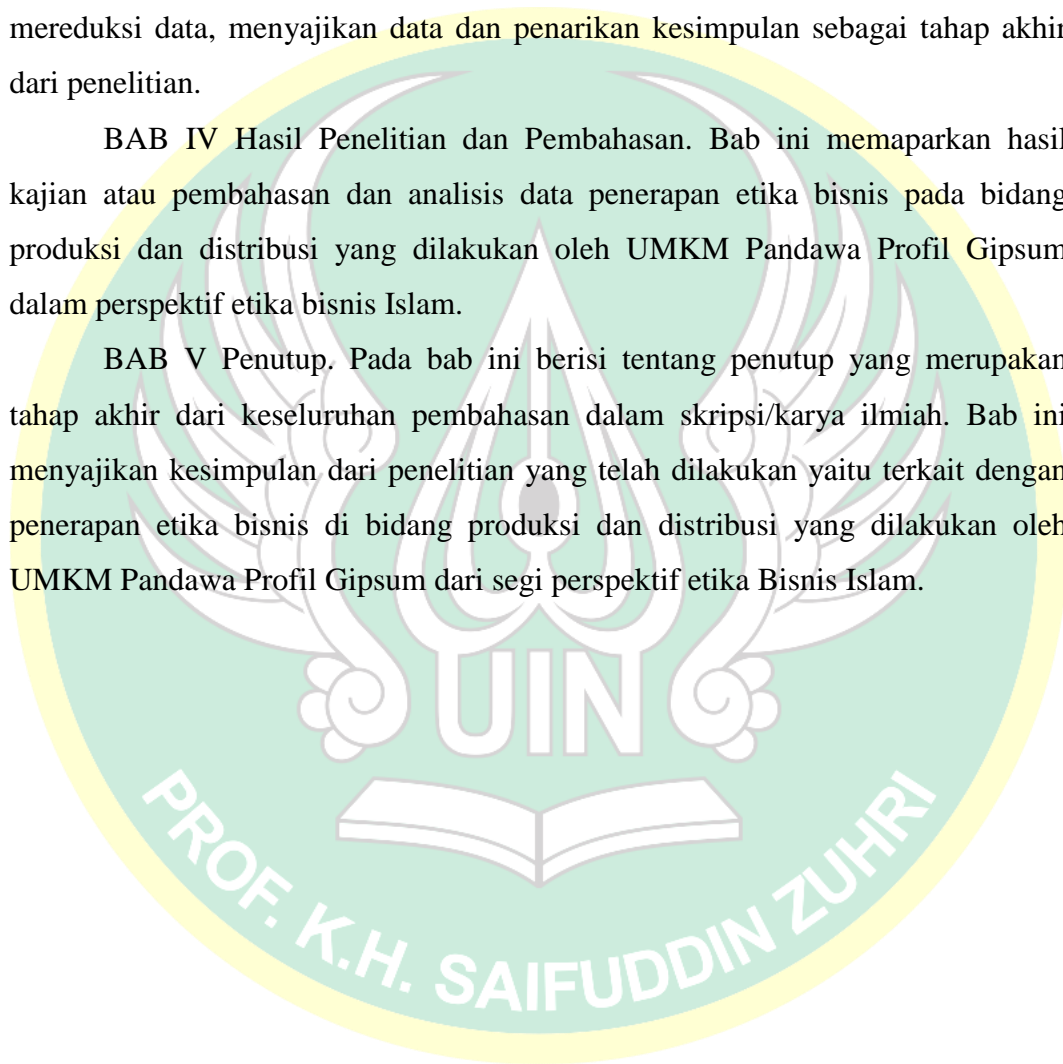
BAB II Landasan Teori. Pada bab ini diuraikannya tentang kajian teori atau landasan teori yang memuat tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. Dalam bab ini memuat teori-teori terkait etika bisnis, diikuti oleh etika bisnis Islam serta mengenai etika produksi Islam dan etika distribusi Islam.

BAB III Metode Penelitian. Pada bab ini diuraikannya mengenai metode penelitian yang menjelaskan yaitu jenis penelitian yang digunakan yakni

menggunakan metode penelitian kualitatif, subjek & objek penelitian pada penelitian ini subjek penelitian yaitu pemilik, karyawan, dan konsumen UMKM Pandawa Profil Gypsum sedangkan untuk objek penelitian yaitu etika bisnis pada UMKM Pandawa Profil Gypsum dalam perspektif etika bisnis Islam, tempat & waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data & analisis data. Analisis data pada penelitian ini berdasarkan Milles dan Huberman yaitu dengan cara mereduksi data, menyajikan data dan penarikan kesimpulan sebagai tahap akhir dari penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini memaparkan hasil kajian atau pembahasan dan analisis data penerapan etika bisnis pada bidang produksi dan distribusi yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum dalam perspektif etika bisnis Islam.

BAB V Penutup. Pada bab ini berisi tentang penutup yang merupakan tahap akhir dari keseluruhan pembahasan dalam skripsi/karya ilmiah. Bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan yaitu terkait dengan penerapan etika bisnis di bidang produksi dan distribusi yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum dari segi perspektif etika Bisnis Islam.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis dalam Islam

1. Etika Bisnis

Pada aplikasinya etika sering kali dikaitkan dengan bisnis yang menjadi sebuah kegiatan ekonomi. Ada beberapa pendapat yang mengatakan bahwa etika dan bisnis merupakan satu kesatuan yang akan selalu berjalan beriringan. Namun di sisi lain ada juga yang memecah belah antara etika dan bisnis, dikarenakan bahwa etika hanya menghambat eksistensi bisnis sebagai langkah mencari pendapatan yang maksimal. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kata etika berarti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk juga mengenai hak dan kewajiban moral (akhlak) (KBBI, 2022).

Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti kebiasaan. Dalam bahasa Arab disebut dengan akhlak, bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti. Baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), yang menunjuk pada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak (Hasan, 2009: 171). Dapat dikatakan bahwa etika adalah seperangkat nilai tentang baik, benar, buruk, dan salah atau buruk berdasarkan prinsip moralitas, khususnya dalam perilaku dan tindakan sehingga etika menjadi salah satu faktor penting bagi terciptanya kondisi kehidupan manusia yang lebih baik (Idri, 2015: 325).

Adapun bisnis adalah semua aktivitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain. Dengannya para pelaku bisnis dapat menentukan dan menyediakan keinginan dan kebutuhan orang lain (konsumen) serta selalu berusaha agar konsumen memperoleh kepuasan dengan barang dan jasa yang disediakan tersebut (Suherman, Kusnadi dan Rahman, 1998: 57-58). Bisnis dalam *Kamus Bahasa Indonesia* diartikan sebagai usaha komersil di dunia perdagangan dan bidang usaha. Dalam pengertian lebih luas, bisnis diartikan sebagai semua aktivitas produksi perdagangan barang dan jasa. Bisnis

merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu usaha perorangan misalnya industri rumah tangga, usaha perusahaan besar seperti CV, maupun badan hukum koperasi dan usaha bidang struktur ekonomi suatu negara (Alma, 2001: 18).

Berdasarkan pengertian etika dan bisnis di atas, dapat dikatakan bahwa etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur. Etika ini dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis yakni menjalankan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, etika bisnis adalah tuntutan nasehat etis manusia dan tidak bisa dipenggal atau ditunda untuk membenarkan tindakan yang tidak adil dan tidak bermoral. Etika bisnis harus dijunjung tinggi agar bisnis itu membuahkan hasil yang dapat memuaskan semua pihak yang terlibat dalam bisnis itu. Karena dalam setiap aktivitas bisnis, aspek etika merupakan hal mendasar yang selalu diperhatikan demi keberlangsungan bisnis yang dilakukan seperti berbisnis dengan baik, sikap baik budi, jujur dan amanah, tidak semena-mena, ahli dan profesional (Idri, 2015: 326).

Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas para pemangku kepentingan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan perusahaan. Karena semua keputusan perusahaan sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh para pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan. Menurut Zimmerer, yang termasuk kelompok pemangku kepentingan yang mempengaruhi keputusan bisnis adalah: para pengusaha/mitra usaha, pemasok bahan baku, organisasi pekerja, pemerintah, bank, investor, masyarakat umum, pelanggan serta konsumen (Suryana, 2016: 260).

Hubungan yang dilakukan perusahaan dengan para pelanggannya dapat menimbulkan berbagai permasalahan etika bisnis di bidang produksi dan pemasaran. Untuk melindungi konsumen dari perlakuan yang tidak etis yang

mungkin dilakukan oleh perusahaan, pemerintah Indonesia telah memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini dijelaskan berbagai perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Antara lain dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang: 1) tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan, 2) tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut, 3) tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah hitungan menurut ukuran yang sebenarnya, 4) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang atau jasa tersebut (Hasoloan, 2018:8).

2. Etika Bisnis Islam

Bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis baik produksi, distribusi maupun konsumsi dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta, barang dan jasa termasuk keuntungan yang diperoleh, tetapi dibatasi cara perolehan dan pendaayagunaanya yang dikenal dengan istilah halal dan haram. Dalam syariat Islam, etika bisnis 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 (Hasan, 2009: 171).

Konsep Al-Qur'an dan Hadis Nabi tentang bisnis sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak hanya masalah dunia saja tetapi juga akhirat. Yang dimaksud Al-Qur'an tentang bisnis yang benar-benar dan sukses (baik) adalah bisnis yang membawa keuntungan pada pelakunya dalam kehidupan dunia dan akhirat (Idri, 2015: 327). Oleh karenanya, ada beberapa parameter kunci sistem etika bisnis Islam, diantaranya sebagai berikut:

- a. Berbagai tindakan dan keputusan disebut etis bergantung pada niat individu yang melakukannya. Allah Maha Kuasa dan mengetahui apapun niat kita sepenuhnya dan secara sempurna.
- b. Niat baik yang diikuti tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang halal tidak dapat mengubah yang haram menjadi halal.

- c. Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apapun keinginannya, namun tidak dalam hal tanggung jawab dan keadilan.
- d. Percaya kepada Allah SWT memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apapun.
- e. Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas atau minoritas tidak secara langsung berarti bersifat etis dalam dirinya, sebab etika bukanlah permainan mengenai jumlah.
- f. Islam menggunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup dan berorientasi pada diri sendiri, sikap egosi tidak mendapatkan tempat dalam ajaran Islam.
- g. Islam mendorong umat manusia untuk *tazkiyyah* melalui partisipasi aktif dalam kehidupan. Kaum muslim harus membuktikan ketaatannya kepada Allah SWT (Ismanto, 2015: 41-42).

Adapun perilaku yang harus dilakukan oleh pengusaha dalam etika bisnis yaitu:

- a. Jujur dalam takaran dan timbangan
- b. Menjual barang yang halal
- c. Menjual barang yang bermutu baik
- d. Tidak menyembunyikan kecacatan suatu barang
- e. Tidak main sumpah. Ada kebiasaan pedagang untuk meyakinkan pembelinya dengan jalan main sumpah agar dagangannya laris. Dalam hal ini Rasulullah SAW memperingatkan, *“Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapuskan keberkahan”* (H.R. Bukhari).
- f. Longgar dan bermurah hati.
- g. Tidak menyaingi kawan. Rasulullah SAW bersabda, *“Janganlah kamu menjual dengan menyaingi dagangan saudaranya”*.
- h. Mencatat utang-piutang. Dalam dunia bisnis lazim terjadi pinjam meminjam. Dalam hubungan ini al-Qur’an mengajarkan pencatatan piutang. Gunanya adalah untuk mengingatkan salah satu pihak yang mungkin pada suatu waktu lupa atau khilaf.

- i. Menghindari riba, sebagaimana dalam firman Allah dalam surat al Baqarah ayat 276.

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيهِ الصَّدَقَاتِ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَتِيمٍ

Artinya: “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa”. (QS Al-Baqarah :276).

- j. Membayarkan zakat, yakni menghitung dan mengeluarkan zakat barang dagangan dengan setiap tahun sebanyak 2,5% sebagai salah satu cara untuk membersihkan harta yang diperoleh dari hasil usaha (Aziz, 2013: 41-43).

Selain beberapa perilaku yang mencakup etika. Ada beberapa prinsip atau aksioma etika bisnis Islam yang harus diperhatikan yaitu:

a. Kesatuan (*Unity*)

Konsep kesatuan disini ialah kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, maupun agama. Tauhid 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 biasanya tidak melakukan (Muhammad dan Fauroni, 2002: 11):

- 1) Melakukan perbuatan diskriminatif terhadap pembeli, pemasok pekerja atau terhadap siapapun karena seorang muslim memandang apapun yang didunia ini hanya milik Allah SWT
- 2) Takut terhadap semua bentuk kekuasaan lain kecuali Allah SWT dan selalu mengikuti aturan perilaku dalam kehidupan sehari-hari
- 3) Melakukan penimbunan harta kekayaan dan serakah dalam kehidupan, karena sadar bahwa semua harta yang dimiliki saat ini hanyalah bersifat sementara dan digunakan dengan sebaik-baiknya dan percaya bahwa pertolongan Allah SWT pasti ada.

b. Keseimbangan (Keadilan)

Keseimbangan atau *'adl* mempunyai hubungan dengan segala sesuatu yang ada di alam semesta. Agar menjaga keseimbangan antara yang hidupnya kekurangan dan yang hartanya tercukupi. Allah SWT telah menekankan bagaimana pentingnya arti sikap saling memberi dan memberi peringatan tentang tindakan konsumtif secara berlebihan. Dijelaskan dalam firman Allah QS Al-Baqarah:195.

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ . وَأَحْسِنُوا . إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan infakkanlah hartamu di jalan Allah dan janganlah kamu jatuhkan diri sendiri ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri dan berbuat baiklah. Sungguh Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”(QS. Al-Baqarah:195).

Keadilan merupakan salah satu pondasi penting yang mencakup semua aspek ajaran dalam syariah, aqidah, dan akhlak. Masalah keadilan yang berkaitan dan akan menyebabkan timbal balik dalam kegiatan bisnis. Terwujudnya keadilan dalam kehidupan bermasyarakat akan dapat melahirkan kondisi lingkungan yang kondusif dan baik untuk kelangsungan bisnis (Romadona dan Ulfi, 2021: 69).

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Manusia diberikan kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya atau mengingkarinya. Sebagai seorang muslim yang telah menyerahkan seluruh hidupnya kepada kehendak Allah SWT, maka ia akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya (Romadona dan Ulfi, 2021: 69). Dalam masalah perjanjian, baik perjanjian kesetiaan kepada Allah SWT maupun perjanjian yang dibuat dengan pergaulan sesama (kehidupan) manusia harus dapat memenuhi seluruh janji-janji tersebut. Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah:1.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman tepatilah janji-janjimu”

d. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah sesuatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk dapat memenuhi konsep kesatuan dan keadilan, manusia harus mampu

mempertanggungjawabkan atas segala tindakan yang dilakukan. Konsep tanggung jawab sangat berkaitan erat dengan kesatuan, keseimbangan dan kehendak bebas. Karena konsep tanggung jawab menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang telah dilakukan (Muhammad dan Fauroni, 2002: 15).

e. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran merupakan nilai yang dijadikan acuan dasar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Benar disini berarti kebenaran dalam konteks bisnis meliputi niat, sikap, dan perilaku yang benar. Kebajikan merupakan tindakan yang memberi keuntungan orang lain lebih banyak daripada orang yang melakukan tindakan tersebut. Sedangkan kejujuran merupakan sikap jujur dalam seluruh proses bisnis yang dijalankan tanpa adanya unsur penipuan (Natadiwirya, 2007: 38).

Di dalam etika bisnis Islam terdapat sejumlah perbuatan yang dapat menunjang para pebisnis muslim yaitu kemurahan hati, motif pelayanan yang baik dan kesadaran akan adanya Allah SWT dan aturan yang menjadi prioritas. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan ketika menjalankan bisnis. Dari sikap kebenaran, kebijakan dan kejujuran ketika menjalankan suatu usaha atau bisnis secara otomatis akan terjalin rasa persaudaraan. Persaudaraan antar kemitraan yang terjalin diantara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan tanpa adanya kegiatan dan penyesalan sedikitpun. Sehingga kebenaran, kebijakan, dan kejujuran dalam menjalankan proses bisnis akan dilakukan dengan transparan (Lubaba dan Prasetyoningrum, 2019: 30).

B. Etika Produksi dalam Islam

1. Pengertian Produksi

Kata produksi berasal dari bahasa Inggris *production* artinya penghasilan. Secara istilah kata ini dimaknai dengan tindakan dalam membuat komoditi, barang-barang maupun jasa. Dalam literatur bahasa Arab padanan kata produksi adalah *intaj* yang terambil dari kata *nataja*. Kata ini oleh Muhammad Rawas Qal'aji diterjemahkan dengan mewujudkan atau mengadakan sesuatu atau

pelayanan jasa yang jelas dengan menuntut adanya bantuan penggabungan unsur-unsur produksi yang terbingkai dalam waktu yang terbatas. Dari makna literal ini, dapat dipahami bahwa produksi adalah kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan (Tarigan, 2012: 168).

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan input menjadi keluaran output. Dalam pengertian umum inilah sekarang berkembang istilah industri seperti industri manufaktur, industri pengelolaan hasil-hasil pertambangan, dan industri angkutan (Sattar, 2017: 209). Pengertian produksi hanya dimaksudkan sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi atau setengah jadi, barang industri, suku cadang *spareparts* maupun komponen-komponen penunjang. Dengan beberapa pengertian diatas produksi dimaksudkan sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik. Hasil-hasil produksinya dapat berupa barang konsumsi maupun barang industri. Sedangkan produksi dalam ekonomi mengacu pada kegiatan yang berhubungan dengan usaha penciptaan dan penambahan kegunaan atau utilitas suatu barang dan jasa (Fuad *et al.*, 2006: 142).

Sistem produksi dalam Islam harus dikendalikan oleh kriteria objektif maupun subjektif. Kriteria yang objektif akan tercermin dalam bentuk kesejahteraan yang dapat diukur dari segi uang, dan kriteria subjektif dalam bentuk kesejahteraan yang dapat diukur dari segi etika ekonomi yang didasarkan atas perintah-perintah kitab suci Al-Qur'an dan Sunnah. Jadi dalam Islam, keberhasilan dalam sebuah sistem ekonomi tidak hanya didasarkan pada segala sesuatu yang bersifat materi saja, tapi bagaimana agar setiap aktifitas ekonomi termasuk produksi, bisa menerapkan nilai-nilai, norma, etika atau dengan kata lain akhlak yang baik dalam berproduksi. Sehingga tujuan kemaslahatan umum bisa tercapai dengan aktifitas produksi yang sempurna (Mahfuz, 2020: 18).

2. Tujuan Produksi

Tujuan produksi dalam Islam adalah untuk memberikan masalah yang maksimum bagi konsumen. Secara spesifik tujuan kegiatan produksi adalah

meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk diantaranya:

- a. Memenuhi kebutuhan manusiawi pada tingkat moderat
- b. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya
- c. Menyiapkan persediaan barang atau jasa di masa depan
- d. Memenuhi sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah

Dengan demikian tujuan produksi adalah untuk memenuhi segala kebutuhan manusia. Dengan terpenuhinya kebutuhan manusia diharapkan bisa tercipta kemaslahatan atau kesejahteraan baik individu maupun kolektif (Idri, 2015: 74).

3. Prinsip Produksi

Sejalan dengan tujuan produksi, maka ada beberapa prinsip produksi diantaranya:

- a. Memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi
- b. Mencegah kerusakan di muka bumi, termasuk membatasi polusi, memelihara keserasian dan ketersediaan sumber daya alam
- c. Produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran
- d. Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat
- e. Produksi dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik kualitas mental-spiritual ataupun fisik
- f. Produksi terkait dengan tugas manusia di muka bumi sebagai khalifah Allah yaitu memakmurkan bumi dan alam semesta
- g. Teknik produksi diserahkan kepada keinginan, kapasitas dan kemampuan manusia
- h. Dalam berinovasi bereksperimen, sebaiknya menghindari mudarat dan memaksimalkan manfaat
- i. Mengoptimalkan fungsi dan kreativitas indra dan akal
- j. Memberdayakan alam semesta sebagai sumber daya produksi
- k. Terjadinya keseimbangan antara aktivitas produksi untuk kehidupan dunia dan akhirat

- l. Aktivitas produksi dilandasi oleh moral dan akhlak mulia
- m. Produksi ramah lingkungan (Idri, 2015: 75-76).

