

**ANALISIS SISTEM UPAH DAN PEMASARAN DALAM
PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH: STUDI KASUS DI
KONVEKSI H. ROHMANI KECAMATAN COMAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MUHAMMAD HISYAM ZULFA

NIM. 40122110

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**ANALISIS SISTEM UPAH DAN PEMASARAN DALAM
PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH: STUDI KASUS DI
KONVEKSI H. ROHMANI KECAMATAN COMAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hisyam Zulfa

NIM : 40122110

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“Analisis Sistem Upah dan Pemasaran Dalam Perspektif Maqashid Syariah: Studi Kasus Di Konveksi H. Rohmani Kecamatan Comal”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 29 Juni 2026

Yang Menyatakan,



Muhammad Hisyam Zulfa

NIM. 40122110

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Hisyam Zulfa

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Muhammad Hisyam Zulfa**

NIM : **40122110**

Judul Skripsi : **Analisis Sitem Upah dan Pemasaran Dalam Perspektif Maqashid Syariah Studi Kasus Di Konveksi H. Rohmani Kecamatan Comal**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 29 Juni 2026

Pembimbing,



Dr. Zawawi. M.A.

NIP.197706252008011013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : **Muhammad Hisyam Zulfa**
NIM : **40122110**
Judul : **Analisis Sistem Upah dan Pemasaran Dalam Perspektif
Maqashid Syariah: Studi Kasus Di Konveksi H. Rohmani
Kecamatan Comal**
Dosen Pembimbing : **Dr. Zawawi, M.A.**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 9 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Hj. Marlina, M.Pd.
NIP. 198205302005012001

Penguji II

Qurrota A'yun, M.H.I
NIP. 199103222020122020

Pekalongan, 9 Juli 2026
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. AM. Muh. Khatidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda,
cuman sekiranya kalau kita merasa gagal dalam mencapai mimpi,
jangan khawatir. mimpi mimpi lain bisa diciptakan.”

Windah Basudara

“Aku akan menemukan jalan atau aku akan membuatnya”

Daniel Caesar



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Allah SWT, yang telah mengabulkan doa-doa penulis dan memberikan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini. Atas izin dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta dipertemukan dengan orang-orang yang senantiasa memberikan kebaikan dan dukungan selama proses tersebut.
2. Kedua orang tua tercinta, Ibu Siti Bawon dan Bapak Yusuf, terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tidak pernah berhenti mengiringi setiap langkah hidupku. Meskipun dalam keluarga rasa sayang jarang diungkapkan dengan kata-kata, penulis selalu merasakannya melalui perhatian dan ketulusan yang hadir dalam setiap tindakan. Terima kasih telah menjaga, membimbing, dan tetap bertahan demi keluarga ini, meskipun dalam berbagai kesulitan. Keteguhan hati Ibu dan Bapak menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah. Semoga kasih sayang, keikhlasan, dan kesabaran Ibu Bapak senantiasa dibalas dengan limpahan rahmat dan kebahagiaan dari Allah SWT.

3. Saudara penulis, yang sudah menemani, membantu, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam mengerjakan Skripsi ini.
4. Almamater tercinta, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan berbagai fasilitas dan kesempatan bagi penulis selama menempuh pendidikan.
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan serta motivasi kepada penulis sejak awal perkuliahan, semoga segala ibadah nya diterima di sisi Allah SWT.
7. Pihak Konveksi H. Rohmani yang telah banyak membantu penulis memperoleh data yang di perlukan.
8. Teman-teman penulis, yang telah banyak mendengarkan keluh kesah penulis, menemani perkuliahan dari awal hingga akhir masa studi juga membantu serta memberikan motivasi dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Dan terakhir untuk diri saya sendiri, Muhammad Hisyam Zulfa. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Untuk malam-malam penuh tekanan, keraguan, dan air mata terimakasih karena tetap memilih melangkah meski jalan tak selalu ramah. Kini telah sampai, maka berbahagialah dimanapun berada. Apresiasi sebesar besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

ABSTRAK

MUHAMMAD HISYAM ZULFA, Analisis Sistem Upah dan Pemasaran Dalam Perspektif Maqashid Syariah: Studi Kasus Di Konveksi H. Rohmani Kecamatan Comal

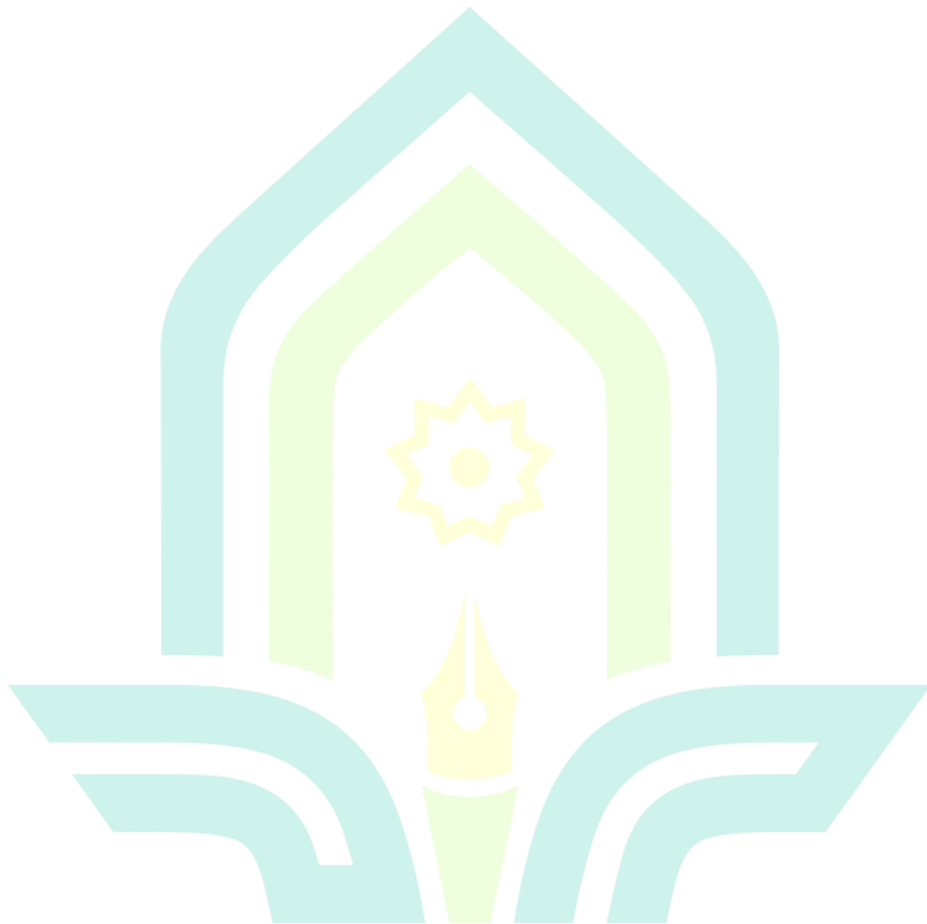
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme sistem upah dan strategi pemasaran yang diterapkan di Konveksi H. Rohmani Kecamatan Comal, sekaligus mengkaji implementasi kedua aspek tersebut dari perspektif maqashid syariah dalam mewujudkan kemaslahatan bagi pelaku usaha dan pekerja. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena rendahnya upah pada sebagian besar industri konveksi skala kecil dan menengah, yang kerap memicu keresahan karyawan hingga munculnya keinginan untuk berpindah kerja demi memperoleh penghasilan yang lebih besar, sebagaimana turut teridentifikasi pada salah satu karyawan di lokasi penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research) dan desain studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha serta empat karyawan dari divisi pemotong kain, penjahit, pengobras, dan finishing, dilengkapi dengan observasi langsung dan dokumentasi. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, sedangkan analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem upah borongan (piece rate system) yang diterapkan telah memenuhi prinsip keadilan, kelayakan, ketepatan waktu, transparansi, dan kesukarelaan sesuai maqashid syariah, didukung pula oleh fasilitas kas bon tanpa bunga sebagai bentuk taawun. Meski demikian, ditemukan bahwa besaran upah per satuan tidak pernah dinaikkan meskipun omset meningkat, sehingga beberapa karyawan mengaku berniat mencari pekerjaan lain dengan penghasilan yang lebih besar. Kondisi ini mengindikasikan adanya celah pada aspek hifzh al-mal yang perlu dievaluasi secara berkala agar upah tetap mengikuti kenaikan biaya hidup. Di sisi pemasaran, strategi berbasis kepercayaan melalui WhatsApp dan jaringan relasi terbukti sejalan dengan prinsip kejujuran syariah serta mampu mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Secara

keseluruhan, praktik upah dan pemasaran di Konveksi H. Rohmani telah sesuai dengan prinsip maqashid syariah, meskipun formalisasi perjanjian kerja dan evaluasi upah berkala masih diperlukan sebagai penyempurnaan.