4. Etika Islam dalam Proses Produksi

Akhlak utama dalam produksi yang wajib diperhatikan kaum muslim baik secara individu maupun kelompok ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan Allah. Tidak melampaui apa yang diharamkan-nya. Dengan demikian tujuan produksi menurut Yusuf Qardhawi adalah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dan mewujudkan kemandirian umat.

Dalam kegiatan etika Islam, perlunya landasan moral dalam kegiatan produksi dengan alasan kegiatan produksi tidak hanya bergerak pada ranah ekonomi tetapi juga sosial. Selain itu, kegiatan produksi merupakan tanggung jawab sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta manifestasi keterhubungan manusia dengan Tuhan. Prinsip-prinsip etika produksi yang implementatif terkandung dalam prinsip tauhid, prinsip keadilan, kebajikan, kemanusiaan serta prinsip kebebasan dan tanggung jawab. Implementasi prinsip etika produksi ini akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan keadilan distributif, kelestarian lingkungan hidup serta tanggung jawab sosial produsen.

Dalam berbagai usaha dipandang dari sudut pandang ekonomi mempunyai tujuan yang sama, yaitu mencari keuntungan maksimum dengan jalan mengatur penggunaan faktor-faktor produksi se-efisien mungkin, sehingga usaha memaksimumkan keuntungan dapat dicapai dengan cara yang paling efisien. Dalam praktiknya bagi setiap perusahaan memaksimumkan keuntungan belum tentu merupakan tujuan satu-satunya. Seorang pengusaha muslim terikat oleh beberapa aspek dalam melakukan produksi antara lain:

- a. Produksi merupakan ibadah, sebagai seorang muslim produksi sama artinya dengan mengaktualisasikan keberadaan hidayah Allah yang telah diberikan kepada manusia. Hidayah Allah bagi seorang muslim berfungsi untuk mengatur bagaimana berproduksi. Seorang muslim yakin apapun yang diciptakan Allah di bumi ini untuk kebaikan, dan apapun yang Allah berikan

kepada manusia sebagai sarana untuk menyadarkan atas fungsinya sebagai khalifah.

- b. Faktor produksi yang digunakan untuk menyelenggarakan proses produksi sifatnya tidak terbatas, manusia perlu berusaha mengoptimalkan segala kemampuannya yang telah Allah berikan.
- c. Seorang muslim yakin bahwa apapun yang diusahakannya sesuai dengan ajaran Islam tidak membuat kesulitan.
- d. Berproduksi bukan semata-mata karena keuntungan yang diperoleh melainkan untuk kemaslahatan masyarakat.
- e. Seorang muslim menghindari praktik produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap dan spekulasi (Lestari dan Setianingsih, 2019: 100-101).

Prinsip etika produksi Islam dilakukan dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai landasan ontologis kegiatan produksi. Kaidah-kaidah moral imperatif dalam Al-Qur'an dipetakan secara rasional untuk menentukan pemberlakuannya, mengidentifikasi unsur hak dan kewajiban yang terkandung di dalamnya dan relevansinya dengan konsep lain. Dalam hal produksi para *fuqaha* menetapkan sumber hukum fardhu ain bagi setiap muslim untuk memanfaatkan sumber-sumber alam. Manusia harus mengoptimalkan pikiran dan keahliannya untuk mengembangkan sumber-sumber investasi dan jenis-jenis usaha dalam menjalankan apa yang telah disyariatkan. Hal ini sesuai dengan tuntutan Al-Qur'an agar manusia memakmurkan bumi, sebagaimana Allah berfirman:

وَالَى تَمُودَ آحَاهُمْ صَالِحًا. قَالَ يٰقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا

فَاسْتَعْمَرُوهُ ثُمَّ تَوَلَّوْا إِلَيْهِ وَإِنَّ رَبِّيَ قَرِيبٌ مُّجِيبٌ

Artinya: “Dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara mereka Shaleh. Shaleh berkata: ”Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmatNya) lagi memperkenankan (doa hamba-hambaNya)”.

Bahkan Nabi SAW pun menganjurkan agar manusia dalam memproduksi selalu mengembangkan sumber daya alam secara efisien (tidak boros dan eksploitatif), seandainya tidak mampu mengembangkannya maka dianjurkan bekerja sama dengan yang lain. Nabi SAW bersabda: *"Barangsiapa yang mempunyai tanah, maka tanamlah, jik atidak mampu maka supaya ditanami oleh saudaranya"*. (HR. Bukhari, 2172).

Sehingga produsen dan tenaga kerja memiliki kewajiban sebagaimana etika Islam dalam proses produksi yakni antara lain:

- a. Beritikad baik dalam kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa yang dibuat atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian bila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian (Aziz, 2013: 151-152).

C. Etika Distribusi dalam Islam

1. Pengertian Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi lebih lanjut setelah produksi dan konsumsi. Hasil produksi yang diperoleh kemudian disebar dan dipindah tangankan dari suatu pihak ke pihak yang lain. Mekanisme yang digunakan dalam

distribusi ini tiada lain adalah dengan cara pertukaran antara hasil produksi dengan hasil produksi lainnya atau dengan alat tukar (uang) (Aziz, 2013: 176).

Secara umum, distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen sampai ke tangan konsumen (pembeli). Usaha untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen. Menurut Marius P. Aripoga, distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen (pembeli). Namun adapula distribusi atau penyaluran barang secara langsung, yakni produsen menjualnya langsung kepada konsumen atau pembeli.

Kegiatan distribusi merupakan sebuah proses pemindahan barang atau jasa dari suatu tempat ke tempat lain, dan memiliki tiga macam waktu komponen yaitu: waktu, tempat dan utilitas kepemilikan (Romadona dan Ulfi, 2021: 98). Dalam menyalurkan produk, sebuah perusahaan melakukan penjadwalan terhadap pendistribusian produk sehingga sampai ditangan konsumen. *Schedulling* adalah penjadwalan kegiatan, meliputi kapan memulai, berapa lama pengerjaan setiap tahap kegiatannya dan kapan selesainya. Oleh karena itu, kegiatan distribusi adalah mendistribusikan barang yang dihasilkan atau memberikan jasa kepada pasar sasaran dan aset atau kekayaan sebagai alat tukar (Amelia, Fasa dan Suharto, 2022: 308-309).

Dapat disimpulkan bahwa distribusi adalah kegiatan pemasaran yang memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, harga, tempat, dan saat yang dibutuhkan).

2. Tujuan Distribusi

Adapun yang menjadi tujuan distribusi adalah sebagai berikut :

- a. Menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke tangan konsumen
- b. Tercapainya pemerataan produksi
- c. Menjaga kontinuitas produksi
- d. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi
- e. Meningkatkan nilai guna barang dan jasa.

3. Etika Islam dalam Proses Distribusi

Dalam distribusi barang dan jasa secara umum, para pelaku harus memperhatikan etika ekonomi yaitu:

a. Pemerataan

- 1) Pemerataan ke berbagai daerah, distribusi harus merata ke berbagai daerah yang membutuhkan.
- 2) Pemerataan kesempatan usaha, produsen besar harus memberikan kesempatan kepada pedagang eceran dan agen untuk berusaha.

b. Keadilan

- 1) Keadilan terhadap produsen sejenis. Dalam memasarkan produk tidak boleh saling menjatuhkan satu sama lain. Boleh memamerkan keunggulan, tetapi tidak boleh menjelekan produk lain.
- 2) Keadilan terhadap konsumen. Sebaiknya memberikan informasi yang jelas sehingga konsumen tidak dirugikan.

c. Ketetapan waktu dan kualitas

Dalam pendistribusian barang sangat diperlukan ketetapan waktu terutama yang masa kadaluarsanya singkat. Demikian juga dengan kualitas yang harus terjaga dalam pendistribusian saat barang disalurkan, diupayakan tidak ada kerusakan, karena kerusakan barang berpengaruh pada harga yang sampai pada konsumen.

Dalam perekonomian modern ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa sektor distribusi merupakan sektor yang terpenting dalam aktifitas perekonomian. Pelaku distribusi kini telah menjadi pelaku ekonomi dominan di samping konsumen dan produsen. Karena itu menjadi penting melihat posisi sektor ini dalam mekanisme perekonomian menggunakan persepektif Islam. Dalam firman Allah dalam QS. Al-Hud ayat 85: Dan Syu'aib berkata:

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Hai kaumku, cukuplah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

Sistem ekonomi yang berbasis Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus berdasarkan dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan keadilan kepemilikan. Kebebasan disini adalah kebebasan dalam bertindak yang dibingkai oleh nilai-nilai agama dan keadilan tidak seperti pemahaman kaum kapitalis yang menyatakan sebagai tindakan membebaskan manusia untuk berbuat dan bertindak tanpa campur tangan pihak manapun, tetapi sebagai keseimbangan antara individu dengan unsur materi dan spiritual yang dimilikinya, keseimbangan antara individu dan masyarakat serta masyarakat dengan masyarakat lainnya. Keberadilan dalam pendistribusian ini tercermin dari larangan dalam Al-Qur'an antara lain dalam surat al-hasyr ayat ke 57 yaitu agar supaya harta kekayaan tidak diperbolehkan menjadi barang dagangan yang hanya beredar diantara orang-orang yang kaya saja, akan tetapi diharapkan dapat memberi kontribusi kepada kesejahteraan masyarakat sebagai suatu keseluruhan (Ihwanudin, Saripudin dan Suryani, 2020: 38).

Islam memiliki etika distribusi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari etika komprehensif Islam. Distribusi yang dimaksud adalah kegiatan membawa barang dan jasa kepada konsumen. Berikut ada beberapa etika yang dianjurkan dalam bidang distribusi:

- 1) Selalu menghiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.
- 2) Memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda, dan menjerumuskan pembeli.
- 3) Tidak mendistribusikan barang-barang yang membahayakan dan yang diharamkan.
- 4) Melakukan metode distribusi yang bersifat jujur, memegang amanah dan berdakwah.
- 5) Tidak melakukan kegiatan yang memakan harta secara bathil.
- 6) Tidak melakukan tindakan yang berbau riba dan kezaliman lainnya.
- 7) Tidak mengurangi ukuran, standar, kualitas, timbangan secara curang.
- 8) Harus tetap menjaga sikap adil dalam segala bentuk.
- 9) Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terus terang dan transparan.

- 10) Membebaskan konsumen memilih sesuai keinginannya, tidak melakukan paksaan, dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barangnya jika salah beli, tidak sesuai dan tidak memuaskannya sesuai yang dijelaskan (Harapan, 2011: 139-141).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai upaya pemecahan masalah dan ditelaah melalui penggambaran keadaan subjek atau objek berdasarkan fakta dalam lapangan (Abdurrahman dan Soejono, 2005: 23). Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*Field resarch*), menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana peneliti akan mengumpulkan data dengan mendatangi langsung ke lapangan atau lembaga yang menjadi objek penelitian dan mempelajari secara mendalam mengenai permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini ditandai dengan aktivitas di Pandawa Profil Gypsum Cilacap. Mengenali etika bisnis dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi yang dilakukan apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pandawa Profil Gypsum Kalijaran yang berada di Jalan Kalijaran-Paketingan desa Kalijaran kecamatan Maos kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, Indonesia dengan kode pos 53272. Penelitian dilakukan mulai bulan Februari – Juli 2022.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang cara perolehannya langsung dari subjek penelitian, peneliti mendapatkan data atau informasi langsung menggunakan instrument yang telah ditentukan. Data primer dikumpulkan guna menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer sendiri adalah bagian internal proses penelitian dan sangat dibutuhkan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer lebih akurat, karena data ini disajikan secara rinci (Purhantara, 2010: 79). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil

observasi, wawancara, dan dokumentasi pada Pandawa Profil Gypsum Kalijaran Cilacap.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari berbagai sumber yang ada. Data ini dipergunakan sebagai data pendukung informasi primer yang didapatkan seperti dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku dan lain sebagainya (Iqbal Hasan, 2002: 58). Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa studi literatur seperti buku, skripsi dan jurnal.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah apa yang menjadi sumber informasi dalam penelitian. Subjek pada penelitian ini adalah UMKM Pandawa Profil Gypsum yang terlibat di dalamnya yakni pemilik, karyawan dan customer. Sedangkan objek penelitian adalah masalah yang dibahas dalam penelitian. Objek pada penelitian ini adalah etika bisnis yang dijalankan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif instrument utama tentu saja peneliti sendiri (*human instrument*), untuk mencari data berinteraksi secara simbolik dengan informan/subyek yang diteliti. Pengumpulan data pada penelitian kualitatif biasanya menggunakan teknik kondisi yang alami, sumber data utama, teknik observasi dan wawancara keseluruhan serta dokumentasi (Djunaidy Ghony dan Almanshur, 2012: 164).

Adapun dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi yaitu suatu proses kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Didalamnya yakni proses pengamatan dan ingatan. Observasi digunakan apabila penelitian berhubungan dengan perilaku manusia,

proses kerja, gejala-gejala alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2015: 145).

Dari segi pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) peneliti melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data; *non participant observation*, berarti peneliti sebagai independen. Adapun dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur. Disini peneliti secara langsung mendatangi objek yang diteliti yaitu Pandawa Profil Gypsum Kalijaran Maos Cilacap guna memperoleh data-data yang diperlukan berkenaan dengan penelitian.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti melaksanakan studi pendahuluan supaya menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal pribadi dari responden secara mendalam dengan jumlah responden yang sedikit. Wawancara dapat dilaksanakan secara terstruktur dimana ketika melaksanakan wawancara peneliti sudah mempersiapkan instrument penelitian seperti pertanyaan-pertanyaan tertulis serta alternatif jawabnya. Selain itu, wawancara juga mampu dilaksanakan secara tidak terstruktur dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Sugiyono, 2015: 231-234). Dalam analisis penelitian ini akan ada beberapa pihak yang dijadikan sebagai narasumber yakni: pemilik usaha, tenaga kerja dan beberapa konsumen atau pelanggan dari Pandawa Profil Gypsum.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah teknik pengumpulan data yang digunakan guna menghasilkan data yang mampu memberikan informasi terhadap objek penelitian terutama dokumen yang berkaitan dengan fokus masalah, baik dokumen dalam bentuk catatan penting, naskah, foto, manuskrip, dan dokumen lain yang menunjang (Saleh, 2017: 68). Pada penelitian ini dokumentasi dapat berupa data tentang sejarah perusahaan, struktur organisasi dan data penjualan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Miles dan Huberman terlihat dari 3 alur kegiatan yaitu:

- 1) Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilahan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, serta transformasi data “kasar” yang muncul dari hasil catatan lapangan. Dengan melakukan pengumpulan data, dimulai dari pembuatan ringkasan. Mengkode, mencari tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan lain sebagainya untuk menyisihkan data ataupun informasi yang tidak relevan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengkategorisasikan, mengarahkan, membuang data yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data sehingga akhirnya data terkumpul dapat terverifikasi.
- 2) Penyajian data merupakan gambaran beberapa informasi yang sudah disusun dan dapat memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif diuraikan dalam bentuk teks naratif. Penyajian juga dapat berbentuk matriks, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang dengan menggabungkan informasi tersusun dalam bentuk yang runtut dan mudah dipahami.
- 3) Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan pekerjaan penutupan penelitian kualitatif. Peneliti harus pada kesimpulan melakukan verifikasi, baik dari makna maupun keabsahan kesimpulan yang disepakati oleh subjek lokasi penelitian itu dilakukan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan serta kekokohnya. Peneliti dalam mencari makna sebaiknya menggunakan pendekatan emik, yakni dari kaca mata *key* informan, jadi bukan penafsiran makna menurut pandangan peneliti (pendekatan etik) (Sugiyono, 2015: 246-252).

G. Uji Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Penelitian ini akan menggunakan triangulasi

dengan sumber, metode dan teori (Djunaidy Ghony dan Almanshur, 2012: 322-323).

1. Triangulasi dengan sumber, yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Caranya yakni dengan jalan: membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa atau orang-orang berpendidikan bahkan orang pemerintah, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
2. Triangulasi dengan metode, menggunakan strategi yakni: pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi dengan teori, bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu teori atau lebih.

Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan adanya perbedaan kontruksi kenyataan yang ada dalam konteks studi sewaktu peneliti mengumpulkan data tentang berbagai kejadian atau peristiwa dan hubungan dari berbagai pendapat. Dengan kata lain, bahwa dengan triangulasi peneliti kualitatif dapat melakukan *check and recheck* hasil temuannya dengan jalan membandingkan berbagai sumber, metode dan teori. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan cara sebagai berikut: (1) mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan, (2) melakukan pengecekan dengan berbagai macam sumber data, (3) memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum UMKM “Pandawa Profil Gypsum” Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap

1. Letak Geografis UMKM Pandawa Profil Gypsum

Pandawa Profil Gypsum berada di Kalijaran tepatnya di Jalan Kalijaran-Paketingan, dusun Tinggarjambe desa Kalijaran kecamatan Maos kabupaten Cilacap. Secara geografis desa Kalijaran merupakan desa dataran rendah yang mayoritas masyarakatnya bermatapencaharian sebagai petani. Adapun letak wilayah desa sekitar Pandawa Profil Gypsum ini adalah:

- a) Sebelah Utara : Desa Panisihan, Desa Glempang
- b) Sebelah Selatan : Desa Kalikudi
- c) Sebelah Timur : Desa Paketingan, Desa Mrenek
- d) Sebelah Barat : Desa Maoslor, Desa Maoskidul

Luas tempat usaha ini adalah sekitar 3500 m², untuk area bangunan meliputi toko pribadi, tempat produksi, dan tempat-tempat stok produk-produk relief, krawangan dan ornamen beton.