Kata Kunci: Sistem Upah, Pemasaran, Maqashid Syariah, Konveksi



ABSTRACT

MUHAMMAD HISYAM ZULFA, Analysis of the Wage and Marketing Systems from the Perspective of Maqashid Syariah: A Case Study at Konveksi H. Rohmani, Comal District

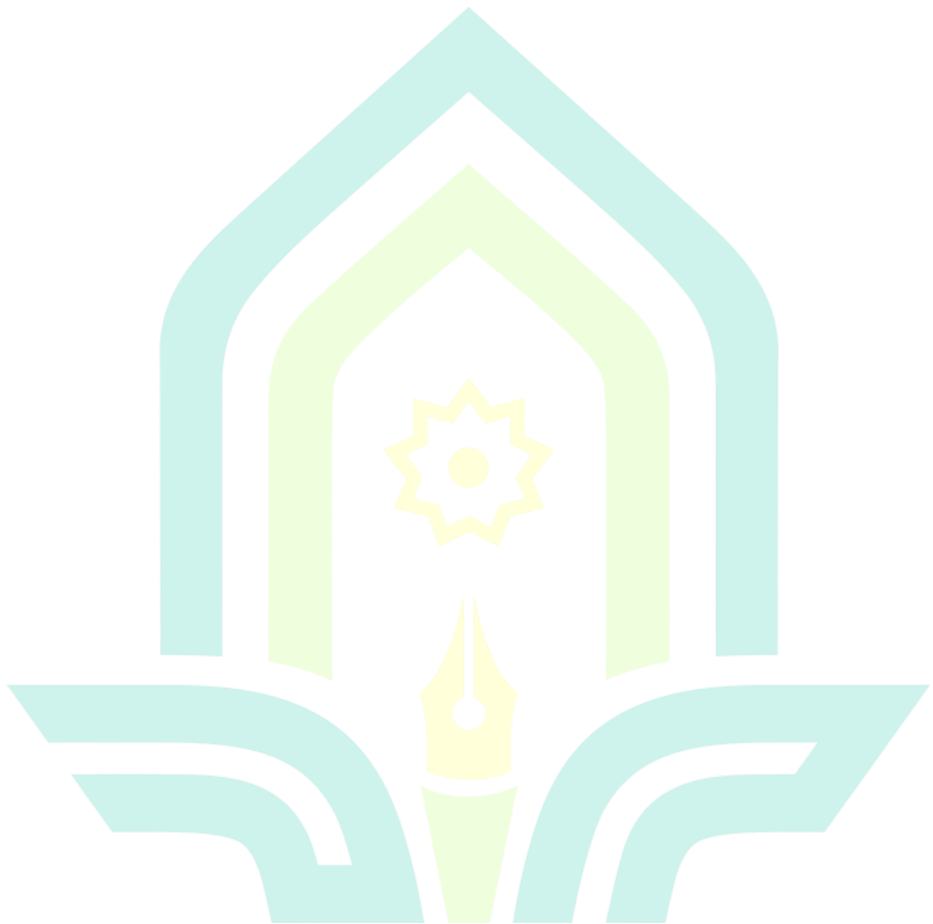
This research aims to analyze the wage system and marketing strategy mechanisms implemented at Konveksi H. Rohmani, Comal District, while also examining the implementation of both aspects from the perspective of maqashid sharia in realizing benefit (maslahah) for both the business owner and workers. This research is motivated by the phenomenon of low wages in most small and medium-scale garment industries, which often triggers employee unrest and a desire to switch jobs in order to obtain higher income, as was also identified among some employees at the research site.

This research employs a qualitative approach with a field research type and case study design. Primary data were obtained through in-depth interviews with the business owner and four employees from the fabric cutting, sewing, overlock, and finishing divisions, complemented by direct observation and documentation. Data validity was tested using source and technique triangulation, while data analysis was conducted descriptively through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results show that the piece rate wage system implemented has fulfilled the principles of justice, adequacy, timeliness, transparency, and voluntariness in accordance with maqashid sharia, further supported by an interest-free cash advance facility as a form of taawun (mutual assistance). Nevertheless, it was found that the wage rate per unit had never been increased despite rising revenue, leading some employees to express an intention to seek other jobs offering higher income. This condition indicates a gap in the hifzh al-mal (protection of wealth) aspect that needs to be periodically evaluated so that wages continue to keep pace with the rising cost of living. On the marketing side, the trust-based strategy through WhatsApp and relational networks has proven consistent with sharia principles of honesty and has been able to drive sustainable business growth. Overall, the wage and marketing practices at Konveksi H. Rohmani are

in accordance with the principles of maqashid sharia, although the formalization of written employment agreements and periodic wage evaluations are still needed as refinements.

Keywords: Wage System, Marketing, Maqashid Syariah, Garment Industry



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya dinantikan di hari akhir kelak. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangsih bagi para pembaca. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

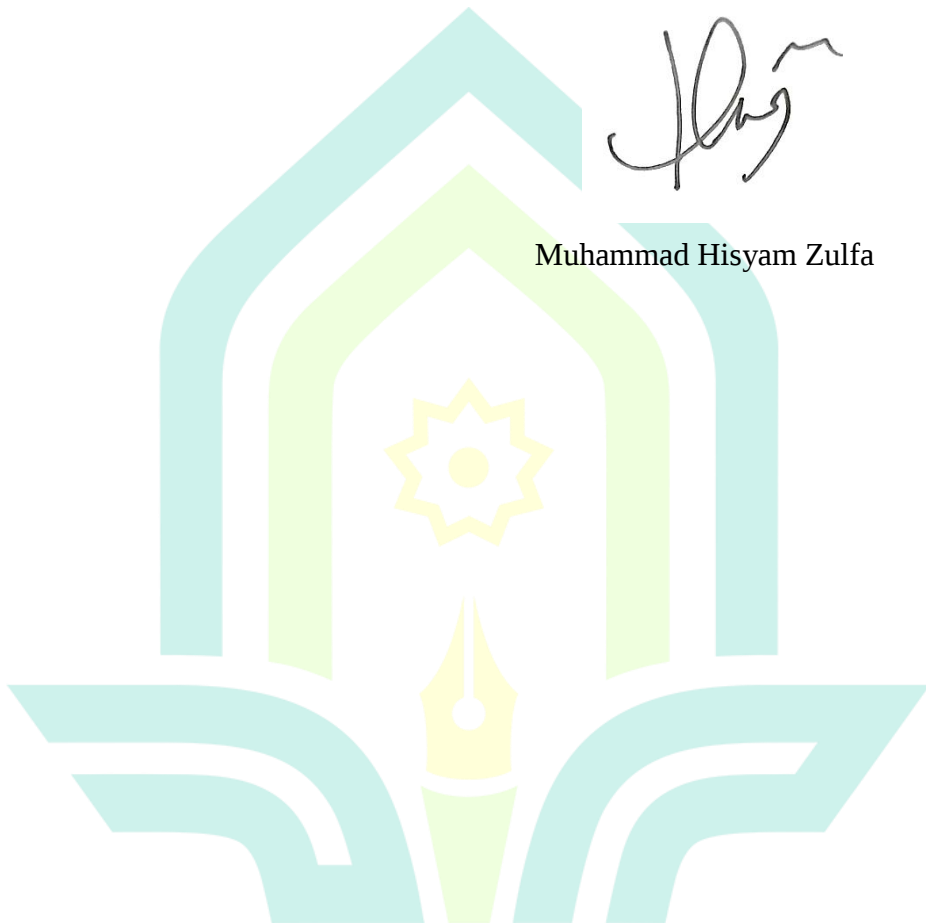
1. Bapak Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M Ag., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA).
7. Keluarga penulis yang memberikan bantuan dan dukungan baik material serta moral.
8. Pihak Konveksi H. Rohmani yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan.

9. Teman-teman dan pihak lain yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan dan memberikan motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pemalang, 29 Juni 2026