Gambar 4.1 Gudang Penyimpanan Bahan dan Produk



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

Gambar 4.2 Toko UMKM Pandawa Profil Gypsum



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

UMKM Pandawa Profil Gypsum saat ini dapat melayani kebutuhan masyarakat sekitar, khususnya ke toko-toko bangunan, kontraktor-kontraktor bangunan seperti rumah, masjid-masjid dan instansi perkantoran. Pemasaran produk dari Pandawa Profil Gypsum ini sudah mencakup dalam maupun luar kota BARLINGMASCAKEB (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

2. Sejarah UMKM Pandawa Profil Gypsum

UMKM Pandawa Profil Gypsum berada di Dusun Tinggarjambe, Desa Kalijaran. Lokasi usaha ini bilang dibidang kurang strategis, selain berada dipertengahan penduduk desa, akses jalan untuk menuju kota maupun sebaliknya sangat kurang. Banyak jalan yang berlobang terlebih lagi jika musim hujan tiba maka jalan akan banjir. UMKM Pandawa Profil Gypsum merupakan usaha rumahan yang sudah berdiri selama 15 tahun sejak tahun 2007. Usaha dekorasi rumah ini dirintis oleh Sadino dengan modal awal sebesar Rp 30.000.000 (*tigapuluh juta rupiah*). Bapak Sadino merupakan seorang karyawan di salah satu usaha Gypsum di Jakarta yang memutuskan untuk pulang ke kampung halaman

dan ingin berbagi ilmu yang beliau dapat dengan membuka usaha sendiri di desa dengan tujuan mensejahterakan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Pada saat pertama usaha ini diberi nama “Yuniar Gypsum” yang diambil dari nama putra keduanya. Namun karena beliau merasa nama tersebut akan susah dikenal sehingga diputuskan lagi dengan mengganti nama usaha menjadi “Pandawa Profil Gypsum” terinspirasi dari nama pandawa yang berarti pembawa kebenaran dengan harapan semoga dalam berbisnis beliau selalu menjaga kebenarannya dan terhindar dari hal-hal yang kurang baik dan merugikan. Hal tersebut diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum:

“Usaha ini usaha yang basicnya rumahan, saya itu dulu kerja merantau ke Jakarta. Kerjanya bikin-bikin ini olahan gipsum, batako. Cuman ya saya berpikir gak mau lah selamanya kerja di Jakarta. Saya punya tekad buat membangun desa saya dengan pengalaman dan ilmu yang sudah saya miliki. Dengan modal hasil merantau saya sekitar 30 juta tahun 2007 an saya eksekusikan. Awalnya namanya Yuniar Gypsum mba, cuman kok agak susah jadi ganti saja jadi Pandawa Profil. Pandawa kan pembela kebenaran ya, semoga bisnis saya selalu terjaga kebenarannya. Alhamdulillah orang-orang juga gampang nyebutnya” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Beliau yang tertarik dengan keindahan menjadi titik rintis usaha produk-produk olahan Gypsum. Saat awal-awal produksi pun masih sangat sederhana. Dari yang awalnya hanya sekitar 3 karyawan sampai sekarang 11 karyawan. Proses produksi yang awalnya hanya di dapur rumah, menyewa pekarangan tetangga sampai sekarang punya lahan produksi sendiri. Sebelumnya ada tiga produk pokok yang dibuat di usaha ini yaitu ornamen gipsum, ornamen beton, dan ornament GRC. Hal tersebut diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum:

“Saya suka dengan keindahan, yang rapi tertata saya suka. Makanya saya mencoba desain-desain sendiri, cari-cari di internet motif-motifnya saya cetak itu ornamen gipsum, beton, GRC itu masih yang taraf sederhana banget. Saya ajak tetangga buat bisnis bareng, dulu cuman tiga orang. Produksi di dapur belakang rumah, tambah banyak yang order dan semakin kesini peminatnya terus bertambah kan lahan produksi kurang tuh. Saya sampai sewa lahan tetangga dan alhamdulillah dapat rezeki buat beli lahan sendiri” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Bapak Sadino selain sebagai pemilik, beliau juga yang mempromosikan dan memasarkan produknya baik promosi langsung maupun tidak langsung. Beliau berpedoman bahwa pesaing pasar adalah kawannya bukan lawan. Saling melengkapi produk yang dibutuhkan merupakan hal yang beliau lakukan sampai sekarang. Dengan keterbatasan pendidikan yang dimiliki, beliau selalu mempunyai tekad untuk belajar dan berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman dan tidak meninggalkan ciri khasnya. Terlebih lagi di zaman yang serba modern ini, para pengusaha dituntut untuk tidak tertinggal zaman. Jika masih saja bertumpu pada motif-motif yang sederhana dan tidak ada nuansa ornamen baru pasti usaha tersebut tidak akan berkembang. Hal tersebut diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum:

“Saya belajar dari pengusaha gipsum yang lain Kami saling melengkapi produk. Pesaing pasar itu gak ada, bagi saya pesaing itu ya kawan saya. Motif di pasaran itu walaupun sama pasti ada ciri khasnya sendiri mba, desain-desain ornament sekarang itu sudah bagus-bagus banget. Kalo saya ngandelin motif yang itu-itu saja ya pasti saya gak akan bertahan. Selalu berinovasi tapi tidak meninggalkan ciri khas produk itu yang paling utama dan selalu jadi tantangan saya, terlebih lagi saya hanya lulusan SMP, pasti kalah jauh lah. Makanya saya harus lawan arus, coba-coba motif baru bahan baru. Gagal ya coba lagi, yang penting ikuti perkembangan” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Pemasaran awal beliau mendatangi toko-toko besi, kontraktor bangunan dengan membawa katalog untuk menawarkan produk dan jasanya. Sampai kemudian produknya sudah dikenal oleh banyak kalangan dan sudah di distribusikan hingga luar kota. Dari yang awalnya hanya memproduksi tiga produk pokok sekarang mampu memproduksi berbagai macam ornament yang dibutuhkan oleh customer. Dari desain logo, model krawangan, kubah dan mihrab masjid, kaligrafi, dan ornamen-ornamen relief pun disanggupi sesuai permintaan customer. Awal usaha ditemukan dengan beberapa hambatan, seperti pemilihan bahan baku, agen list-list toko bahan baku, sisa limbah, serta pemasaran. Terlebih lagi usaha ini memang basicnya usaha rumahan dan berada di lingkungan desa. Namun hal itu sudah teratasi dengan baik.

3. Visi Misi

Pandawa Profil Gypsum mempunyai Visi dan Misi yaitu:

a. Visi

“Menjadi perusahaan penyedia barang dan jasa dekorasi rumah dengan berbagai plafon, jenis dan ornament gipsum lainnya yang profesional, amanah dan memiliki standar kualitas produk yang baik demi kepuasan konsumen.”

b. Misi

- 1) Mengembangkan ekonomi kreatif dan membuka lapangan pekerjaan sektor usaha gipsum di Kalijaran.
- 2) Menjadi perusahaan profesional dengan selalu bertanggungjawab dan menjaga kepercayaan pelanggan.
- 3) Melakukan setiap pekerjaan dan pelayanan dengan hati tulus terhadap atasan maupun bawahan, rekan kerja dan customer ataupun pelanggan.
- 4) Berinovasi untuk selalu meningkatkan pelayanan dan mutu produk-produk ornament gipsum (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

4. Struktur Usaha

Struktur usaha yang terdapat pada Pandawa Profil Gypsum saat ini mempunyai empat bagian pokok yang terdiri dari Pemilik yang sekaligus pengelola utama Pegawai Produksi, Percetakan/grafis, dan Supir.

a. Pemilik

Berperan dalam hal mengelola, mengatur dan mengambil keputusan serta kebijakan untuk kemajuan Pandawa Profil Gypsum. Selain itu, berperan dalam ranah administrasi, pemasaran, pemesanan dan pelayanan produk dan jasa dari Pandawa Profil Gypsum.

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Pandawa Profil Gypsum



Sumber: UMKM Pandawa Profil Gypsum

b. Karyawan Produksi

Berperan dalam proses produksi produk-produk yang ditawarkan, dari pengolahan bahan hingga *finishing* yang meliputi pengolahan bahan produksi, pengeringan, pengecoran serta pemasangan. Pemasangan biasanya dilakukan sesuai kesepakatan bersama dengan konsumen. Karena ada beberapa konsumen yang hanya memesan produk tanpa pemasangan secara langsung dan begitupun sebaliknya.

c. Grafis

Bagian grafis berperan dalam mencetak atau mendesain sebuah produk yang akan dihasilkan, termasuk desain yang dibutuhkan atas permintaan konsumen.

d. Supir

Bagian karyawan supir berperan dalam menyalurkan produk-produk yang sudah dipesan untuk diteruskan ke konsumen dan pelanggan. Selain itu, peran supir juga menjaga dan memastikan produk yang akan dikirimkan selalu dalam

keadaan baik dan tidak cacat selama proses pengiriman berlangsung (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

5. Produk Usaha

UMKM Pandawa Profil Gypsum menawarkan berbagai macam produk dekorasi rumah dengan berbagai macam harga sesuai dengan permintaan konsumen. Demi kepuasan konsumen dan pelanggan Pandawa Profil Gypsum juga memberikan jasa desain sesuai bentuk dan keinginan sekaligus jasa pemasangan berdasarkan kesepakatan bersama. Beberapa produk unggulan dari Pandawa Profil Gypsum yaitu:

a. GRC

GRC dipilih kebanyakan orang untuk menjadi material penunjang dalam perencanaan bangunan mereka dikarenakan GRC memiliki banyak keunggulan seperti: harga yang lebih terjangkau, bobot yang lebih ringan dari beton biasa, fleksibel dan mudah diaplikasikan, berfungsi sebagai insulasi panas dan suara, serta bentuk yang bervariasi sesuai kebutuhan. Berikut beberapa produk GRC yang diproduksi Pandawa Profil Gypsum:

1) GRC Krawangan

GRC Krawangan merupakan salah satu produk GRC yang banyak diaplikasikan di dalam arsitektur bangunan. GRC krawangan sendiri memiliki karakter dengan banyak lubang pada tubuh produknya. Dengan karakter yang berlubang, GRC krawangan biasanya difungsikan sebagai ventilasi udara, pencahayaan bangunan, elemen dekorasi bangunan dan di aplikasikan untuk mempercantik bangunan. Produk panel GRC krawangan juga memiliki banyak pilihan motif yang dapat diaplikasikan. Karena bahan atau material GRC sangat *fleksibel* untuk dibentuk dan dicetak sesuai motif yang diinginkan.

Berikut beberapa motif panel GRC krawangan Pandawa Profil Gypsum yang banyak diminati, antara lain: motif batik krawangan, motif abstrak, motif mini spack, motif mini spack ranting, motif alam, motif sweet angsa, motif kipas dan motif-motif custom sesuai keinginan konsumen.

Gambar 4.3 Motif Krawangan



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

2) GRC Relief

Salah satu produk panel GRC yakni relief dengan karakteristik memiliki karakter timbul pada permukaan panelnya, panel GRC Relief sangat cocok untuk menghiasi desain arsitektur bangunan seperti masjid, bangunan tradisional, bangunan minimalis/modern serta bangunan-bangunan lainnya.

Gambar 4.4 GRC Relief



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

3) GRC Menara Masjid

GRC sebagai bahan penyusun menara juga menjadi inovasi yang sangat menonjol dalam pembangunan menara di era saat ini. Berbagai alasan menjadikan GRC sebagai primadona dalam pembangunan menara. Selain harganya yang kompetitif ia juga memiliki bobot yang relative ringan.

4) GRC Kubah Masjid

5) GRC Plafon

b. Gypsum

Gypsum telah digunakan sebagai alternatif material bangunan. Dalam industri konstruksi, gipsum rumah seringkali dimanfaatkan sebagai material konstruksi pembentuk dinding, penyekat, partisi dan plafon. Berikut beberapa produk gipsum yang diproduksi oleh Pandawa Profil Gipsum:

Gambar 4.5 List Gipsum



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gipsum

c. Beton

Profil beton merupakan material yang berbahan dasar beton yang mempunyai fungsi memperindah dan mempercantik sebuah bangunan baik untuk interior maupun eksterior. Berikut produk beton dari Pandawa Profil Gipsum: lis profil beton, ornamen beton paras, dan alur tempel.

Gambar 4.6 Ornamen Beton dan Lis Profil Beton



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

B. Etika Bisnis Pada Proses Produksi Gypsum “Pandawa Profil” Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap

Proses produksi adalah proses atau tahapan bagaimana persiapan dalam mengolah bahan-bahan menjadi produk gypsum yang dibutuhkan dalam kegiatannya sehari-hari. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan terlebih dahulu, yaitu:

1. Alat dan Bahan Baku

Ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelum memulai memproduksi. Berikut alat dan bahan yang dibutuhkan meliputi alat pertukangan, cetakan lis profil beton dibuat sendiri dengan paralon, cetakan yang menggunakan fiber, glass, spon hati, silicon ruber, serabut grc, pasir dan semen, roving, casting, kapur, oli sebagai pelumas, tulangan dan lain sebagainya (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Bahan baku merupakan hal yang sangat penting dalam proses produksi. Seperti yang sudah disebutkan bahan-bahan utama dalam pembuatan relief dan berbagai ornamen dari gypsum. Yang membedakan adalah dari segi takaran dan bahan untuk masing-masing produk. Adapun masing-masing dari keseluruhan bahan baku diambil dari toko-toko yang sudah melakukan kesepakatan sebelumnya sehingga dapat terjalin dalam jangka yang panjang.

Dalam hal ini, bahan baku seperti pasir yang memiliki kualitas baik diperoleh dari luar kota, yakni menggunakan pasir muntilan dan pasir cikalong. Pasir muntilan ini di kirim langsung dari Bantul, Yogyakarta sedangkan pasir cikalong dikirim langsung dari Ciamis, Jawa Barat. Untuk semen dikirim dari toko-toko sekitar daerah ini yang benar-benar sudah menjalin kepercayaan dan kesepakatan.

Tabel 4.1 Alat dan Bahan

No	Bahan	Alat
1	Pasir	Kaleng
2	Air	Cangkul
3	Semen	Ayakan Pasir
4	Tulangan (ruas cetakan, ukuran tergantung kebutuhan)	Catut
5	Kapur	Tang
6	Oli pelapis cetakan	Cetakan Ornamen
7	Minyak tanah dan goreng	Kuas dan spon
8	Casting	Amplas
9	Roving	Timbangan dan gelas ukur
10	Serabut GRC	Tali

Sumber: UMKM Pandawa Profil Gypsum

Gambar 4.7 Bahan Baku Produksi



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

2. Tempat Produksi

Dalam kegiatan proses produksi untuk dekorasi rumah, hal yang harus diperhatikan adalah tempat yang luas dan nyaman. Dalam hal ini pemilik menggunakan ruang dibelakang toko sebagai tempat produksi.

Gambar 4.8 Tempat Produksi

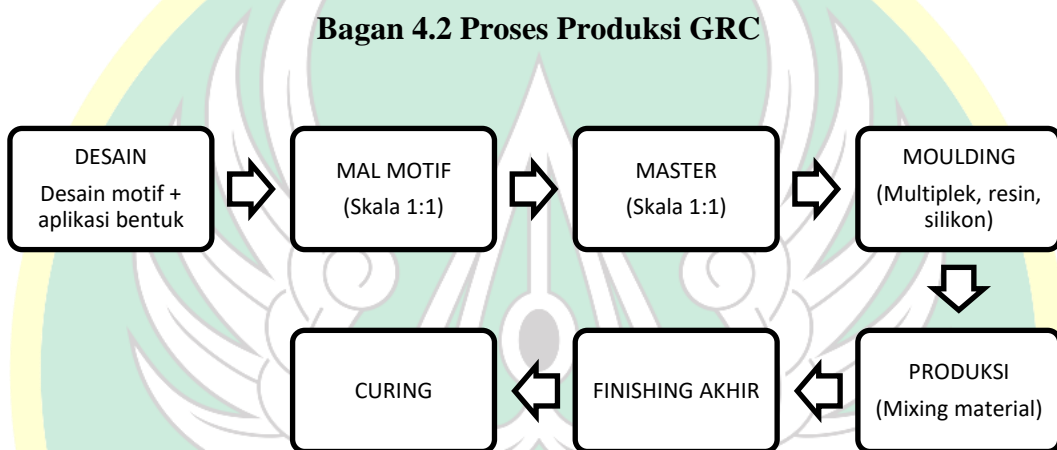


Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

3. Proses Produksi

Proses produksi baik GRC, Beton, List Gypsum dan lainnya merupakan hal yang paling utama dalam memberikan kualitas atau mutu terbaik di dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas adalah hal yang sangat vital dan secara berkesinambungan harus melalui proses quality control yang sangat cermat, sebelum di lempar ke pasaran. Karena bagaimanapun kualitas produk akan sangat berpengaruh terhadap harga produk baik GRC, produk List Gypsum dan Beton.

a. Berikut skema ilustrasi dari pembuatan GRC.



Sumber: UMKM Pandawa Profil Gypsum

1) Tahap Desain

Proses desain merupakan tahap awal dari setiap kegiatan produksi. Hal ini sebagai acuan awal dari bentuk produk (GRC) yang disesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan konsumen. Proses desain akan melalui beberapa tahapan yakni:

- a) Brainstorming
- b) Propose
- c) ACC owner (konsumen)
- d) Desain fix

Gambar 4.9 Gambar Desain



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

2) Pembuatan mal acuan

Setelah desain GRC di ACC dan fix, proses dilanjutkan pada tahap pembuatan mal aplikasi yang nantinya akan dijadikan acuan pembuatan master prototype. Pada proses produksi GRC, mal acuan sangat dibutuhkan semaksimal mungkin bisa sangat akurat dan presisi dengan desain yang sudah ada. Karena hal ini akan sangat mempengaruhi kemudahan proses instalasi GRC nantinya.

3) Master Prototype

Jika mal acuan yang dibuat sudah selesai, maka selanjutnya masuk pada proses pembuatan master prototype. Ini bisa jadi dibutuhkan dan tidak, tergantung besarnya kuantitas atau jumlah hasil yang diperlukan dalam satu moulding. Apabila hanya untuk memproduksi 1 hasil produk GRC maka proses ini bisa untuk dilewati.

4) Moulding

Moulding GRC adalah hal paling crucial dalam menentukan kualitas permukaan produk GRC nantinya. Moulding GRC adalah istilah lain dari cetakan negatif dari sebuah produk GRC. Moulding GRC dibuat dengan 2 teknik, yaitu teknik repro dan cetak rusak. Cetakan repro mempunyai tujuan cetak masal dan

berulang dari satu moulding, sedangkan cetak rusak untuk sekali produksi. Material dari moulding sangat beragam tergantung kebutuhan, antara lain: kayu/multiplek, resin, spon, silikon, dll. Material moulding/cetakan produk GRC ditentukan oleh tingkat kesulitan, tingkat detail, dan jangkauan harganya.

Gambar 4.10 Proses Moulding



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

5) Produksi

Gambar 4.11 Proses Produksi Menggunakan Teknik Cetak Tuang



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

Ada beberapa macam teknik produksi GRC, yakni *spraying* (teknik semprot menggunakan mesin GRC) dan casting/premix (teknik cetak tuang, baik manual atau menggunakan mesin). Pada usaha ini, masih menggunakan teknik casting cetak tuang yang manual.

6) Finishing akhir

Finishing akhir berfungsi untuk koreksi dan revisi jika diperlukan, apabila saat melepas produk GRC dari cetakan setelah proses produksi GRC terdapat kekurangan (kurang halus atau sedikit berpori) dengan kata lain finishing adalah proses penyempurnaan produk pada tahap akhir produksi.

Gambar 4.12 Cetakan Setelah di Isi Adonan



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

7) Curing

Proses curing adalah proses pengeringan produk GRC. Proses ini memerlukan tempat dan sirkulasi udara yang baik. Agar tingkat kematangan atau pengeringan bisa maksimal, proses ini normalnya membutuhkan waktu minimal satu minggu masa curing. Kemudian produk disimpan di tempat yang tidak terkena sinar matahari langsung.

Gambar 4.13 Proses Pengeringan



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

b. Langkah produksi lis Gypsum

Dalam membuat lis profil gypsum hal yang harus dilakukan adalah persiapan membuat adonan gypsum cair. Prosesnya sebagai berikut:

- 1) Memasukan air, casting, resin dengan perbandingan 1:1 antara air dan bahan-bahan tersebut
- 2) Mengaduk bahan hingga rata, kemudian diamkan selama kurang lebih 15 menit
- 3) Menyiapkan cetakan yang akan digunakan, untuk kemudian di lapisi dengan oli pelapis cetakan dan lem khusus (catalis)
- 4) Menuangkan cairan gypsum yang sudah di diamkan tadi, ratakan sampai benar-benar rata dan rapi agar hasil tidak berongga
- 5) Memberikan roving diatas cairan gypsum yang sudah di ratakan
- 6) Menuangkan kembali cairan gypsum dan ratakan (lakukan berulang kali)
- 7) Setelah dirasa cukup diratakan kembali gypsum dengan karet khusus agar cetakan padat dan rapi

- 8) Menunggu gipsum mengeras sekitar 15 menit dan setelah dirasa cukup keras, pisahkan gipsum dari cetakan secara perlahan
- 9) Kemudian menyimpan hasilnya dengan cara gantung pada dinding tembok yang tingginya kira-kira sama atau lebih sedikit dengan ukuran panjang list gipsum tersebut.

c. Langkah produksi profil Beton

Dalam pembuatan profil beton, kurang lebih sama dengan pembuatan produk GRC dan Gypsum. Dibedakan dalam takaran perbandingan bahan dan beberapa elemen tambahan di dalamnya. Berikut langkah pembuatan lis profil beton:

- 1) Mempersiapkan bahan-bahan adukan beton terdiri dari pasir, semen, air. Dengan perbandingan 1:2:1
- 2) Mencampurkan pasir dan semen ke wadah pengaduk kemudiandiaduk hingga rata. Setelah butiran pasir sudah tidak nampak, ditambahkan air kedalam campuran kemudian diaduk kembali.
- 3) Meletakkan cetakan profil beton di suatu bidang yang memiliki permukaan rata. Kemudian melumuri bagian dalamnya menggunakan minyak sayur agar tidak lengket antara cetakan dengan adukan
- 4) Menuangkan campuran adukan sebelumnya ke dalam cetakan. Dan menambahkan beberapa besi tulangan sebagai penguat ke dalamnya. Ratakan adonan hingga cetakan terisi penuh
- 5) Membiarkan adukan beton mengering didalam cetakan, bisa sampe 1 jam tergantung ukuran. Kemudian menghindari cahaya matahari supaya tidak mengalami keretakan
- 6) Setelah sudah cukup kering, mengeluarkan hasil dengan perlahan dari cetakan. Selanjutnya yakni menunggu hasil profil beton kering sempurna dengan menggantungkannya supaya hasil tidak melengkung
- 7) Tahap finishing dilakukan dengan mengamplas lis profil supaya tekstur permukaannya lebih halus.