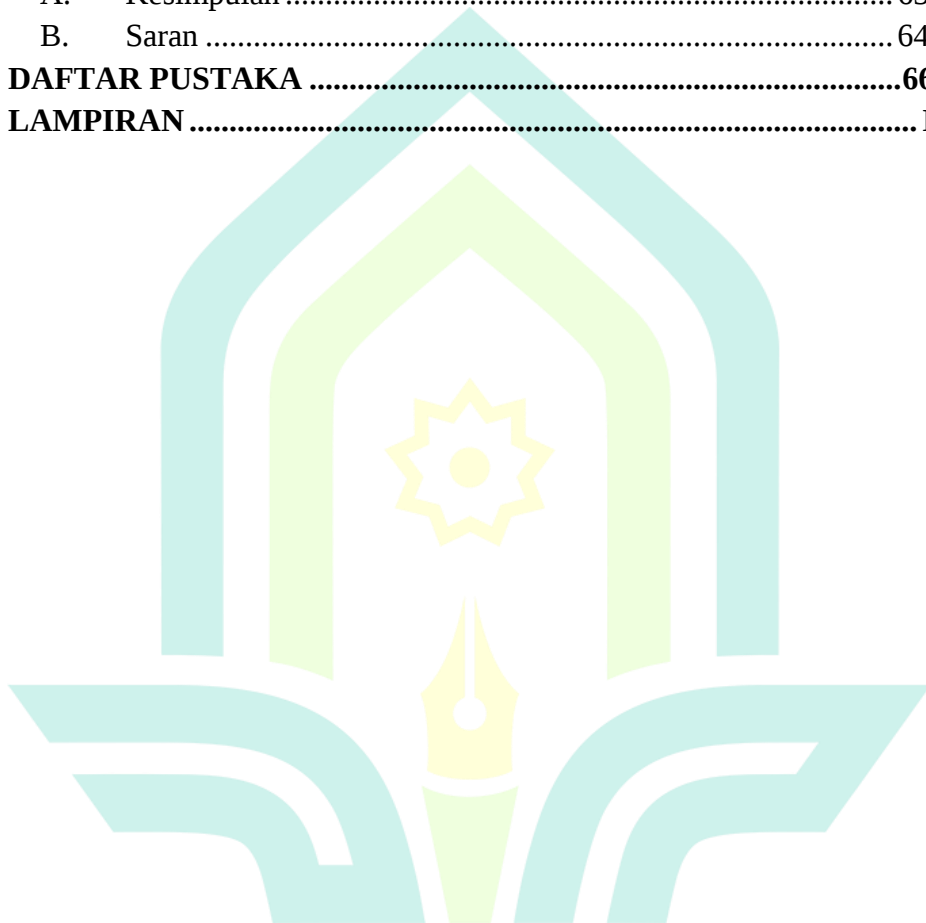
Muhammad Hisyam Zulfa



DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
SURAT KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACK.....	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
TRANSLITERASI PEDOMAN.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Landasan Teori	12
B. TELAAH PUSTAKA	22
C. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Pendekatan Penelitian	30
C. Setting Penelitian	30
D. Subjek Penelitian	31
E. Sumber Data	31
F. Teknik Pengumpulan Data	31
G. Teknik Keabsahan Data	33

H.	Teknik Pengolahan Data	33
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		36
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
B.	Hasil Penelitian	40
C.	Pembahasan	53
BAB V PENUTUP		63
A.	Kesimpulan	63
B.	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		I



TRANSLITERASI PEDOMAN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi yang digunakan dalam skripsi ini yaitu menggunakan pedoman Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R1 No. 158/1997 dan No.0543 b/U/1987. Transliterasi Arab-Latin dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih huruf, dari Arab ke Latin dan sebaliknya. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Berikut Transliterasi Arab-Latin yang dimaksud:

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er

ز	Zai	Z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	a
اِ	Kasrah	I	i
اُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
... َ يُ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
... ُ وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa'ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
... َ... ْ يَ... ْ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
... ِ يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
... ُ... ْ وِ... ْ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta'Marbutah hidup
Ta'marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta'Marbutah mati
Ta'marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu dipisah, maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- | | |
|-------------------------------|--|
| - رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ | raudah al-atfāl/raudahtul atfāl |
| - الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ | al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah |
| - طَلْحَة | talhah |

E. Syaddah (Tasyid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- | | |
|------------|----------|
| - نَزَّلَ | nazzala |
| - الْبِرُّ | al-birru |

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l"

diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ وَإِنَّا لِلَّهِ Wa innallāha lahuwa khair
ar-rāziqīn/

khairurrāziqīn
 - مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا اللَّهُ بِسْمِ
 mursāhā
 Wa innallāha lahuwa
 Bismillāhi majrehā wa

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-‘ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil ‘ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/ ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- عَفْوَ رَحِيمٌ اللَّهُ Allaāhu gafūrun rahīm
- الْأُمُورُ جَمِيعًا لِلَّهِ Lillāhi al-amru jamī’an/
Lillāhil-amru jamī’an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 komposisi tenaga kerja	5
Tabel 4.1 narasumber	41



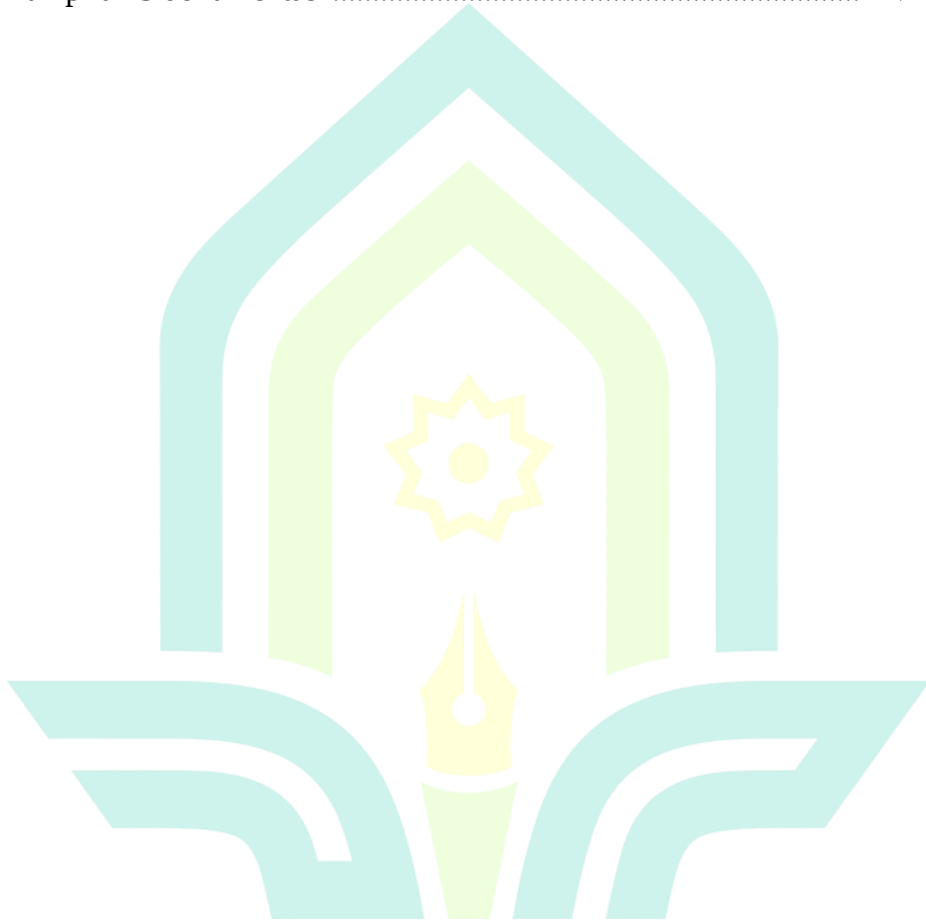
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 kinerja karyawan.....	4
Gambar 2.1 kerangka berpikir.....	28
Gambar 4.2 nota kontan	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 surat ijin penelitian.....	I
Lampiran 2 surat pernyataan selesai penelitian.....	II
Lampiran 3 interview guide.....	III
Lampiran 4 transkrip wawancara.....	V
Lampiran 5 dokumentasi	XVII