4. Deskripsi Etika Bisnis Pada Proses Produksi di UMKM Pandawa Profil Gypsum desa Kalijaran kecamatan Maos kabupaten Cilacap

Proses produksi adalah langkah pertama yang harus diperhatikan dalam kegiatan bisnis. Salah satu usaha produktif dan mampu berdaya saing dengan produk pabrikan yakni usaha gipsum. Seperti yang ada di desa Kalijaran kecamatan Maos. Usaha di bidang dekor rumahan ini tak kalah saing karena memberikan kualitas yang lebih rapi dan lebih awet. Usaha ini memiliki tiga produk utama yaitu GRC, Beton dan Gypsum. Harga pada produk ini tergantung pada tingkat kesulitan dalam pembuatan motif dan jenis-jenis produk di dalamnya. Pada bahan sendiri, harga pasir tergantung pada ekuatan ikatannya dengan semen dan bahan pembuat beton lainnya. Tidak mudah untuk mencari produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau sehingga ada beberapa toko atau penjual yang banyak membohongi para pelanggannya dengan produk mereka.

Berikut praktik etika bisnis yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum:

- a. Beritikad baik dalam kegiatan usahanya dengan niat ibadah.

Usaha yang sudah digeluti selama hampir 15 tahun ini diniati dengan dasar membangun desa dengan pengalaman dan ilmu yang beliau miliki. Seperti dalam hasil wawancara dengan Sadino selaku pemilik.

“Usaha ini usaha yang basicnya rumahan, saya itu dulu kerja merantau ke Jakarta. Kerjanya bikin-bikin ini olahan gipsum, batako. Cuma ya saya berpikir gak mau lah selamanya kerja di Jakarta. Saya punya tekad buat membangun desa saya dengan pengalaman dan ilmu yang sudah saya miliki. Dengan modal hasil merantau saya sekitar 30 juta tahun 2007 an saya eksekusikan. Awalnya namanya Yuniar Gypsum mba, cuman kok agak susah jadi ganti saja jadi Pandawa Profil. Pandawa kan pembela kebenaran ya, semoga bisnis saya selalu terjaga kebenarannya. Alhamdulillah orang-orang juga gampang nyebutnya” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Kemudian limbah atau sisa produksi dari UMKM Pandawa Profil Gypsum masih bisa dimanfaatkan, berikut wawancara dengan Imron selaku karyawan bagian produksi.

“Limbahnya kadang-kadang dimaksimalkan untuk pembuatan bata beton, itu kan limbah adonan dari finsihing kan gak langsung abis jadi sisanya biar ada bentuknya minimal untuk batako yang lebih familiar kalo bata beton apasi ini bata beton jadi disebutnya batako aja. Nah kalo limbah pasir, kan di ayak paling masih ada sisa batu-batu kecil ya mba itu masih laku di bangunan dijadiin cor pelataran gitu.” (Wawancara: Imron tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara dengan Imron selaku karyawan bagian produksi, diketahui bahwa limbah dari sisa produksi masih dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan batako dan digunakan juga untuk cor pelataran di bangunan rumah.

Selain itu, dalam pembagian gaji atau upah kerja dibagikan tiap minggu seperti dalam hasil wawancara dengan Sadino selaku pemilik sebagai berikut.

“kalo upah kerja itu harian tapi dibuat per minggu mba, jadi kan ada lima hari kerja ya saya bagi jumat sorenya.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sadino diketahui untuk pemberian upah atau gaji karyawan itu harian dan dibagi mingguan sesuai kinerja karyawan masing-masing.

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Dalam melayani konsumen maupun pelanggan sudah menjadi keharusan bagi produsen untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait keadaan dan jaminan barang atau jasa. Seperti dalam wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Pelayanan untuk konsumen dan pelanggan dari dulu dengan saya sendiri namun sekarang ya sudah dibantu sama karyawan yang lain yang memang sudah mampu dan terbiasa, karena dalam melayani konsumen itu pertama kita arahkan sesuai dengan kebutuhan. Ini kebutuhannya untuk apa, terus misal ohiya saya butuh untuk lis prlah, terus kita mengarahkan ke spek yang bagus meskipun terkadang dari konsumen engga itu terlalu besar. Nah kita kan memberikan penawaran, ini standarnya pakai lis yang 15 cm jadinya kesannya lebih bagus, jarak pandangannya dari kejauhan motifnya masih jelas, tapi kalo terlalu kecil nanti jarak pandangannya jauh itu kan udah kabur terus dari konsumen gak lah mas itu kegeden. Tapi namanya konsumen kan ya memang

beda-beda ya mba, jadi jasa konsultasinya itu harus selalu ada karena kadang-kadang juga dari kita tidak segan untuk meskipun dia mencari profil kaya gitu ya kita cerita produk lain, barangkali butuh produk lain, ini ada produk-produk baru. Terus konsumen nanya-nanya produk-produk ini biasanya di pasang dimana mas? Nah, jadi kita harus menerangkan dengan se jelas mungkin mba, apa adanya jangan di lebih-lebihkan jangan juga di kurang-kurangi.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Sebagai produsen dalam melayani konsumen tidak membedakan, harga sama saja. Hanya saja ada pengecualian jika memang pesan dalam jumlah yang banyak dengan spek yang sama maka akan ada kortingan harga baik itu untuk konsumen baru maupun pelanggan. Hal ini didapati dalam wawancara Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Untuk harga produk dari kita menyesuaikan harga di pasaran dan harga itu relatif mba, karena dalam praktiknya ada nego-nego itu ya kadang-kadang ya kita memberikan harga terbaik yang penting kita masih dapat lebih lah kaya gitu. Karena kita gak langsung semua ketemu dengan pihak pertama, kadang kan melalui penyalur kaya masuk ke jasa interior. Dia jasa interior butuh jasa kita nah akhirnya kita nge-sub, kalo ke kontraktor juga kita nge-sub. Cuman kalo kontraktor itu sudah merasa terbantu ya mereka sadar bagaimana caranya biar jalan bareng. Sebenarnya relatif untuk berapa persennya, karena kalo liat dari porsi dan porsinya besar kita bisa kasih harga dibawah harga pasaran, porsinya besar dan speknya itu spek satu ukuran jadi cetakan lebih produktif, tapi kalo porsinya besar tapi ukurannya banyak kan repot juga jadi harus rehab cetakan, cetak satu rehab lagi cetak satu rehab lagi seterusnya kan beda ya mba jadi disitu letak labilnya harga” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022)

- d. Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu atau jasa yang berlaku.

Sebagian besar konsumen dalam membeli produk atau barang pasti memilih yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau, namun hal seperti itu tidak selalu sama bahkan bertentangan dengan sang pelaku bisnis. Setiap pedagang pasti mengharapkan semua dagangannya bisa laku dan tidak mendapatkan kerugian yang cukup besar, berbagai macam cara, upaya dan usaha dilakukan pedagang agar calon pembeli tertarik untuk membeli barang yang diperdagangkan oleh penjual.

Seperti halnya pada UMKM Pandawa Profil Gypsum ini bahwa dalam memproduksi menggunakan dua bahan dasar campuran yaitu mencampurkan pasir kualitas nomer 1 (pasir muntilan) dengan pasir kualitas nomer 2 (pasir cikalong). Tujuan pencampuran tersebut adalah supaya pasir yang berkualitas nomer 2 tercampur dengan pasir yang berkualitas nomer 1. Sehingga dari pencampuran kedua pasir tersebut yang tampak adalah semua terlihat sama dan berkualitas tinggi. Seperti wawancara yang dilakukan dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum terkait dengan pencampuran pasir kualitas nomer 1 dan 2, adalah sebagai berikut.

“Disini menggunakan bahan utama yaitu pasir. Pasir diambil dari pasir muntilan dan pasir cikalong. Kalo pasir muntilan itu kualitas bagus, bahkan sudah sekelas pasir dunia. Karena pasir muntilan ini kan pasir merapi, jadi sangat kokoh, kuat dan tahan lama jika digunakan sebagai bahan beton dan bangunan. Yang kedua pasir cikalong, gak beda jauh sebenarnya mbak kualitas pasir cikalong juga bagus hanya saja tetap kalo yang kualitas paling bagus ya pasir muntilan. Makanya saya campur itu dua pasir, karena kalo di produksi hanya menggunakan satu bahan yang berkualitas tinggi maka harga pastinya akan semakin mahal dan penjualan akan semakin berkurang. Juga tidak banyak pembeli yang terlalu menghiraukan terkait percampuran dua jenis pasir tersebut. Karena pada dasarnya sudah berkualitas semua dibanding jenis pasir lainnya.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara kepada Sadino, diketahui bahwa pencampuran pasir yang dilakukan pada UMKM Pandawa Profil Gypsum adalah karena apabila yang digunakan dalam proses produksi itu menggunakan kualitas pasir nomer 1 saja maka harga jual akan semakin mahal sehingga penjualan akan semakin berkurang dalam artian pembelian akan menurun. Banyak pembeli yang tidak terlalu menghiraukan karena pada dasarnya kualitas pasir muntilan dan cikalong yang digunakan sudah tergolong bagus. Kemudian hasil wawancara dengan Andri selaku karyawan bagian produksi terkait dua bahan pasir kualitas nomer 1 dan nomer 2, adalah sebagai berikut.

“Sebenarnya kalo dari segi produksi, pencampuran pasir itu ya gapapa mbak, karena yang terpenting dalam pemilihan pasirnya gak jomplang. Jadi produk yang dihasilkan tetep kuat dan bagus. Karena kalo cuman pakai pasir yang kualitas nomer 1 atau pasir muntilan tok itu kan harganya tinggi banget, makanya dari segi produksi pun di siasati dengan pasir kualitas nomer 2 itu yang pasir cikalong.” (Wawancara: Andri tanggal 27 Juni 2022)

Dari hasil wawancara kepada Andri selaku karyawan bagian produksi, diketahui bahwa pencampuran dua pasir itu karena harga pasir kualitas nomer 1 yang terbilang tinggi atau mahal sedangkan permintaan para pelanggan semakin banyak dengan harga terjangkau.

Peneliti juga mewawancarai pelanggan dari UMKM Pandawa Profil Gypsum terkait produk yang di produksi. Berikut wawancara dengan Siswanto selaku tukang borongan yang sudah menjadi pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Dulu saya harus ke kota kalo ada borongan rumah, sejak ada Pandawa Profil ya jadi terjangkau. Produknya juga beragam, nanti saya diskusi dengan pemilik rumah konsepnya mau gimana-gimana nah setelah hasil sudah fix saya tinggal diskusi dengan pak Sadino. Saya percaya soalnya ini kan pasirnya juga bagus, saya juga kadang pesen pasir ke beliau biar sekalian. Produknya itu mau jenis dan motifnya apa aja insyaallah disangupi. Jadi saya sampai sekarang kalo ada borongan bangun rumah, pasti saya ke Pandawa Profil, kalo terkait pencampuran pasir itu yang kualitas nomer 1 sama nomer 2 saya rasa tidak terlalu berpengaruh karena mereka pasti sudah memperhitungkan perbandingannya mba.” (Wawancara: Siswanto tanggal 28 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara dengan Siswanto selaku pelanggan dari UMKM Pandawa Profil Gypsum diketahui bahwasanya terkait produk memang sudah percaya dan masalah pencampuran jenis pasir bukan hal yang jadi masalah karena menurut beliau pasir nomer 2 memang mempunyai kualitas juga. Selain itu, beliau selalu menggunakan produk dan jasa dari UMKM Pandawa Profil Gypsum karena jenis dan motif apapun terkait produk tersebut pasti akan disangupi sehingga sampai sekarang beliau masih menjadi pelanggan.

Selain menggunakan pasir yang berkualitas, pemilihan semen juga dilakukan dengan memilih jenis semen yang bagus. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Semen itu ambil dari toko-toko bangunan sekitar sini, intinya dari kami itu sudah kesepakatan sama toko. Kalo semen itu harus yang seger, dulu saya pernah DO sendiri, tapi karena fokusnya untuk konsumsi sendiri jadi kalo dalam satu DO dikonsumsi lebih dari 2 minggu kan udah gak seger. Jadinya mending ambil dari toko aja, karena semen ini kalo gak yang seger nanti buat penguat beton produknya itu gak bagus mba, mau pasir udah bagus tapi semennya udah gak seger hasilnya tetep gak bagus, kalo dari toko sudah tidak

sanggup saya mending cari distributor semen yang lain yang mampu untuk menyediakan semen yang benar-benar seger daripada saya harus korbanin hasil produk akhir saya mba.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022)

Berdasarkan wawancara dengan Sadino, bahwa bahan semen juga mempengaruhi hasil produk. Oleh karenanya, dalam pemilihan semen tidak bisa sembarangan karena fungsi utama semen ini sebagai penguat produknya. Beliau lebih baik memutuskan hubungan dengan distributor yang memang tidak mampu memenuhi kebutuhan semennya daripada harus mengorbankan hasil akhir produknya. Karena produk yang berkualitas tinggi dihasilkan dari bahan-bahan dan tepat tidaknya dalam memproduksinya.

Pemesanan bahan-bahan baku yang dibutuhkan untuk proses produksi dalam proses perjualbelian harus jelas. Seperti dalam wawancara dengan Sadino, selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Pembelian bahan baku sudah saya rancang, dan notanya juga jelas. Kalo yang buat beli serabut GRC, saya ambil di PT JUSTUS KIMIA RAYA itu distributor bahan-bahan kimia. Untuk pembelian bahan-bahan semuanya saya bayar langsung mba, biar aman kan akhirnya sudah jadi langganan. Kalo ke pasir juga, pesan terus saya kasih uang dp dan setelah itu ya pelunasan.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Dalam produksi, setelah pemilihan bahan yang mempunyai mutu tinggi. Terkait takaran dalam memproduksi juga harus dilakukan dengan benar dan sesuai. Berikut wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Umumnya itu produksi ornamen dibanding produk beton yang lain takarannya memang lebih diatas rata-rata, lebih mengarah ke bagaimana penguatnya. Kalo misal cor beton 1:2:3 (1 semen, 2 pasir 3 nya split), tapi kalo produk beton itu bisa 3:1 (pasirnya 3, semennya 1). Karena orientasi penguat dan penguatnya di semen, kalo ornamen nilai jualnya bisa lebih diatas rata-rata karena ini kan nilai seni si, makanya untuk konsumsi semen kita bisa nilai lebih mba. Jadi kalo misal di otak atik takarannya gak sesuai nanti bisa-bisa malah hancur hasil akhirnya, nah ini gabisa sembarangan terkait takaran dan perbandingannya.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara dengan Sadino, diketahui bahwasanya dalam pembuatan suatu produk, takaran dalam perbandingan itu harus benar-benar sesuai. Tergantung nantinya untuk pembuatan produk apa, jika dalam ornamen

produk beton maka semen lebih banyak dibanding dalam pembuatan cor beton biasa. Karena takaran dalam perbandingan bahan-bahan nantinya berpengaruh terhadap hasil akhir produk.

- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa yang dibuat atau yang diperdagangkan.

Dalam melayani konsumen, pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum menjelaskan dengan diberinya buku produk atau katalog. Diberinya contoh-contoh produk dan pemasangan yang tepat dimana dan bagaimana bagusnya. Sehingga nantinya konsumen menguji produk terkait kekuatan dan keawetan dari produk itu sendiri sesuai apa yang konsumen itu butuhkan. Hal ini sesuai dengan wawancara Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Kalo untuk produk ada buku katalog nya sendiri, biasanya kalo borongan kan kita diskusikan juga dengan mandornya dan si konsumen yang mau bangun bagusnya yang begini-begini misalnya, jadi kalo ke toko langsung ya bisa milih mau yang krawangan kaya gini tapi gambarnya yang begini yaa. Dari kami menyediakan katalog produk dan ada contoh produk juga karena ada beberapa produk yang memang selalu ready stock mba, kebanyakan kalo konsumen pada ke toko langsung kan pasti kami arahkan kebutuhannya ini contoh produk-produknya begitu” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

C. Etika Bisnis Pada Proses Distribusi Gypsum “Pandawa Profil” Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap

Dalam proses kegiatan distribusi (pemasaran) dilakukan setiap hari kerja karena sudah memiliki konsumen tetap maupun pembeli yang membutuhkan sehingga memasan produk dari “Pandawa Profil”. Konsumen yang ada di sekitar rumah dapat membeli secara langsung ke tempat produksi. Selain itu, pihak pengelola produk ornamen rumah “Pandawa Profil” juga mengantarkan langsung ke konsumen yang ada di toko-toko list besi di berbagai daerah.

Berikut beberapa etika bisnis pada proses distribusi yang dilakukan oleh “Pandawa Profil”:

1. Selalu menghiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.

Sadino selaku pemilik mempunyai niat berwirausaha untuk mengembangkan usaha lokal di desanya. Dengan modal awal sebesar 30 Juta

sekarang sudah mampu menghasilkan laba 10 Juta per produknya. Dengan pemasaran yang dilakukan baik online maupun langsung, Beliau tidak pernah menjadikan sesama usaha sebagai pesaing melainkan menjadikannya sebagai inovasi diri. Promosi yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum terbagi menjadi dua yaitu secara langsung (mendatangi rumah ke rumah, toko-toko bangunan, bertemu kontraktor, instansi perkantoran) dan tidak langsung (media online via *whatsapp, facebook, instagram*). Berikut wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Kalo media ya online di wa, fb, instagram cuman saya tidak terlalu aktif di fb dan instagram lebih ke wa yang bisnis mba. Kalo profil beton itu dulu pemasaran bisa di keliling seperti sales gitu, setiap ada bangunan kita hampiri, kalo di perumahan ya kita ketemu tuan rumahnya atau gak tukang-tukangnya. Terus kalo instansi kadang-kadang kita nemuin orang yang paling berpengaruh disitu misalkan ada pembrongnya atau mandornya kadang-kadang juga komite itu kalo langsung ke bangunan. Kalo sistem ke pedagang atau ke toko-toko besi itu ya kita bawa katalog, bawa daftar harga, bawa sampel fisik. Kemudian ke pangkalan-pangkalan ornamen misal stand gipsum kadang kan dari mereka kurang lengkap jadi kita melengkapi. Sesama pengusaha kita tidak ada etika persaingan itu gak ada, justru kita itu saling melengkapi. Kalo bicara persaingan menurut saya itu lebih cenderung kepada inovasi mba, setiap ada inovasi baru kita harus pecahkan itulah tantangan dan saingan saya.”
(Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022)

Berdasarkan wawancara dengan Sadino, diketahui bahwa dalam pemasaran menggunakan media *online* dan *offline*. Bagi beliau dalam dunia bisnis, pesaing bukanlah suatu hambatan malah dijadikan kawan untuk saling melengkapi produk. Yang cenderung pesaing adalah inovasi karena bagi beliau tantangan dan saingan dari bisnis adalah inovasi itu sendiri.

Dalam berbisnis juga harus mempertimbangkan jam kerja para karyawan, kenyamanan dalam bekerja dan lain sebagainya berikut dalam wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Jam kerja dimulai dari pukul 07.30 sampai dengan pukul 16.00, kalo jam sebelum duhur itu berhenti mba, buat istirahat makan solat. Itu pulang kerumah karena kan rumah dekat jadi pada pulang nanti jam 1 siang itu berangkat lagi dan jam 4 sore itu sudah pulang. Jadi buat bersih-bersih buat solat asar itu sudah dirumah. Kalo misal dibikin pulang jam 5 sore kan mepet mahrib jadi kan nanti malah asarnya terlambat. Makanya disini sebelum jam 4 sore sudah

pulang, dan hari kerjanya 5 hari kerja mba.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum, berkaitan dengan jam kerja karyawan itu dibuat seefektif dan efisien mungkin. Dengan 5 hari kerja setiap minggunya, dimulai dari pukul 07.30 sampai dengan 16.00. Setiap memasuki waktu solat duhur maka istirahat dan kebanyakan karyawan itu pulang ke rumahnya masing-masing. Berangkat lagi setelah duhur dan pulang sebelum ashar.

2. Memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda, dan menjerumuskan pembeli.

Dalam melayani konsumen maupun pelanggan sudah menjadi keharusan bagi produsen untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait keadaan dan jaminan barang atau jasa. Seperti dalam wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Pelayanan untuk konsumen dan pelanggan dari dulu dengan saya sendiri namun sekarang ya sudah dibantu sama karyawan yang lain yang memang sudah mampu dan terbiasa, karena dalam melayani konsumen itu pertama kita arahkan sesuai dengan kebutuhan. Ini kebutuhannya untuk apa, terus misal ohiya saya butuh untuk lis prlah, terus kita mengarahkan ke spek yang bagus meskipun terkadang dari konsumen engga itu terlalu besar. Nah kita kan memberikan penawaran, ini standarnya pakai lis yang 15 cm jadinya kesannya lebih bagus, jarak pandangannya dari kejauhan motifnya masih jelas, tapi kalo terlalu kecil nanti jarak pandangannya jauh itu kan udah kabur terus dari konsumen gak lah mas itu kegeden. Tapi namanya konsumen kan ya memang beda-beda ya mba, jadi jasa konsultasinya itu harus selalu ada karena kadang-kadang juga dari kita tidak segan untuk meskipun dia mencari profil kaya gitu ya kita cerita produk lain, barangkali butuh produk lain, ini ada produk-produk baru. Terus konsumen nanya-nanya produk-produk ini biasanya di pasang dimana mas? Nah, jadi kita harus menerangkan dengan sejelas mungkin mba, apa adanya jangan di lebih-lebihkan jangan juga di kurang-kurangi.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Dari hasil wawancara diketahui bahwasanya beliau dalam melayani konsumen sudah selalu mengarahkan terlebih dahulu untuk kebutuhan apa. Sehingga akan diberikan penjelasan sesuai apa yang di inginkan dengan produk yang sesuai dengan budget dari konsumen. Selain itu, konsumen juga ditawarkan

dengan produk lain yang sewaktu-waktu konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan.

3. Tidak mendistribusikan barang-barang hasil produksi yang membahayakan dan yang diharamkan.

Produk yang di produksi dan distribusikan merupakan produk ornamen rumah seperti ornamen krawangan, ornamen relief religi, alur tempel, lis profil beton, ornamen beton peras dan lis gipsium serta lis profil produk-produk untuk dekorasi rumah yang tidak membahayakan dan bukan merupakan suatu barang yang haram. Berikut daftar nama produk dan harganya.

Tabel 4.2 Daftar Produk

No	Nama Produk	Harga/m ²
1	Ornamen Relief Religi	Rp 280.000
2	Ornamen Krawangan (tebal 3 cm)	Rp 450.000
3	Alur Tempel	Rp 80.000
4	Lis Profil Beton (lebar 5 cm-10 cm)	Rp 10.000- Rp 25.000
5	Ornamen Beton Peras (satuan ukuran 20 cm x 20 cm – 30 cm x 60 cm)	Rp 25.00- Rp 100.000
6	Lis Gipsium (batangan lebar 10 cm-2 m)	Rp 18.000

Sumber: UMKM Pandawa Profil Gipsium

Dari tabel daftar produk diatas sudah dicantumkan beberapa nama produk yang ditawarkan oleh Pandawa Profil Gipsium. Selain daftar produk sudah tertera juga kisara harga per meter persegi (m²). Oleh karena itu, kategori produk yang ditawarkan tersebut bukanlah suatu barang yang mengandung zat berbahaya karena produk tersebut sudah diolah hingga menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual dan bukanlah suatu barang yang haram.

Gambar 4.14 Mobil Pengangkut Produk



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

4. Melakukan metode distribusi yang bersifat jujur, memegang amanah dan berdakwah.

Penyaluran hasil dari Pandawa Profil Gypsum sudah mencakup dalam maupun luar kota Barlingmascakeb. Seperti dalam wawancara dengan Sadino sebagai berikut.

“Distribusinya sebenarnya sudah sampai Tangerang, Palimanan, daerah Tegal, Banyumas, Gombong, Kebumen, Purbalingga, Banjarnegara wilayah Cilacap (Cilacap Timur seperti kroya dan sekitarnya, Cilacap Barat seperti Gandrung, Majenang, Sidareja, da Cilacap kota).” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Ketika proses pendistribusian atau pengiriman produk, UMKM Pandawa Profil Gypsum selalu memperhatikan kondisi produk dan memastikan agar produk tetap aman selama di perjalanan dan ketika sudah berada di lokasi pemasangan. Hal ini diketahui berdasar hasil wawancara sebagai berikut.

“Dalam proses pengiriman barang produk kaya ornamen relief krawangan, lis profil dan sebagainya itu kita kan sudah komunikasikan barang dikirim hari ini jam segini nanti sampai tempat ya kira-kira jam segini, nanti karyawan saya bagian sopir itu yang bertugas biasanya saya juga ikut kalo lagi rame ya sama karyawan produksi juga kalo dari mereka pilihnya yang paket plus pemasangan. Kita pastikan barang kita aman di mobil, dan ada prosedur-prosedurnya mba, iket-iket gini kan butuh keahlian juga. Yang penting dari

kami akan selalu memastikan supaya kondisi barang selalu aman.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara diatas, sebelum dilakukan pengiriman akan dipastikan dahulu kondisi produk sehingga aman baik sebelum, saat diperjalanan dan ketika produk diterima oleh konsumen.

Gambar 4.15 Persiapan Pendistribusian Produk



Sumber: Dokumentasi UMKM Pandawa Profil Gypsum

Kemudian dari wawancara dengan Mugi selaku Sopir menjelaskan dalam proses pengiriman atau pendistribusian ada beberapa hambatan. Seperti dalam hasil wawancara sebagai berikut.

“Kalo dari saya selaku sopir dituntut untuk stand by terus mba, karena pengiriman kan pasti ada yang dadakan juga. Saya juga gak ahli banget di bidang produksi, kalo ada pengiriman saya harus posisi siap. Hambatan di perjalanan tuh semisal tiba-tiba hujan, di kota ini gak hujan ni tapi kok di sini hujan jadi saya harus siap sedia terpal buat nutup kan karena kita pakai mobil bak terbuka mba. Nanti kita komunikasi ke konsumen semisal bakal telat datang karena kondisi cuaca juga terkadang ban mobil bocor atau mogok juga kan gak ada yang tau dan kondisi jalan juga mempengaruhi si mba. Yang penting saya selalu komunikasikan dulu biar tidak ada kesalahpahaman terkait pesanan.” (Wawancara: Mugi tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mugi selaku sopir, diketahui bahwasanya dalam proses pengiriman atau pendistribusian produk itu ditemukan beberapa hambatan diantaranya hambatan cuaca, kerusakan dari mobil yang mengantar, dan kondisi jalan. Namun, hal itu selalu di komunikasikan dengan konsumen sehingga tidak ada kesalahpahaman sekita barang tidak tepat waktu dalam pengirimannya.

5. Bersikap melayani dan rendah hati

Proses pemasaran produk seperti GRC, Ornamen beton dan Ornamen Gypsum pada UMKM Pandawa Profil Gypsum dilakukan oleh Sadino selaku pemilik. Proses manajemen dan administrasi sistemnya dikelola sendiri, sehingga bisa dikatakan tanpa manajemen. Seperti dalam wawancara dengan Sadino sebagai berikut.

“Kalo kesini-sini kadang masalah produksi itukan lebih pintar mereka, jadi saya lebih fokus ke masalah marketingnya ke pemasarannya, dan teknik pemasangan di lapangan, karyawan sudah saya ajari sedikit-sedikit mengenai pemasaran jadi bukan hanya fokus di produksi saja nanti biar bisa melayani konsumen juga mba. Kaya dulu pas awal kan apapa masih saya sekarang sudah ada yang mampu melayani konsumen. Terus kalo pemasangan di lapangan sudah ada yang menguasai saya juga lebih fokus ke manajemen yang lain seperti pengadaan material, jadi yang kerja dilapangan tinggal fokus kerja dan alat sudah siap semua. Karena saya disini istilahnya adi kuasa, saya berkuasa sendiri kaya utang piutang ya saya catat sendiri. Karena ini usaha rumahan sebenarnya, jadi untuk manajemen keungan itu tidak terkonsep seperti pada cv-cv yang lain. Yang ada marketingnya, ada bagian debit audit keuangan nah kalo kita itu engga mba, ya itu awal itu kan bekerja untuk diri sendiri eh Alhamdulillah kita masih bisa memberikan pekerjaan untuk masyarakat sekitar juga bisa ngasih sedikit keuntungan untuk masjid-masjid di sekitar.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara dengan Sadino, diketahui bahwasanya basic usahanya adalah usaha rumahan sehingga proses dalam pemasaran itu masih dilakukan oleh beliau sendiri, dan segala manajemen dan administrasi seperti pencatatan utang piutang juga dilakukan sendiri, tidak ada niat untuk memakan harta secara bathil yang terpenting baginya masih bisa bersyukur karena usahanya

mampu memberikan pekerjaan ke masyarakat dan memberikan sedikit keuntungannya ke masjid - masjid di lingkungan sekitar.

Kemudian wawancara dengan Siswanto selaku pekerja borongan menjelaskan sebagai berikut:

“Mudahnya ya itu mba, kalo butuh apapa langsung aja dibicarakan bareng dengan bapak Sadino, butuh ini butuh itu karena beliau selalu cepat tanggap jadikan mempermudah juga, minta motif dan spek apapun asal pas nego deal ya gampang mba karena karo wonge dewek istilah wong jawa ya kepenakan lah bapak Sadino ne.” (Wawancara: Siswanto tanggal 28 Juni 2022).

6. Menetapkan harga selayaknya sesuai kualitas

Harga produk yang dijual sudah disesuaikan dengan harga produk pada umumnya dengan kualitas dan mutu yang terjamin, hanya saja untuk pesanan dalam jumlah besar dengan satu ukuran maka harganya akan berbeda dengan produk yang dipesan dalam jumlah besar dengan ukuran yang berbeda-beda, hal ini sesuai dengan wawancara dengan Sadino sebagai berikut.

“ Untuk harga produk dari kita menyesuaikan harga di pasaran, dijelaskan kekurangan dan kelebihan masing-masing kualitasnya dan harga itu relatif mba, karena dalam praktiknya ada nego-nego itu ya kadang-kadang ya kita memberikan harga terbaik yang penting kita masih dapat lebih lah kaya gitu. Karena kita gak langsung semua ketemu dengan pihak pertama, kadang kan melalui penyalur kaya masuk ke jasa interior. Dia jasa interior butuh jasa kita nah akhirnya kita nge-sub, kalo ke kontraktor juga kita nge-sub. Cuman kalo kontraktor itu sudah merasa terbantu ya mereka sadar bagaimana caranya biar jalan bareng. Sebenarnya relatif untuk berapa persennya, karena kalo liat dari porsi dan porsinya besar kita bisa kasih harga dibawah harga pasaran, porsinya besar dan speknya itu spek satu ukuran jadi cetakan lebih produktif, tapi kalo porsinya besar tapi ukurannya banyak kan repot juga jadi harus rehab cetakan, cetak satu rehab lagi cetak satu rehab lagi seterusnya kan beda ya mba jadi disitu letak labilnya harga” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Dalam menetapkan harga produk sudah disesuaikan dengan harga pasar. Tidak diskriminasi baik dengan konsumen baru maupun pelanggan. Karena jika memang produk yang dipesan mempunyai ukuran dan spek yang sama pastinya akan mendapatkan potongan harga yang lebih, hal ini sesuai dengan tingkat kesulitan pembuatan produk. Terkait kualitas produk dijelaskan sesuai dengan jenis produk yang digunakan. Misalnya plafon gipsum memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan GRC karena plafon gipsum cenderung

tidak tahan air, mudah kusammudah rusak bila terbentur. Sedangkan GRC lebih tahan air, antibocor, mudah dibentuk namun proses pemasangan yang cenderung lama.

7. Memenuhi takaran, ketepatan, kelugasan, dan kebenaran

Dalam produksi, setelah pemilihan bahan yang mempunyai mutu tinggi. Terkait takaran dalam memproduksi juga harus dilakukan dengan benar dan sesuai. Berikut wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Umumnya itu produksi ornamen dibanding produk beton yang lain takarannya memang lebih diatas rata-rata, lebih mengarah ke bagaimana penguatnya. Kalo misal cor beton 1:2:3 (1 semen, 2 pasir 3 nya split), tapi kalo produk beton itu bisa 3:1 (pasirnya 3, semennya 1). Karena orientasi pengeras dan penguatnya di semen, kalo ornamen nilai jualnya bisa lebih diatas rata-rata karena ini kan nilai seni si, makanya untuk konsumsi semen kita bisa nilai lebih mba. Jadi kalo misal di otak atik takarannya gak sesuai nanti bisa-bisa malah hancur hasil akhirnya, nah ini gabisa sembarangan terkait takaran dan perbandingannya.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara dengan Sadino, diketahui bahwasanya dalam pembuatan suatu produk, takaran dalam perbandingan itu harus benar-benar sesuai. Tergantung nantinya untuk pembuatan produk apa, jika dalam ornamen produk beton maka semen lebih banyak dibanding dalam pembuatan cor beton biasa. Karena takaran dalam perbandingan bahan-bahan nantinya berpengaruh terhadap hasil akhir produk.

8. Menjaga sikap adil dalam segala bentuk.

Sadino selalu menjaga sikap adil kepada semua konsumen - konsumennya, baik itu konsumen yang bayar langsung cash maupun nyicil. Selain sikap kepada konsumen, sadino selalu menerapkan sikap adil kepada semua karyawannya. Seperti dalam wawancara dengan Sadino sebagai berikut.

“Kalo untuk utang pasti ada, saya catat sendiri dan tidak pernah saya membeda-bedakan konsumen karena menurut saya kalo seperti sistem borongan itu memang kerjasama banyak pihak, paling kalo ke kontraktor itu pembaran agak lama. Harusnya sudah jatuh tempo pembayaran tapi kok bagian yang ke saya belum turun-turun, apa ada kerja saya yang kurang bagus, kalo

misal ada ya kritik saja, saya siap menerima kritik” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Selain itu, Sadino membolehkan karyawannya untuk pulang di jam istirahat. Beliau tidak pernah membeda-bedakan karyawan dan bekerja disesuaikan dengan kemampuannya masing-masing. Sesuai wawancara dengan Heru selaku karyawan sebagai berikut.

“Kalo jam kerja itu jam 7 pagi paling telat jam setengah 8 sudah berangkat saya mba, nyaman juga kalo kerja disini. Bapak baik juga bebasin karyawan ya pokoknya gak yang bikin tertekan lah paling kalo lagi ada borongan itu memang lembur dan upah ya sesuai. Karena rumah saya deket jadi setiap jam istirahat saya pulang. Enaknya disitu mba, kalo merantau kan gakbisa tiap hari pulang. Buat solat duhur dan solat asar juga gak terlambat jadi gak grusa-grusu.” (Wawancara: Heru tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan wawancara dengan Heru diketahui bahwa jam kerja di UMKM Pandawa Profil Gypsum sudah efektif yakni sekitar 7-8 jam tiap harinya. Lokasi kerja yang jaraknya dekat dengan rumah juga membuat karyawan nyaman dan menjadi poin plus untuk perusahaan. Terkait ibadah juga tidak tertinggal, karena bekerja dan beribadah adalah suatu kewajiban yang harus dilaksanakan.

9. Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terus terang dan transparan.

Dalam melayani konsumen maupun pelanggan sudah menjadi keharusan bagi produsen untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait keadaan dan jaminan barang atau jasa. Seperti dalam wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum.

“Pelayanan untuk konsumen dan pelanggan dari dulu dengan saya sendiri namun sekarang ya sudah dibantu sama karyawan yang lain yang memang sudah mampu dan terbiasa, karena dalam melayani konsumen itu pertama kita arahkan sesuai dengan kebutuhan. Ini kebutuhannya untuk apa, terus misal ohiya saya butuh untuk lis prlah, terus kita mengarahkan ke spek yang bagus meskipun terkadang dari konsumen engga itu terlalu besar. Nah kita kan memberikan penawaran, ini standarnya pakai lis yang 15 cm jadinya kesannya lebih bagus, jarak pandangnya dari kejauhan motifnya masih jelas, tapi kalo terlalu kecil nanti jarak pandangnya jauh itu kan udah kabur terus dari konsumen gak lah mas itu kegeden. Tapi namanya konsumen kan ya memang beda-beda ya mba, jadi jasa konsultasinya itu harus selalu ada karena kadang-

kadang juga dari kita tidak segan untuk meskipun dia mencari profil kaya gitu ya kita cerita produk lain, barangkali butuh produk lain, ini ada produk-produk baru. Terus konsumen nanya-nanya produk-produk ini biasanya di pasang dimana mas? Nah, jadi kita harus menerangkan dengan sejelas mungkin mba, apa adanya jangan di lebih-lebihkan jangan juga di kurang-kurangi.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sadino diketahui, dalam proses melayani konsumen dan pelanggan sekarang beliau sudah dibantu oleh karyawannya yang sudah memiliki kemampuan dan paham terkait produk-produk dan speknya. Dalam melayani hal pertama selalu diarahkan sesuai kebutuhan konsumen. Untuk selanjutnya diberi penjelasan dan arahan beberapa produk yang cocok dan sesuai dengan keinginan konsumen dengan melihat spek yang bagus. Selain itu, juga ditawarkan dengan produk-produk lain yang baru sebagai bentuk pengenalan produk sekaligus promosi produk-produk baru yang diproduksi oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum.

10. Membebaskan konsumen memilih sesuai keinginannya, tidak melakukan paksaan, dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barangnya jika salah beli, tidak sesuai dan tidak memuaskannya sesuai yang dijelaskan.

Sadino sebagai pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum tidak pernah memaksa konsumen, beliau selalu mengarahkan konsumen berdasarkan apa yang dibutuhkan dan menerima tukar produk jika produk yang diterima cacat atau tidak sesuai dengan pesanan. Seperti dalam wawancara dengan Sadino selaku pemilik.

“Kalo untuk produk ada buku katalog nya sendiri, biasanya kalo borongan kan kita diskusikan juga dengan mandornya dan si konsumen yang mau bangun bagusnya yang begini-begini misalnya, jadi kalo ke toko langsung ya bisa milih mau yang krawangan kaya gini tapi gambarnya yang begini yaa. Dari kami menyediakan katalog produk dan ada contoh produk juga karena ada beberapa produk yang memang selalu ready stock mba, kebanyakan kalo konsumen pada ke toko langsung kan pasti kami arahkan kebutuhannya ini contoh produk-produknya begitu” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022).

Selain itu, hasil wawancara dengan salah satu konsumen dari Pandawa Profil Gypsum, diketahui bahwa dari segi pelayanan sudah sangat jelas dan sesuai

dengan yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini sesuai wawancara dengan Siti Baenatun selaku konsumen.

“Saya tahun kemarin buat rumah dan pakai jasa interior dari Pandawa Profil, gampangnya itu karena lokasinya dekat dan saya gak terlalu paham mengenai interior rumah. Ini kan rumah anak saya, cuman anak saya di Jakarta jadi saya yang suruh mantau dari proses pembangunan sampai finsihing, namanya rumah jaman sekarang ya pakai banyak-banyak ornamen biar ngikuti jaman kan mba. Saya cuman tanya ke anak saya, maunya yang kaya gimana nanti dikomunikasikan dengan pak Sadino kan beliau yang lebih paham, keluar sekitar 12 juta dan saya sudah tinggal terima beres mba.” (Wawancara: Siti Baenatun tanggal 28 Juni 2022)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Siti Baenatun salah satu konsumen, Pandawa Profil Gypsum memberikan pelayanan dan memudahkan para konsumen. Selaras dengan wawancara dari Kusdaliman yang juga konsumen dari UMKM Pandawa Profil Gypsum sebagai berikut.

“Saya pakai produk dan jasa dari Pandawa Profil karena gampang aja komunikasinya, bapak Sadino ramah sekali karyawannya juga cekatan-cekatan. Ini lokasinya juga dekat jadi gak perlu jauh-jauh ke kota. Apa yang dibutuhkan langsung diarahkan jadi saya dikit-dikit juga tau terkait ornamen-ornamen buat rumah saya, sebelum sepakat juga kalo ada produk rusak ya ganti langsung dan diganti produk baru jadi saya oke oke saja mba.” (Wawancara: Kusdaliman tanggal 28 Juni 2022).

Pandawa Profil Gypsum memberikan jaminan tukar produk apabila ditemukan produk rusak saat akan dipasang. Hal itu menjadi point tambahan dari konsumen dan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen kepada Pandawa Profil Gypsum.

11. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan.