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam sebagai agama yang komprehensif tidak hanya mengatur aspek ibadah ritual semata, tetapi juga mencakup seluruh dimensi kehidupan manusia, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis. Dalam pandangan Islam, kegiatan ekonomi merupakan bagian integral dari ibadah apabila dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Astuti et al., 2023). Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥ (البقرة/2: 275)

Terjemahan Kemenag 2019

275. Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya. (Al-Baqarah/2:275)

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam memberikan kebebasan dalam aktivitas ekonomi selama tidak melanggar ketentuan syariah. Al-Qur'an dan Hadis telah memberikan landasan yang kokoh mengenai bagaimana manusia seharusnya bermuamalah, yakni dengan menjunjung tinggi nilai keadilan,

kejujuran, transparansi, dan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat (Harisah et al., 2020).

Salah satu kerangka analisis paling fundamental dalam hukum Islam untuk menilai kesesuaian suatu praktik ekonomi adalah *maqashid syariah*. Konsep ini pertama kali dikembangkan secara sistematis oleh Imam al-Ghazali dan kemudian disempurnakan oleh Imam al-Syatibi, yang merumuskan bahwa tujuan utama syariah adalah menjaga dan melindungi lima hal pokok (*al-kulliyat al-khamsah*), yaitu agama (*hifzh al-din*), jiwa (*hifzh al-nafs*), akal (*hifzh al-aql*), keturunan (*hifzh al-nasl*), dan harta (*hifzh al-mal*). Dalam konteks ekonomi dan bisnis, *maqashid syariah* menjadi tolok ukur untuk menilai apakah suatu sistem, termasuk sistem pengupahan dan pemasaran, telah memenuhi nilai keadilan dan kemaslahatan yang diperintahkan Islam.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM RI (2023), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja Indonesia. Di antara berbagai sektor UMKM yang berkembang pesat, industri konveksi atau garmen skala kecil memiliki peran signifikan dalam penyerapan tenaga kerja di masyarakat. Industri konveksi tersebar luas di berbagai daerah dan menjadi sumber penghidupan bagi jutaan keluarga (Badan Pusat Statistik, 2023).

Meskipun industri konveksi berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, fenomena yang kerap muncul di lapangan justru menunjukkan kondisi yang kontradiktif, yaitu rendahnya tingkat upah yang diterima oleh sebagian besar pekerja pada sektor ini. Tidak sedikit usaha konveksi skala kecil dan menengah menerapkan sistem pengupahan yang jauh di bawah standar kelayakan hidup, bahkan tidak jarang berada di bawah ketentuan upah minimum yang berlaku, dengan alasan

keterbatasan modal usaha dan tingginya persaingan harga produk di pasar.

Kondisi upah yang sangat rendah ini pada gilirannya menimbulkan berbagai persoalan sosial ekonomi bagi para pekerja, mulai dari sulitnya memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, terbatasnya akses terhadap layanan kesehatan dan pendidikan bagi keluarga, hingga menurunnya tingkat kesejahteraan secara keseluruhan. Fenomena ini menjadi ironi tersendiri, mengingat sektor konveksi semestinya menjadi salah satu tulang punggung penopang kehidupan ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah.