Dalam pembuatan produk tidak semata-mata hanya memproduksi. Namun, harus diperkirakan juga nantinya dalam proses pemasangan di lapangan. Oleh karenanya terkadang ada beberapa produk yang rusak atau cacat. Hal ini sebagai mana wawancara dengan Ade selaku karyawan sebagai berikut.

“Nanti kan ketika publikasi cenderung kita bikin produk itu akan punya gambaran nanti teknis pemasangannya seperti apa, penguatannya di titik-titik mana. Di antara lainnya kita harus persiapkan untuk pengeboran, dibold dan pengelasan juga. Makanya kalo ingin lebih bagus mending sekalian, jadi taunya udah rapi. Soalnya kalo cuman beli produknya dan yang masang orang lain jadinya kan ada pihak-pihak yang dirugikan. Wah ini gak bagus, ini kurang tebal kurang rapi. Ada si mba, konsumen kan beragam ya kita ya kalo misal ada cacat di pemasangan nanti kita tetep bantu maksimalin.” (Wawancara: Ade tanggal 27 Juni 2022)

Berdasarkan wawancara dengan Ade selaku karyawan diketahui bahwa dalam proses produksi yang memang sudah di pesan sebelumnya maka untuk pemasangan memang disarankan sekalian oleh karyawan. Hanya saja ada beberapa konsumen yang hanya ingin produknya tidak jasa pasang sekaligus. Alhasil dalam proses pemasangan ada yang tidak sesuai dan mengakibatkan kerugian. Namun, masih ada toleransi sehingga masih dibantu oleh karyawan bagian produksi.”

12. Memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian bila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Sadino selaku produsen selain menawarkan produk yang diproduksinya juga menawarkan jasa pemasangan sekaligus. Sehingga sebelum deal perjanjian memang disarankan untuk mengambil jasa pemasangan juga hal ini dilakukan untuk meminimalisir kerusakan produk saat pemasangan terutama produk-produk ornamen religi karena memiliki spek dan motif yang beragam. Karena ketika sudah pemasangan di lapangan ada beberapa tukang dari konsumen yang belum ahli, oleh karenanya lebih baik menggunakan tukang dari Pandawa Profil sekaligus. Seperti dalam wawancara Sadino berikut.

“Kalo untuk produk-produk ornamen religi yang untuk masjid semacam ornamen relief religi, ornamen krawangan itu kadang-kadang pemasarannya kan memang ke masjid-masjid yang lagi bangun gitu lho, itu agak susah. Soalnya kalo dimasukan ke toko kadang-kadang ornamen krawangan itu pesennya sesuai speknya, jadi meskipun motifnya sama tapi lobangnya beda kita harus ngikuti speknya. Misal ini bentangnya 3 meter sedangkan yang ini ini cuman 3 meter motifnya harus sama. Makanya kita kasih paketnya plus pemasangan.” (Wawancara: Sadino tanggal 27 Juni 2022)

Berdasarkan wawancara dengan Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum diketahui dalam proses pemasaran terkait produk-produk ornamen relief masjid itu lebih susah karena untuk produk ornamen masjid itu memiliki spek ukuran yang berbeda-beda tergantung ukuran dan kondisi yang ada di lapangan sehingga untuk mempermudah biasanya di sediakan paket pemasangan. Hal ini untuk meminimalisir kerusakan produk saat dilakukan pemasangan nantinya.

D. Analisis Perspektif Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam didefinisikan sebagai suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan hal yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan (Inayah, 2021:100)

Berdasarkan penyajian data diatas yaitu mengenai etika bisnis dalam proses produksi dan ditsribusi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam (Lubaba dan Prasetyoningrum, 2019: 30) yaitu sebagai berikut:

1. Kesatuan

Konsep kesatuan disini ialah kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, maupun agama. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam proses produksi dan distribusi produk dari “Pandawa Profil” mengacu pada hasil wawancara dengan Pemilik usaha yaitu Sadino berkenaan dengan prinsip kesatuan selalu beritikad baik terhadap usahanya dengan tidak melakukan perbuatan diskriminatif terhadap pembeli, pemasok, pekerja atau terhadap siapapun karena hakikatnya semua adalah milik Allah SWT, segala harta yang ada hanyalah titipan.

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan Heru selaku karyawan diketahui jam karyawan yang ditetapkan oleh Sadino selaku pemilik menyediakan waktu istirahat yang dapat digunakan oleh karyawan menjalankan ibadah shalat.

2. Keseimbangan

Keseimbangan atau *'adl* mempunyai hubungan dengan segala sesuatu yang ada di alam semesta. Agar menjaga keseimbangan antara yang hidupnya kekurangan dan yang hartanya tercukupi. Allah SWT telah menekankan bagaimana pentingnya arti sikap saling memberi dan memberi peringatan tentang tindakan konsumtif secara berlebihan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sadino berkenaan dengan prinsip keadilan bahwasanya beliau selalu adil dalam menetapkan harga dan melayani konsumen baik itu konsumen baru maupun konsumen tetap. Prinsip ini juga diterapkan oleh pemilik UMKM Pandaqa Profil Gypsum yang dapat dilihat dari sistem pemberian gaji yang tepat waktu dan sesuai dengan kinerjanya sehingga karyawan tidak komplain dan senang hati dalam bekerja setiap harinya. Kemudian terkait konsumen yang hutang pun semua disamakan. Kemudian dalam takaran dan timbangan baik dari segi bahan dan hasil produk juga sudah sesuai tanpa dikurangi atau dilebihkan karena komposisi bahan yang tidak sesuai akan mengakibatkan hasil produk tidak baik atau cacat.

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan Sadino terkait dengan pembayaran zakat memang belum sepenuhnya zakat hanya saja sekedar infak ke masjid-masjid di lingkungan sekitar tempat tinggal. Hal ini dilakukan sebagai bentuk berbagi atas hasil usaha yang telah diperoleh.

3. Kehendak Bebas

Manusia diberikan kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya atau mengingkarinya. Sebagai seorang muslim yang telah menyerahkan seluruh hidupnya kepada kehendak Allah SWT, maka ia akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.

Dalam masalah perjanjian, baik perjanjian kesetiaan kepada Allah SWT maupun perjanjian yang dibuat dengan pergaulan sesama (kehidupan) manusia

harus dapat memenuhi seluruh janji-janji tersebut. Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah:1.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman tepatilah janji-janjimu”

Dalam menjalankan kegiatan bisnis pasti ada perjanjian antara penjual dan pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan Siswanto selaku pekerja barongan diketahui bahwa jika ada borongan rumah beliau menghubungi Sadino untuk memesan beberapa produk untuk kemudian mampu disanggupi oleh Sadino. Hal seperti juga berdasarkan wawancara dengan konsumen yakni Siti Baenatun dan Kusdaliman yang memesan produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum. Dengan demikian Bapak Sadino selaku pemilik sudah mendapatkan kepercayaan dari konsumennya. Ketika seorang muslim sudah menyanggupi dan mempunyai janji maka harus memenuhi janji tersebut.

4. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah sesuatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk dapat memenuhi konsep kesatuan dan keadilan, manusia harus mampu mempertanggungjawabkan atas segala tindakan yang dilakukan. Konsep tanggung jawab sangat berkaitan erat dengan kesatuan, keseimbangan dan kehendak bebas. Karena konsep tanggung jawab menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, Sadino selaku pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum menerapkan prinsip tanggungjawab atas bisnisnya. Beliau siap bertanggungjawab dalam menghadapi komplain atau adanya kritikan dari konsumen mengenai design produk yang kurang tepat atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Dan apabila ditemukan produk yang cacat atau rusak baik rusak karena proses pengiriman atau ketika akan dipasang berhak untuk dikembalikan dan ditukar dengan produk yang berkualitas baik. Prinsip tanggung

jawab adaah prinsip yang harus dimiliki oleh setiap pengusaha, siapapun yang berani berbuat harus berani juga dalam mempertanggungjawabkannya.

5. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran merupakan nilai yang dijadikan acuan dasar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Benar disini berarti kebenaran dalam konteks bisnis meliputi niat, sikap, dan perilaku yang benar. Kebajikan merupakan tindakan yang memberi keuntungan orang lain lebih banyak daripada orang yang melakukan tindakan tersebut. Sedangkan kejujuran merupakan sikap jujur dalam seluruh proses bisnis yang dijalankan tanpa adanya unsur penipuan.

Berdasarkan wawancara penelitian diketahui dalam berdagang mereka memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya tidak menggoda dan tidak menjerumuskan pembeli. Seperti dalam menetapkan harga untuk sebuah produk yang dihasilkan harga disesuaikan dengan harga pada umumnya dan berdasarkan ukuran, model, motif, jumlah dan tingkat kesulitannya. Misalnya seperti untuk ornamen krawangan dengan tebal 3 cm harga jualnya 450 ribu/m² lebih mahal dibanding ornamen relief religi yang dijual dengan harga 280 ribu/m² karena dalam proses produksi krawangan lebih sulit dibanding dengan ornamen relief. Alur tempel dijual kisaran 80 ribu/m², ornamen beton peras satuan ukuran 20x20 – 30x60 dijual kisaran 25 ribu – 100 ribu, kemudian yang dijual per batangan ada lis profil beton 10 ribu – 25 ribu/m dengan lebar 5 cm-10 cm, sedangkan lis gipsum lebar 10 cm- 2 m dijual kisaran 18 ribu, nantinya tergantung juga dengan jumlah dan kesamaan atau perbedaan spek dan ukuran serta tingkat kesulitan desain produk yang dihasilkan.

Mereka menjual produk ready stok dan melayani pembuatan produk sesuai dengan pesanan atau permintaan konsumen dan pelanggan tanpa adanya pemaksaan dan harga yang dapat disesuaikan. Dalam konsultasinya mereka memberikan penjelasan sesuai spesifikasi dan kegunaan dari produk, yang paling utama tentunya dijelaskan terkait spesifikasi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Misalnya standarnya menggunakan yang ukuran 15 cm supaya dalam jarak pandang jauh masih terlihat, tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar sehingga dipandanginya itu bagus dan elegan agar konsumen merasa

puas dan tidak ada kerugian pada salah satu pihak. Selain itu juga diberikan tawaran barangkali membutuhkan produk lain kemudian dijelaskan sesuai kegunaan dari produk tanpa mengurangi atau bahkan melebih-lebihkan.



BAB V

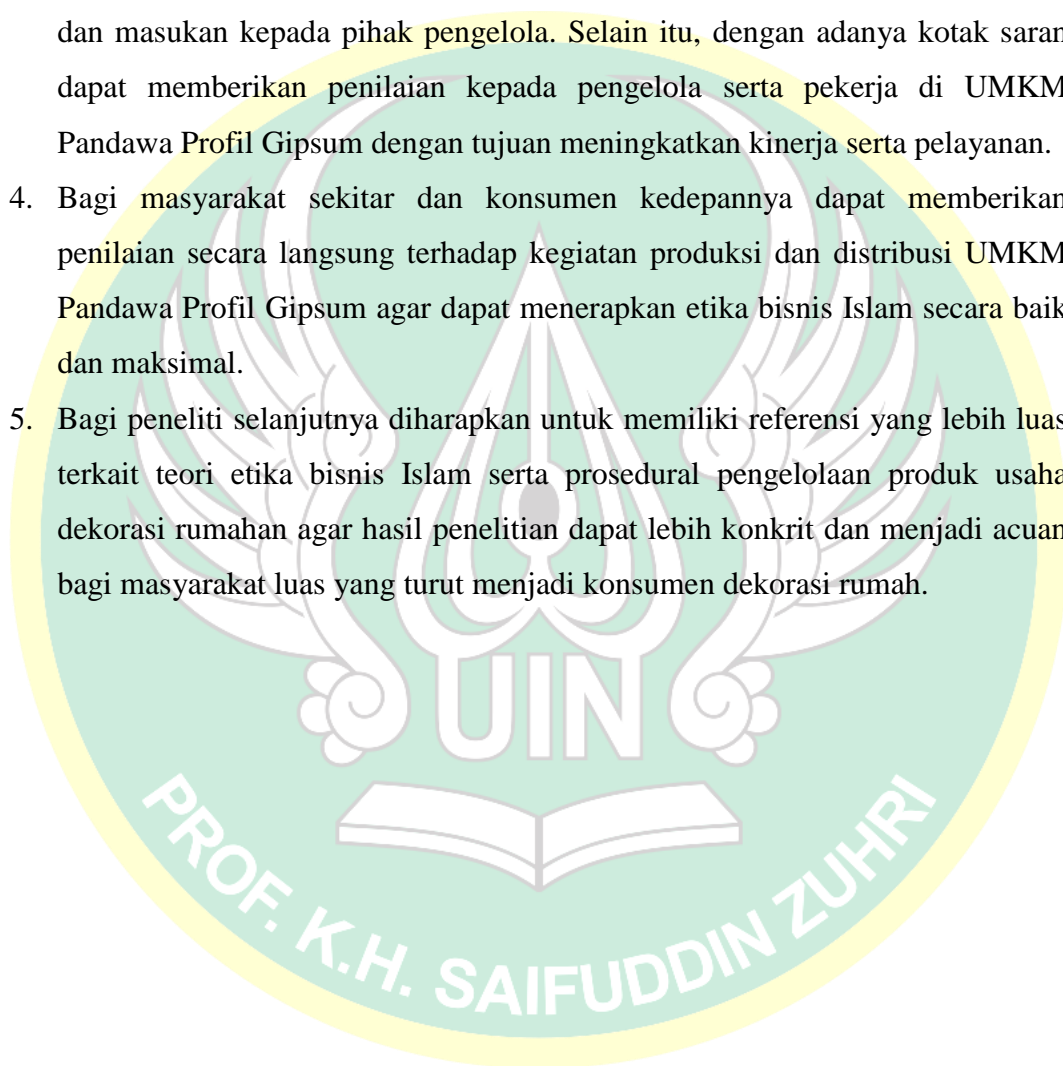
PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Implementasi etika bisnis dalam proses produksi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum adalah dengan bertikad baik dalam kegiatan usahanya dengan niat ibadah, memberikan informasi benar, jelas dan jujur serta memberikan penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, memperlakukan serta melayani konsumen dengan benar, jujur serta tidak diskriminatif, menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi berdasarkan ketentuan standar mutu yang berlaku, serta memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan jasa yang diperdagangkan.
2. Implementasi etika bisnis dalam proses distribusi pada UMKM Pandawa Profil Gypsum adalah dengan selalu menghidupi amal niat ibadah dan ikhlas, memberikan informasi barang secara jujur apa adanya, tidak mendistribusikan barang produksi yang berbahaya dan haram, melakukan metode distribusi yang jujur, amanah dan berakhlak, bersikap melayani dengan rendah hati, menetapkan harga sesuai kualitas, memenuhi takaran, ketepatan, kelugasan dan kebenaran, menjaga sikap adil, menjelaskan spesifikasi secara jujur dan transparan, membebaskan konsumen memilih sesuai keinginannya, memberikan kompensasi ganti rugi atas kerugian akibat penggunaan atau barang tidak sesuai dengan perjanjian.
3. Implementasi etika bisnis pada proses produksi dan distribusi di UMKM Pandawa Profil Gypsum perspektif etika bisnis Islam adalah dengan diterapkannya prinsip-prinsip kesatuan, keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, kebenaran. UMKM Pandawa Profil Gypsum tidak hanya memberi kebutuhan dan kepuasan kepada konsumennya saja melainkan juga menjadi sarana ketaatan kepada Allah SWT, dengan tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi namun juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dengan tidak mengabaikan lingkungan sosialnya.

B. Saran

1. Bagi pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum agar tetap menggunakan bahan baku yang mutunya tinggi. Hal ini untuk menjamin kualitas produk yang diproduksi dan didistribusikan secara luas. Serta, untuk memberikan kotak saran yang dapat digunakan oleh konsumen yang ingin memberikan kritikan dan masukan kepada pihak pengelola. Selain itu, dengan adanya kotak saran dapat memberikan penilaian kepada pengelola serta pekerja di UMKM Pandawa Profil Gypsum dengan tujuan meningkatkan kinerja serta pelayanan.
4. Bagi masyarakat sekitar dan konsumen kedepannya dapat memberikan penilaian secara langsung terhadap kegiatan produksi dan distribusi UMKM Pandawa Profil Gypsum agar dapat menerapkan etika bisnis Islam secara baik dan maksimal.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memiliki referensi yang lebih luas terkait teori etika bisnis Islam serta prosedural pengelolaan produk usaha dekorasi rumahan agar hasil penelitian dapat lebih konkrit dan menjadi acuan bagi masyarakat luas yang turut menjadi konsumen dekorasi rumah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman dan Soejono (2005) *Metode Penelitian : Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Akbar, N. S. dan Mus'if, A. (2021) "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Produksi Kerupuk Rajungan Di Desa Polagan," *Qawwam: The Leader's Writing*, 2(2), hal. 139–150. Tersedia pada: <https://jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/107%0Ahttps://jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/download/107/68>.
- Alma, B. (2001) *Ajaran Islam dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Amelia, S., Fasa, M. I. dan Suharto (2022) "Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi dan Distribusi Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), hal. 305–313.
- Aziz, A. (2013) *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badrun, F., Suhendra dan Mufraeni, M. A. (2015) *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- BAPPEDA (2021) *Rembug Klaster Tahun 2021*, bappeda.cilacapkab.go.id. Tersedia pada: <https://bappeda.cilacapkab.go.id/2021/06/11/rembug-klaster-tahun-2021/#:~:text=Cilacap jumlah UMKM sampai dengan,Cilacap>.
- Bukhari, A. (2009) *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Djakfar, M. (2008) *Etika Bisnis Islam Tataran Teori Dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press Anggota IKAPI.
- Djunaidy Ghony, M. dan Almanshur, F. (2012) *Metode Penelitian Kualitatif*. Diedit oleh R. Tyas Sari. Jakarta: Ar-ruzz Media.
- Fuad, M. *et al.* (2006) *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haftareta, S. S. (2020) *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Budidaya Jamur Tiram Putih "Sari Kayu" Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto*. UIN Sunan Ampel Surabaya. Tersedia pada: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034%0Ahttps://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/art>

icle/viewFile/19288/19711%0Ahttp://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf.

Harapan, S. S. (2011) *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.

Hasan, A. (2009) *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hasoloan, A. (2018) “Peranan Etika BIsnis Dalam Perusahaan Bisnis,” *Jurnal Warta*.

Hotimah, H. (2020) “Analisis Penerapan Etika Bisnis Dan Nilai Perusahaan Pt Axa Mandiri Financial Services,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), hal. 570–580. doi: 10.31933/jemsi.v1i6.219.

Hulaimi, A., Sahri dan Huzaini, M. (2017) “Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi,” *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2. doi: <http://dx.doi.org/10.15548/jebi.v2i1.64>.

Idri (2015) *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi)*. Jakarta: Kencana.

Ihwanudin, N., Saripudin, U. dan Suryani (2020) “Keseimbangan Dalam Produksi, Distribusi dan Konsumsi Sebagai Upaya Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan,” *Al-Insiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 6(2).

Inayah, L. L. (2021) “Implementasi Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Budaya Kerja Karyawan di BMT UAS Senori Kabupaten Tuban,” *Journal of Islamic Banking*, 2(1), hal. 96–129.

Iqbal Hasan, M. (2002) *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Diedit oleh K. M.S dan Lolita. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ismanto, K. (2015) *Manajemen Syari’ah (Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

KBBI (2022) *Arti Kata Etika*, official website of Kamus Besar Bahasa Indonesia. Tersedia pada: <https://www.kbbi.web.id/etika> (Diakses: 8 Juni 2022).

Lestari, N. dan Setianingsih, S. (2019) “Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Produsen Genteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah),” *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(1).