Dalam perspektif ekonomi Islam, kondisi semacam ini jelas bertentangan dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan yang menjadi ruh ajaran maqashid syariah, sehingga menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut bagaimana praktik pengupahan yang berkeadilan dapat diwujudkan tanpa mengabaikan keberlangsungan usaha itu sendiri.

Sistem pengupahan merupakan salah satu aspek krusial dalam hubungan ketenagakerjaan yang mendapat perhatian serius dalam Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. At-Taubah [9]: 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ١٠٥ (التوبة/9:105)

Terjemahan Kemenag 2019

105. Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (At-Taubah/9:105)

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat menghargai kerja keras dan produktivitas. Selain itu, dari

‘Abdullah bin ‘Umar, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

عَرَفُهُ يَجِفُّ أَنْ قَبْلَ أَجْرِهِ الْأَجِيرَ أَعْطُوا

“Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering.” (HR. Ibnu Majah, shahih).

Hadis tersebut mengandung nilai keadilan distributif yang sangat tinggi, di mana hak-hak pekerja harus dijamin dan dipenuhi oleh pemberi kerja secara tepat waktu. Besaran upah juga harus proporsional dengan pekerjaan yang dilakukan serta disepakati secara sukarela dan transparan oleh kedua belah pihak (Rahma Aulia & Kurniawan Danang, 2021).



Gambar 1.1 kinerja karyawan

Konveksi H. Rohmani merupakan salah satu usaha konveksi celana yang telah berjalan dan berkembang dengan baik. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, usaha ini mempekerjakan total 19 orang karyawan yang terbagi dalam empat divisi, yaitu bagian pemotong kain sebanyak 1 orang, penjahit sebanyak 9 orang, pengobras ada 4 orang, dan bagian finishing sebanyak 5 orang. Sistem pengupahan yang diterapkan bersifat borongan per satuan hasil kerja (*piece rate system*) dengan pembayaran dilakukan secara mingguan. Pemotong kain mendapatkan upah sebesar Rp400 per potongan, penjahit mendapatkan Rp4.000 per jahitan, pengobras mendapat

Rp1.500 sedangkan bagian finishing mendapatkan Rp6.000 per lusin. Sistem ini mendorong produktivitas karena semakin banyak pekerjaan yang diselesaikan, semakin besar penghasilan yang diperoleh karyawan.

Tabel 1.1 komposisi tenaga kerja

Jenis Devisi	Jumlah Karyawan
Pemotong kain	1
Penjahit	9
Pengobras	4
Finishing	5

Selain sistem pembayaran mingguan, Konveksi H. Rohmani juga menerapkan kebijakan kas bon, yaitu kemudahan bagi karyawan untuk mengambil uang di luar jadwal pembayaran resmi apabila terdapat kebutuhan mendesak. Kebijakan ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah [5]: 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۖ (المائدة/5: 2)

Terjemahan Kemenag 2019

2. Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya. (Al-Ma'idah/5:2)

Kebijakan kas bon mencerminkan adanya nilai tolong-menolong (*taawun*) dan kepedulian sosial dari pemilik usaha kepada para pekerjanya. Dalam perspektif maqashid syariah, fasilitas ini dapat dikategorikan sebagai upaya perlindungan terhadap jiwa (*hifzh al-nafs*) dan harta (*hifzh al-mal*) karyawan, karena membantu memenuhi kebutuhan darurat tanpa harus mencari pinjaman kepada pihak lain yang memberatkan.

Dari sisi pemasaran, Konveksi H. Rohmani menerapkan strategi yang berkembang secara organik dan adaptif. Pada awalnya, pemasaran dilakukan melalui pendekatan *door-to-door* dari toko ke toko berdasarkan jaringan relasi dan kepercayaan (*trust-based marketing*). Seiring perkembangan zaman, pemilik usaha kemudian memanfaatkan media sosial WhatsApp sebagai sarana pemasaran modern untuk memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran UMKM terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar hingga dua kali lipat dibandingkan pemasaran konvensional.

Meskipun tidak menetapkan target penjualan bulanan secara formal, usaha ini mampu mempertahankan kelangsungannya dengan omset yang stabil bahkan cenderung meningkat. Fenomena ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan bahwa keberkahan (*barakah*) dalam usaha tidak selalu ditentukan oleh target kuantitatif semata, melainkan juga oleh kejujuran dan kepercayaan yang dibangun.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji sistem upah dan pemasaran di perusahaan besar maupun korporasi. Penelitian Nurlaila Fitriyani (2022) mengkaji sistem upah pada industri tekstil dalam perspektif ekonomi Islam dan menemukan bahwa sistem *piece rate* sesuai dengan prinsip keadilan Islam apabila ditetapkan secara transparan. Sementara itu, penelitian dari Tan Pramuditya & Dina Wijaya (2023) menganalisis strategi pemasaran digital UMKM berbasis nilai-nilai Islam dan menyimpulkan bahwa pemasaran melalui media sosial dapat memenuhi prinsip kejujuran dan keterbukaan informasi dalam Islam. Namun, kajian yang secara spesifik menganalisis kedua aspek tersebut secara bersamaan dalam perspektif *maqashid syariah* pada skala UMKM konveksi masih sangat terbatas, sehingga terdapat celah penelitian yang perlu diisi.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat urgensi yang kuat untuk melakukan kajian ilmiah yang komprehensif terhadap sistem upah dan pemasaran yang diterapkan di Konveksi H.