- Lubaba, A. dan Prasetyoningrum, A. K. (2019) “Etika Bisnis Islam : Implementasi Pada UMKM Wirausahawan Krupuk Tayamum Di Desa Sarirejo Kec. Kaliwungu Kab. Kendal,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22, hal. 27–36. doi: <http://dx.doi.org/10.31941/jebi.v22i01.751>.
- Mahfuz, M. (2020) “Produksi dalam Islam,” *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 4(01), hal. 17–38. doi: [10.34005/elarbah.v4i01.1055](https://doi.org/10.34005/elarbah.v4i01.1055).
- Mannan, A. dan Ratih, I. S. (2021) “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM,” *IZZII : Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), hal. 133–147.
- Maulana, A. S. dan Fikriyah, K. (2021) “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pembudidaya Ikan Guppy (Studi Pada Guppyjunior Surabaya),” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(3), hal. 41–52.
- Muhammad dan Fauroni, R. L. (2002) *Visi Al-Qur’an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Natadiwirya, M. (2007) *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Granada Press.
- Purba, E., Karim, A. dan Trianovie, S. (2019) “Sistem Informasi Pendataan Usaha Micro Kecil Dan Menengah Pada Dinas UMKM Labuhanbatu Berbasis Web,” *Jurnal Ilmiah Infotek*, 1(3), hal. 1–8.
- Purhantara, W. (2010) *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Romadona, W. S. B. dan Ulfi, I. (2021) “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Desa Jumbleng Indramayu,” *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 6(3), hal. 65. doi: [10.32503/jmk.v6i3.1927](https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1927).
- Saleh, S. (2017) *Analisis Data Kualitatif*. Diedit oleh H. Upu. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Sattar (2017) *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Segati, A. (2022) “Model Strategi Pengembangan UMKM dalam Halal Lifestyle di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 1(1).
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Suherman, D., Kusnadi dan Rahman, N. (1998) *Pengantar Bisnis (Niaga) dengan Pendekatan Kewiraswastaan*. Malang: STAIN Pers.

Suminto, A. (2020) “Etika Kegiatan Produksi: Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Islamic Economics Journal*, 6(1), hal. 123–138.

Suryana (2016) *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Tarigan, A. A. (2012) *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Bandung: Ciptapustaka Media.

Wati, D., Arif, S. dan Devi, A. (2021) “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), hal. 141–154. doi: 10.47467/elmal.v3i1.654.

Yunia, N. (2018) “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil,” *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh*, 1(1).

Zamzam, F. dan Aravik, H. (2020) *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta:Deepublish.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PEMILIK UMKM PANDAWA PROFIL GIPSUM

Nama : Sadino

Jabatan : Pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum

1. Kapan usaha Gypsum didirikan?
2. Siapa pengelola usaha Gypsum di awal pendirian?
3. Dimana alamat usaha Gypsum ini?
4. Apa saja jenis produk yang ditawarkan?
5. Seperti apa struktur organisasi yang digunakan oleh usaha Gypsum ini?
6. Apa tugas dari masing-masing struktur organisasi tersebut?
7. Apa visi dan misi usaha Gypsum ini?
8. Berapa jumlah karyawan di usaha Gypsum ini?
9. Bagaimana jam kerja di usaha Gypsum ini?
10. Bagaimana sistem penggajian karyawan?
11. Siapakah pesaing dari usaha Gypsum ini?
12. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan?
13. Berapa harga yang ditawarkan dari produk tersebut?
14. Dalam melakukan promosi, menggunakan media apa saja?
15. Siapa dan sampai manakah pemasaran produk ini?



PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KARYAWAN UMKM PANDAWA PROFIL GIPSUM

Nama : Imron
Jabatan : Produksi

1. Apa saja yang harus dilakukan di bagian produksi?
2. Bagaimana tahapan dalam proses pembuatan produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?
3. Bagaimana pemanfaatan limbah atau sisa dari produksi?
4. Apa ada hambatan atau kendala ketika proses produksi dilakukan?



PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KARYAWAN UMKM PANDAWA PROFIL GIPSUM

Nama : Andri
Jabatan : Produksi

1. Apa saja bahan-bahan yang dibutuhkan untuk proses produksi?
2. Bagaimana kualitas bahan yang digunakan dalam proses produksi?
3. Apakah kualitas bahan mempengaruhi hasil produksi?
4. Bagaimana takaran atau perbandingan setiap bahan untuk produksi?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KARYAWAN UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM**

Nama : Ade
Jabatan : Produksi

1. Bagaimana sistem pembagian kerja dibagian produksi?
2. Apa merasa keberatan dengan pembagian kerja yang dilakukan?
3. Apa saja kendala dalam melakukan kegiatan produksi terutama saat pemasangan produk?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KARYAWAN UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM**

Nama : Mugi

Jabatan : Supir

1. Bagaimana jobdesk yang dilakukan sebagai supir?
2. Apa kendala dalam mendistribusikan produk?
3. Bagaimana solusi untuk menghadapi kendala atau hambatan yang terjadi saat proses distribusi produk?
4. Bagaimana packing produk supaya tetap aman dan terhindar dari kerusakan ketika proses distribusi berlangsung?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KARYAWAN UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM**

Nama : Heru
Jabatan : Grafis

1. Apa saja jobdesk dari bagian grafis?
2. Apa kendala selama ini di bagian grafis?
3. Untuk zaman sekarang kebanyakan konsumen meminta custom motif yang seperti apa?
4. Untuk jam kerja grafis apakah ada kendala?



PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PELANGGAN UMKM PANDAWA PROFIL GIPSUM

Nama : Siswanto
Jabatan : Pemborong

1. Hal menarik apa yang membuat anda menjadi pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum?
2. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dilihat dari hasil produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?
3. Bagaimana pendapat anda terkait pencampuran salah satu bahan baku yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PELANGGAN UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM**

Nama : Kusdaliman

Jabatan : Konsumen

1. Hal menarik apa yang membuat anda menjadi pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum?
2. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dilihat dari hasil produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?
3. Bagaimana pendapat anda terkait pencampuran salah satu bahan baku yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PELANGGAN UMKM PANDAWA
PROFIL GIPSUM**

Nama : Siti Baenatun

Jabatan : Konsumen

1. Hal menarik apa yang membuat anda menjadi pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum?
2. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dilihat dari hasil produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?
3. Bagaimana pendapat anda terkait pencampuran salah satu bahan baku yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum?



Lampiran 2

Hasil Wawancara Dengan Sadino Pemilik UMKM Pnadawa Profil Gypsum

- Peneliti : Kapan usaha Gypsum didirikan?
Responden : Usaha ini didirikan pada tahun 2007 dengan modal awal sekitar 30 juta mba hasil eksekusi saya sepulang merantau.
- Peneliti : Siapa pengelola usaha Gypsum di awal pendirian?
Responden : Ya saya sendiri, karena saya disini istilahnya adi kuasa, saya berkuasa sendiri kaya utang piutang ya saya catat sendiri. Karena ini usaha rumahan sebenarnya, jadi untuk manajemen keuangan itu tidak terkonsep seperti pada cv-cv yang lain. Yang ada marketingnya, ada bagian debit audit keuangan nah kalo kita itu engga mba, ya itu awal itu kan bekerja untuk diri sendiri eh Alhamdulillah kita masih bisa memberikan pekerjaan untuk masyarakat sekitar juga bisa ngasih sedikit keuntungan untuk masjid-masjid di sekitar.
- Peneliti : Dimana alamat usaha Gypsum ini?
Responden : Pandawa Profil Gypsum berada di Kalijaran tepatnya di Jalan Kalijaran-Paketingan, dusun Tinggarjambe desa Kalijaran kecamatan Maos kabupaten Cilacap.
- Peneliti : Apa saja jenis produk yang ditawarkan?
Responden : Awal produksi hanya memproduksi berbagai ornamen gypsum, sekarang merambat ke GRC (krawangan, relief, menara masjid, kubah masjid, plafon), produk beton juga kaya lis beton, profil beton, ornamen beton paras dan alur tempel.
- Peneliti : Seperti apa struktur organisasi yang digunakan oleh usaha Gypsum ini?
Responden : Strukturnya ya langsung dari saya terus ke teman-teman bagian produksi, grafis sama supir.
- Peneliti : Apa tugas dari masing-masing struktur organisasi tersebut?
Responden : Saya sendiri selaku pemilik berperan dalam hal mengelola, mengatur dan mengambil keputusan serta kebijakan untuk kemajuan Pandawa Profil Gypsum. Selain itu, berperan dalam ranah administrasi, pemasaran, pemesanan dan pelayanan produk dan jasa dari Pandawa Profil Gypsum. Karyawan Produksi berperan dalam proses produksi produk-produk yang ditawarkan, dari pengolahan bahan hingga *finishing* yang meliputi pengolahan bahan produksi, pengeringan, pengecoran serta pemasangan. Pemasangan biasanya dilakukan sesuai kesepakatan bersama dengan konsumen. Karena ada beberapa konsumen yang hanya memesan produk tanpa pemasangan secara langsung dan begitupun sebaliknya. Bagian grafis berperan dalam mencetak atau mendesain sebuah produk yang akan dihasilkan, termasuk desain yang dibutuhkan atas permintaan konsumen. Bagian karyawan supir berperan dalam menyalurkan produk-produk yang sudah

dipesan untuk diteruskan ke konsumen dan pelanggan. Selain itu, peran supir juga menjaga dan memastikan produk yang akan dikirimkan selalu dalam keadaan baik dan tidak cacat selama proses pengiriman berlangsung.

Peneliti : Apa visi dan misi di usaha Gypsum ini?

Responden : Visinya ya jadi penyedia barang dan jasa dekorasi rumah dengan berbagai plafon, jenis dan ornament gypsum lainnya yang profesional, amanah dan memiliki standar kualitas produk yang baik demi kepuasan konsumen mba. Kalo misinya ya mengembangkan ekonomi kreatif dan membuka lapangan pekerjaan sektor usaha gypsum di Kalijaran, selalu profesional dengan bertanggungjawab dan menjaga kepercayaan pelanggan. Bekerja dengan hati tulus terhadap atasan maupun bawahan, rekan kerja dan customer ataupun pelanggan. Serta berinovasi untuk selalu meningkatkan pelayanan dan mutu produk-produk ornament gypsum.

Peneliti : Berapa jumlah karyawan di usaha Gypsum ini?

Responden : Ya ada sekitar 12-15 orang si, cuman kadang ada yang masuk keluar. Kalo lagi ada yang butuh ya silahkan pada ikut kerja, yang tetap sampe sekarang si 12 orang yang udah terbagi ke bagian produksi, grafis sama bagian pendistribusian itu supir.

Peneliti : Bagaimana jam kerja di usaha Gypsum ini?

Responden : Jam kerja dimulai dari pukul 07.30 sampai dengan pukul 16.00, kalo jam sebelum duhur itu berhenti mba, buat istirahat makan solat. Itu pulang kerumah karena kan rumah dekat jadi pada pulang nanti jam 1 siang itu berangkat lagi dan jam 4 sore itu sudah pulang. Jadi buat bersih-bersih buat solat asar itu sudah dirumah. Kalo misal dibikin pulang jam 5 sore kan mepet mahrib jadi kan nanti malah asarnya terlambat. Makanya disini sebelum jam 4 sore sudah pulang, dan hari kerjanya 5 hari kerja mba.

Peneliti : Bagaimana sistem pembagian gaji karyawan?

Responden : Kalo upah kerja itu harian tapi dibuat per minggu mba, jadi kan ada lima hari kerja ya saya bagi jumat sorenya.

Peneliti : Siapakah pesaing dari usaha Gypsum ini?

Responden : Saya belajar dari pengusaha gypsum yang lain Kami saling melengkapi produk. Pesaing pasar itu gak ada, bagi saya pesaing itu ya kawan saya. Motif di pasaran itu walaupun sama pasti ada ciri khasnya sendiri mba, desain-desain ornament sekarang itu sudah bagus-bagus banget. Kalo saya ngandelin motif yang itu-itu saja ya pasti saya gak akan bertahan. Selalu berinovasi tapi tidak meninggalkan ciri khas produk itu yang paling utama dan selalu jadi tantangan saya, terlebih lagi saya hanya lulusan SMP, pasti kalah jauh lah. Makanya saya harus lawan arus, coba-coba motif baru bahan baru. Gagal ya coba lagi, yang penting ikuti perkembangan.

Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan?

Responden : Bahan-bahan dari kualitas yang bagus, seperti bahan pasir dari pasir muntitan dan cikalong yang sudah terjamin kualitasnya. Pembelian bahan baku sudah saya rancang, dan nota nya juga jelas. Kalo yang buat beli serabut GRC, saya ambil di PT JUSTUS KIMIA RAYA itu distributor bahan-bahan kimia. untuk pembelian bahan-bahan semuanya saya bayar langsung mba, biar aman kan akhirnya sudah jadi langganan. Kalo ke pasir juga, pesan terus saya kasih uang dp dan setelah itu ya pelunasan. Inshaallah dengan bahan yang berkualitas juga akan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing dengan produk lain yang semacam.

Peneliti : Berapa harga yang ditawarkan dari produk tersebut?

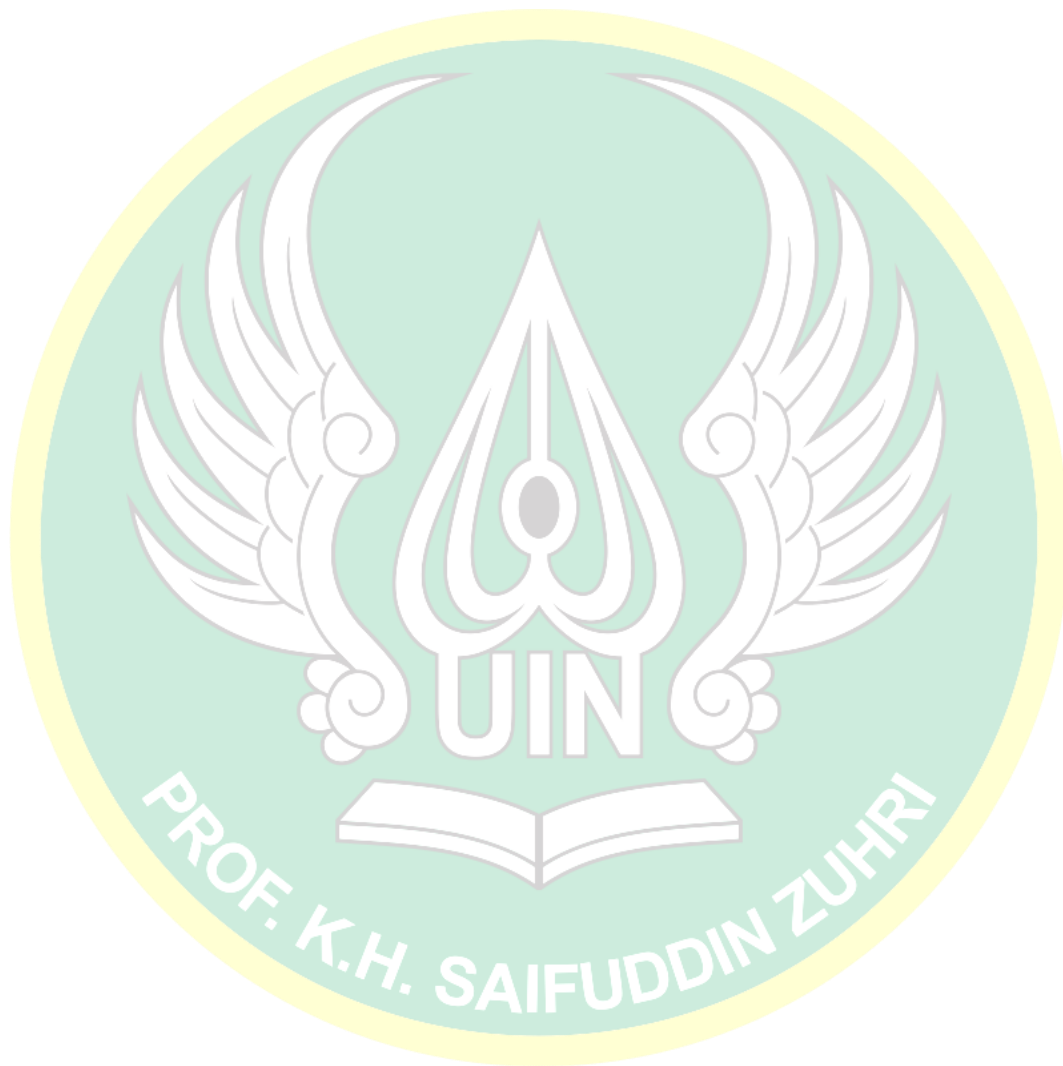
Responden : Untuk harga produk dari kita menyesuaikan harga di pasaran dan harga itu relatif mba, karena dalam praktiknya ada nego-nego itu ya kadang-kadang ya kita memberikan harga terbaik yang penting kita masih dapat lebih lah kaya gitu. Karena kita gak langsung semua ketemu dengan pihak pertama, kadang kan melalui penyalur kaya masuk ke jasa interior. Dia jasa interior butuh jasa kita nah akhirnya kita nge-sub, kalo ke kontraktor juga kita nge-sub. Cuman kalo kontraktor itu sudah merasa terbantu ya mereka sadar bagaimana caranya biar jalan bareng. Sebenarnya relatif untuk berapa persennya, karena kalo liat dari porsi dan porsinya besar kita bisa kasih harga dibawah harga pasaran, porsinya besar dan speknya itu spek satu ukuran jadi cetakan lebih produktif, tapi kalo porsinya besar tapi ukurannya banyak kan repot juga jadi harus rehab cetakan, cetak satu rehab lagi cetak satu rehab lagi seterusnya kan beda ya mba jadi disitu letak labilnya harga.

Peneliti : Dalam melakukan promosi, menggunakan media apa saja?

Responden : Kalo media ya online di wa, fb, instagram cuman saya tidak terlalu aktif di fb dan instagram lebih ke wa yang bisnis mba. Kalo profil beton itu dulu pemasaran bisa di keliling seperti sales gitu, setiap ada bangunan kita hampiri, kalo di perumahan ya kita ketemu tuan rumahnya atau gak tukang-tukangnya. Terus kalo instansi kadang-kadang kita nemuin orang yang paling berpengaruh disitu misalkan ada pembrongnya atau mandornya kadang-kadang juga komite itu kalo langsung ke bangunan. Kalo sistem ke pedagang atau ke toko-toko besi itu ya kita bawa katalog, bawa daftar harga, bawa sampel fisik. Kemudian ke pangkalan-pangkalan ornamen misal stand gipsum kadang kan dari mereka kurang lengkap jadi kita melengkapi. Sesama pengusaha kita tidak ada etika persaingan itu gak ada, justru kita itu saling melengkapi. Kalo bicara persaingan menurut saya itu lebih cenderung kepada inovasi mba, setiap ada inovasi baru kita harus pecahkan itulah tantangan dan saingan saya.

Peneliti : Siapa dan sampai manakah pemasaran produk ini?

Responden : Ya dari melayani kebutuhan masyarakat sekitar, khususnya ke toko-toko bangunan, kontraktor-kontraktor bangunan seperti rumah, masjid-masjid dan instansi perkantoran. Distribusinya sebenarnya sudah sampai Tangerang, Palimanan, daerah Tegal, Banyumas, Gombong, Kebumen, Purbalingga, Banjarnegara wilayah Cilacap (Cilacap Timur seperti kroya dan sekitarnya, Cilacap Barat seperti Gandrung, Majenang, Sidareja, da Cilacap kota).



Hasil Wawancara
Dengan Imron Karyawan Bagian Produksi UMKM Pandawa Profil Gypsum

- Peneliti : Apa saja yang harus dilakukan di bagian produksi?
Responden : Ya dari persiapan bahan baku, pengolahan bahan hingga *finishing* yang meliputi pengolahan bahan produksi, pengeringan, pengecoran serta pemasangan. Dari ayak pasir, takaran pasir, semen, air gitu-gitu si mba intinya mah produksi ya ngelola bahannya sampe tahap akhir selesai ya pemasangan.
- Peneliti : Bagaimana tahapan dalam proses pembuatan produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?
Responden : Tahapan secara keseluruhan ya dari tahap desain, pembuatan acuan, master penutup, moulding, produksi degan teknik setak tuang, dan ditahap finishing untuk perbaikan sebelum di curing atau dikeringkan mba gitu.
- Peneliti : Bagaimana pemanfaatan limbah atau sisa dari produksi?
Responden : Limbahnya kadang-kadang dimaksimalkan untuk pembuatan bata beton, itu kan limbah adonan dari finsihing kan gak langsung abis jadi sisanya biar ada bentuknya minimal untuk batako yang lebih familiar kalo bata beton apasi ini bata beton jadi disebutnya batako aja. Nah kalo limbah pasir, kan di ayak paling masih ada sisa batu-batu kecil ya mba itu masih laku di bangunan dijadiin cor pelataran gitu.
- Peneliti : Apa ada hambatan atau kendala ketika proses produksi dilakukan?
Responden : Sejauh ini masih aman-aman saja, paling kalo lagi ada borongan kan itu lemburan ya tapi masih bisa diatasi si karena kalo dari bahan ready stock semua ya proses produksi aman-aman saja.

Hasil Wawancara

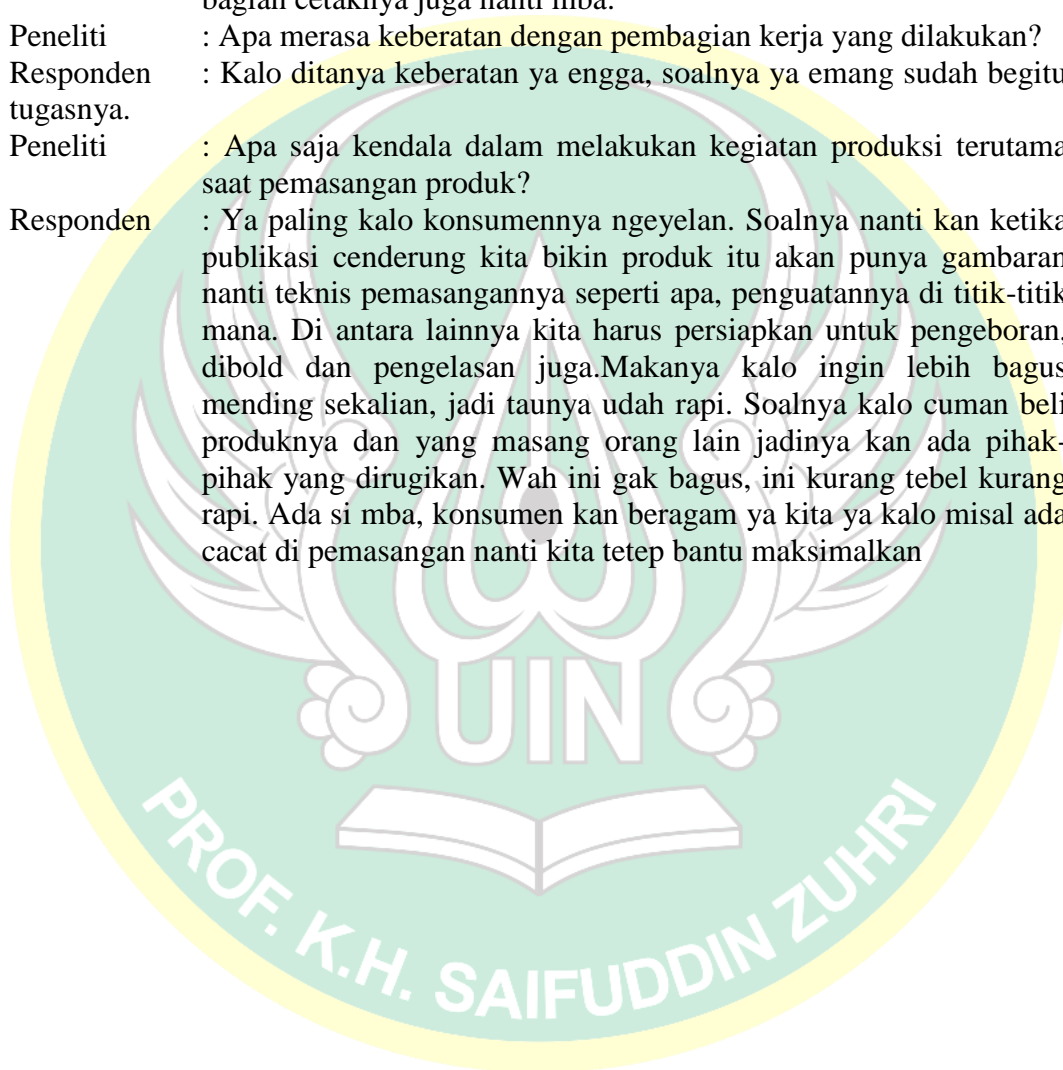
Dengan Andri Karyawan Bagian Produksi UMKM Pandawa Profil Gypsum

- Peneliti : Apa saja alat dan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk proses produksi?
- Responden : Alatnya masih sederhana kaya kaleng, cangkul, ayakan pasir, catut, tang, cetakan ornamen, kuas spon, ornamen gitu-gitu sama bahan ya utamanya pasir, semen, air, kapur, casting rowing gitu mba soalnya nanti per item produk ada tambahan bahan sendiri-sendiri sesuai jenis dan takaran untuk produknya.
- Peneliti : Bagaimana kualitas bahan yang dicampur untuk digunakan dalam proses produksi?
- Responden : Sebenarnya kalo dari segi produksi, pencampuran pasir itu ya gapapa mbak, karena yang terpenting dalam pemilihan pasirnya gak jomplang. Jadi produk yang dihasilkan tetep kuat dan bagus. Karena kalo cuman pakai pasir yang kualitas nomer 1 atau pasir muntilan tok itu kan harganya tinggi banget, makanya dari segi produksi pun di siasati dengan pasir kualitas nomer 2 itu yang pasir cikalong
- Peneliti : Apakah kualitas bahan mempengaruhi hasil produksi?
- Responden : Mempengaruhi banget mba, kalo dari kualitas sudah bagus otomatis untuk hasil produknya akan mengikuti.
- Peneliti : Bagaimana takaran atau perbandingan setiap bahan untuk produksi?
- Responden : Produksi ornamen dibanding produk beton yang lain takarannya lebih diatas rata-rata, lebih mengarah ke bagaimana penguatnya. Kalo misal cor beton 1:2:3 (1 semen, 2 pasir 3 nya split), tapi kalo produk beton itu bisa 3:1 (pasirnya 3, semennya 1). Kaya yang di ajarin pak Sadino untuk takaran lain kan lebih ke 123. Tapi khusus beton itu semen bisa perbandingannya 3 sendiri.

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Hasil Wawancara
Dengan Ade Karyawan Bagian Produksi UMKM Pandawa Profil Gypsum

- Peneliti : Bagaimana sistem pembagian kerja dibagian produksi?
Responden : Dibagian produksi ada kurang lebih 8 orang dan masing-masing sudah ada pembagian sendiri, ada yang bagian persiapan bahan kaya kayak pasir, bagian percampuran bahan-bahan terus ada yang bagian cetaknya juga nanti mba.
- Peneliti : Apa merasa keberatan dengan pembagian kerja yang dilakukan?
Responden : Kalo ditanya keberatan ya engga, soalnya ya emang sudah begitu tugasnya.
- Peneliti : Apa saja kendala dalam melakukan kegiatan produksi terutama saat pemasangan produk?
Responden : Ya paling kalo konsumennya ngeyel. Soalnya nanti kan ketika publikasi cenderung kita bikin produk itu akan punya gambaran nanti teknis pemasangannya seperti apa, penguatannya di titik-titik mana. Di antara lainnya kita harus persiapkan untuk pengeboran, dibold dan pengelasan juga. Makanya kalo ingin lebih bagus mending sekalian, jadi taunya udah rapi. Soalnya kalo cuman beli produknya dan yang pasang orang lain jadinya kan ada pihak-pihak yang dirugikan. Wah ini gak bagus, ini kurang tebal kurang rapi. Ada si mba, konsumen kan beragam ya kita ya kalo misal ada cacat di pemasangan nanti kita tetep bantu maksimalkan



Hasil Wawancara
Dengan Mugi Karyawan Bagian Distribusi UMKM Pandawa Profil Gypsum

- Peneliti : Bagaimana jobdesk yang dilakukan sebagai supir?
Responden : Utamanya menyalurkan produk-produk yang sudah dipesan untuk diteruskan ke konsumen dan pelanggan. Selain itu, peran supir juga menjaga dan memastikan produk yang akan dikirimkan selalu dalam keadaan baik dan tidak cacat selama proses pengiriman berlangsung gitu ya mba.
- Peneliti : Apa kendala dalam mendistribusikan produk?
Responden : Kalo dari saya selaku sopir dituntut untuk stand by terus mba, karena pengiriman kan pasti ada yang dadakan juga. Saya juga gak ahli banget di bidang produksi, kalo ada pengiriman saya harus posisi siap. Hambatan di perjalanan tuh semisal tiba-tiba hujan, di kota ini gak hujan ni tapi kok di sini hujan jadi saya harus siap sedia terpal buat nutup kan karena kita pakai mobil bak terbuka mba.
- Peneliti : Bagaimana solusi untuk menghadapi kendala atau hambatan yang terjadi saat proses distribusi produk?
Responden : Nanti kita komunikasi ke konsumen semisal bakal telat datang karena kondisi cuaca juga terkadang ban mobil bocor atau mogok juga kan gak ada yang tau dan kondisi jalan juga mempengaruhi si mba. Yang penting saya selalu komunikasikan dulu biar tidak ada kesalahpahaman terkait pesanan
- Peneliti : Bagaimana packing produk supaya tetap aman dan terhindar dari kerusakan ketika proses distribusi berlangsung?
Responden : Kalo untuk packing ya aman di iketnya ya gak iket asal, harus sesuai sama titik-titik pas pemasangannya juga. Jadi nanti dipastikan aman lah gitu.

Hasil Wawancara
Dengan Heru Karyawan Bagian Grafis UMKM Pandawa Profil Gypsum

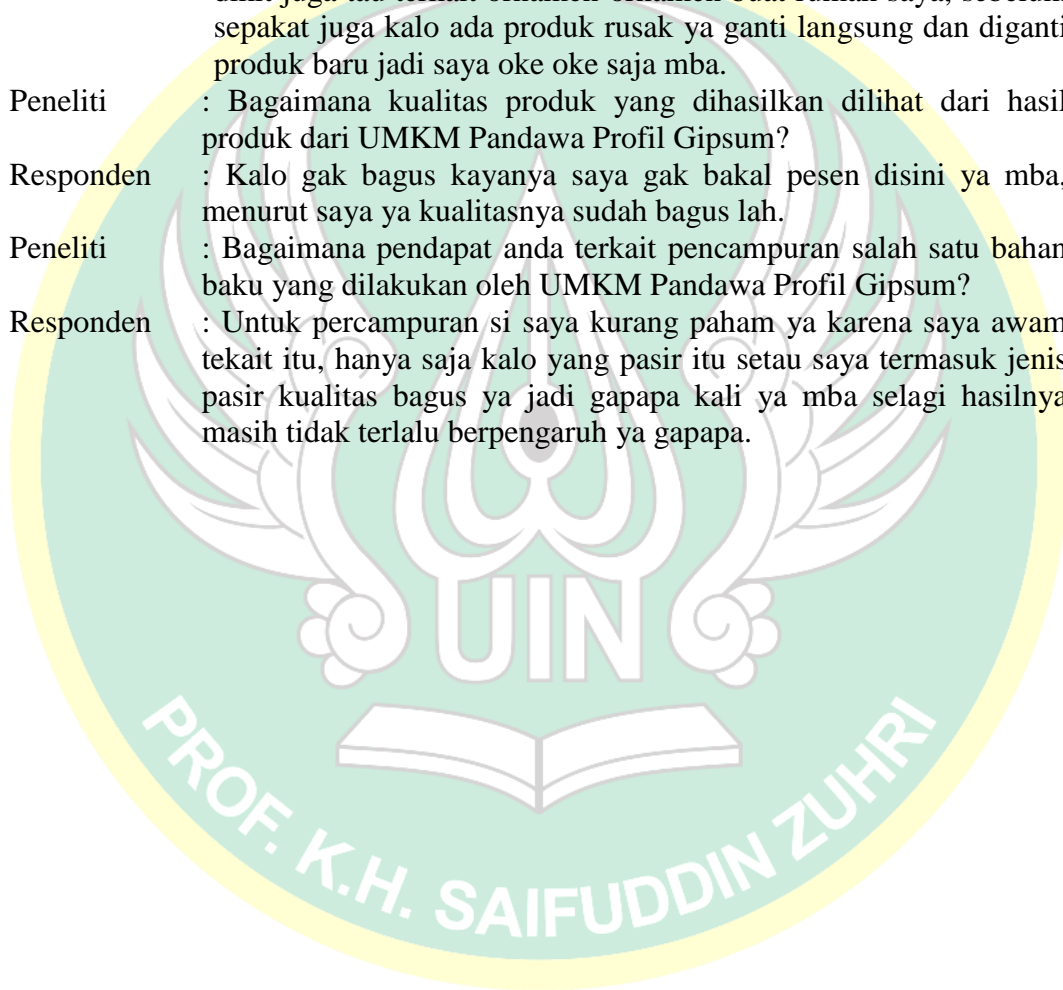
- Peneliti : Apa saja jobdesk dari bagian grafis?
Responden : Yaa mencetak atau mendesain sebuah produk yang akan dihasilkan, termasuk desain yang dibutuhkan atas permintaan konsumen gitu ya.
- Peneliti : Apa kendala selama ini di bagian grafis?
Responden : Kendalanya ya karena sendirian jadi kaya desain tuh kan mikir banget ya, aduh desain apa lagi yaaa gimana lagi ya. Makanya dari pak Sadino juga lagi nyari tukang desain lagi kadang juga untuk desain kaya kaligrafi yang buat di masjid-masjid masih butuh bantuan orang luar karena kemampuan saya kan juga terbatas mba.
- Peneliti : Untuk zaman sekarang kebanyakan konsumen meminta custom motif yang seperti apa?
Responden : Lebih ke motif milenial yang abstrak tapi elegan gitu, gak meninggalkan ciri khas jaman dulu tapi ada unsur modern nya juga.
- Peneliti : Untuk jam kerja grafis apakah ada kendala?
Responden : Gak ada si, Kalo jam kerja itu jam 7 pagi paling telat jam setengah 8 sudah berangkat saya mba, nyaman juga kalo kerja disini. Bapak baik juga bebasin karyawan ya pokoknya gak yang bikin tertekan lah paling kalo lagi ada borongan itu memang lembur dan upah ya sesuai. Karena rumah saya deket jadi setiap jam istirahat saya pulang. Enaknya disitu mba, kalo merantau kan gakbisa tiap hari pulang. Buat solat duhur dan solat asar juga gak terlambat jadi gak grusa-grusu.

Hasil Wawancara
Dengan Siswanto Pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum

- Peneliti : Hal menarik apa yang membuat anda menjadi pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum?
- Responden : Dulu saya harus ke kota kalo ada borongan rumah, sejak ada Pandawa Profil ya jadi terjangkau. Produknya juga beragam, nanti saya diskusi dengan pemilik rumah konsepnya mau gimana-gimana nah setelah hasil sudah fix saya tinggal diskusi dengan pak Sadino. Mudahnya ya itu mba, kalo butuh apa langsung aja dibicarakan bareng dengan bapak Sadino, butuh ini butuh itu karena beliau selalu cepat tanggap jadikan mempermudah juga, minta motif dan spek apapun asal pas nego deal ya gampang mba karena karo wonge dewek istilah wong jawa ya kepenakan lah bapak Sadino ne.
- Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dilihat dari hasil produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?
- Responden : Sejauh ini ya sudah sesuai standar si mba, bagus-bagus. Sejauh ini si masih sreg dengan produknya.
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait pencampuran salah satu bahan baku yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum?
- Responden : Saya percaya soalnya ini kan pasirnya juga bagus, saya juga kadang pesen pasir ke beliau biar sekalian. Produknya itu mau jenis dan motifnya apa aja insyaallah disangupi. Jadi saya sampai sekarang kalo ada borongan bangun rumah, pasti saya ke Pandawa Profil, kalo terkait pencampuran pasir itu yang kualitas nomer 1 sama nomer 2 saya rasa tidak terlalu berpengaruh karena mereka pasti sudah memperhitungkan perbandingannya mba.

Hasil Wawancara
Dengan Kusdaliman Konsumen UMKM Pandawa Profil Gypsum

- Peneliti : Hal menarik apa yang membuat anda menjadi pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum?
- Responden : Saya pakai produk dan jasa dari Pandawa Profil karena gampang aja komunikasinya, bapak Sadino ramah sekali karyawannya juga cekatan-cekatan. Ini lokasinya juga dekat jadi gak perlu jauh-jauh ke kota. Apa yang dibutuhkan langsung diarahkan jadi saya dikit-dikit juga tau terkait ornamen-ornamen buat rumah saya, sebelum sepakat juga kalo ada produk rusak ya ganti langsung dan diganti produk baru jadi saya oke oke saja mba.
- Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dilihat dari hasil produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?
- Responden : Kalo gak bagus kayanya saya gak bakal pesen disini ya mba, menurut saya ya kualitasnya sudah bagus lah.
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait pencampuran salah satu bahan baku yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum?
- Responden : Untuk percampuran si saya kurang paham ya karena saya awam terkait itu, hanya saja kalo yang pasir itu setau saya termasuk jenis pasir kualitas bagus ya jadi gapapa kali ya mba selagi hasilnya masih tidak terlalu berpengaruh ya gapapa.



Hasil Wawancara
Dengan Siti Baenatun Konsumen UMKM Pandawa Profil Gypsum

Peneliti : Hal menarik apa yang membuat anda menjadi pelanggan UMKM Pandawa Profil Gypsum?

Responden : Saya tahun kemarin buat rumah dan pakai jasa interior dari Pandawa Profil, gampangnya itu karena lokasinya dekat dan saya gak terlalu paham mengenai interior rumah. Ini kan rumah anak saya, cuman anak saya di Jakarta jadi saya yang suruh mantau dari proses pembangunan sampai finsihing, namanya rumah jaman sekarang ya pakai banyak-banyak ornamen biar ngikuti jaman kan mba. Saya cuman tanya ke anak saya, maunya yang kaya gimana nanti dikomunikasikan dengan pak Sadino kan beliau yang lebih paham, keluar sekitar 22 juta dan saya sudah tinggal terima beres mba.

Peneliti : Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dilihat dari hasil produk dari UMKM Pandawa Profil Gypsum?

Responden : Bagus si mba, namanya jasa interior bikin rumah jadi bagus kan berarti produknya termasuk kualitas bagus juga.

Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait pencampuran salah satu bahan baku yang dilakukan oleh UMKM Pandawa Profil Gypsum?

Responden : Karena saya juga jadi pedagang, saya paham si terkait percampuran bahan. Tapi ketika hal itu dilakukan dan jenis kualitasnya gak jauh berbeda ya gapapa mba. Kalo semisal campurannya jenis 3 sama 5 nah itu sudah gak bagus pasti kali jenisnya masih gak jauh kualitas nomer 1 sama 2 ya gapapa perbandingannya masih bisa di toleransi.

Lampiran 3

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

“PANDAWA PROFIL GYPSUM”

Alamat : Tinggarjambe, Kalijaran, Maos Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sadino
Jabatan : Pemilik Usaha
Alamat : Tinggarjambe, Kalijaran, Maos

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nurul Fadilah
NIM / Fakultas : 1817201026 / Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Telah selesai melakukan penelitian di UMKM Pandawa Profil Gypsum desa Kalijaran, Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap, terhitung mulai tanggal 27 Juni 2022 sampai dengan 26 Juli 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul **“ANALISIS IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA UMKM PANDAWA PROFIL GYPSUM DESA KALIJARAN KECAMATAN MAOS KABUPATEN CILACAP PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat digunakan seperlunya, terimakasih.

Cilacap, 26 Oktober 2022

Mengetahui,

Pemilik Pandawa Profil Gypsum


Sadino


MEMERIKAKAN PESANAN / PASANG
BERBAGAI MACAM PROFIL BETON, GYPSUM - DLL
Jl. Masjid RL 03 / 02 Kalijaran - Maos - Cilacap
NR. 085 647 888 788 - 085 743 508 710

Lampiran 4

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Pemilik UMKM Pandawa Profil Gypsum



Aktivitas karyawan yang sedang proses produksi



Aktivitas Karyawan yang sedang proses produksi



Aktivitas Karyawan yang sedang proses design



Dokumentasi di depan mobil pengangkut produk



Wawancara dengan Siti Baenatun (Konsumen)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Nurul Fadilah
NIM : 1817201026
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 26 Agustus 2001
Alamat : Kalijaran RT 02 RW 02 Maos, Cilacap
Email : fadilahnurul763@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal : a. MI Darwata Kalijaran
b. SMP Negeri 2 Sampang
c. SMA Negeri 1 Maos
Pendidikan Non Formal : Pondok Pesantren Modern El-Fira 1 Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. KSEI IAIN Purwokerto
2. Duta Purwokerto Mengabdi
3. Pengurus PPM El-Fira 1 Purwokerto