Rohmani. Hal ini selaras dengan perintah Allah SWT dalam QS. Al-Hasyr [59]: 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ١٨ (الحشر/59:18)

Terjemahan Kemenag 2019

18. Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan. (Al-Hasyr/59:18)

Ayat tersebut mendorong setiap Muslim untuk senantiasa mengevaluasi dan memperbaiki setiap aktivitasnya, termasuk dalam dunia usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kesesuaian praktik bisnis Konveksi H. Rohmani dengan prinsip-prinsip maqashid syariah, sekaligus memberikan rekomendasi konstruktif bagi pengembangan usaha yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian ini dengan judul “Analisis Sistem Upah dan Pemasaran dalam Perspektif Maqashid Syariah: Studi Kasus di Konveksi H. Rohmani Kecamatan Comal”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme upah yang diterapkan di Konveksi H. Rohmani?
2. Bagaimana mekanisme pemasaran yang dilakukan oleh Konveksi H. Rohmani?
3. Bagaimana implementasi sistem upah dan pemasaran di Konveksi H. Rohmani ditinjau dari perspektif *Maqashid Syariah* dalam mewujudkan kemaslahatan bagi pelaku usaha dan pekerja?

C. Pembatasan Masalah

Batasan permasalahan dilakukan guna penelitian yang sedang dikaji lebih mengerucut dan lebih difokuskan pada permasalahan yang ada, penelitian ini memiliki batasan masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Objek Penelitian: Penelitian ini berfokus secara spesifik pada unit usaha Konveksi Kolor dan Bordir H. Rohmani. Hasil penelitian ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi pada seluruh industri konveksi di wilayah lain.
2. Subjek Penelitian: Fokus utama analisis dibatasi pada dua aspek manajerial, yaitu:
 - a. Sistem Pengupahan: Meliputi mekanisme penetapan standar upah, waktu pembayaran, dan keadilan distribusi bagi tenaga kerja.
 - b. Sistem Pemasaran: Meliputi strategi promosi dan distribusi yang dilakukan.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian:
 - a. Untuk menganalisis mekanisme upah yang diterapkan di Konveksi H. Rohmani.
 - b. Untuk menganalisis mekanisme pemasaran yang dilakukan oleh Konveksi H. Rohmani.
 - c. Untuk menganalisis implementasi sistem upah dan pemasaran di Konveksi H. Rohmani berdasarkan perspektif *Maqashid Syariah* serta mengetahui sejauh mana penerapannya dapat mewujudkan kemaslahatan bagi pelaku usaha dan pekerja.
2. Manfaat Teoretis:
 - a. Memberikan kontribusi akademik dalam memperluas aplikasi konsep *Dharuriyyat Al-Khams* (perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta) ke dalam operasional sektor riil, khususnya pada sistem

pengupahan buruh dan strategi pemasaran produk konveksi.

- b. Menyajikan bukti empiris mengenai bagaimana nilai-nilai Syariah dapat diintegrasikan ke dalam manajemen sumber daya manusia (upah) dan manajemen pemasaran. Hal ini diharapkan melengkapi literatur manajemen konvensional yang sering kali memisahkan efisiensi ekonomi dari dimensi etika religius.

3. Manfaat Praktis:

- a. Bagi Pemilik Usaha (Konveksi H. Rohmani)

Memberikan bahan evaluasi dan rekomendasi strategis untuk menyempurnakan sistem pengupahan yang adil serta pola pemasaran yang transparan. Penelitian ini membantu pemilik memastikan bahwa ekspansi bisnis tetap berada dalam koridor Syariah (misal: menghindari unsur penipuan dalam iklan dan memastikan hak pekerja terpenuhi tepat waktu).

- b. Bagi Pelaku UMKM Sejenis

Menjadi benchmarking (tolok ukur) dan panduan etis bagi usaha mikro, kecil, dan menengah lainnya di sektor konveksi dalam mengelola hubungan kerja dan strategi penjualan yang berkelanjutan (*sustainable*) berdasarkan prinsip halalan thayyiban.

- c. Bagi Instansi Terkait (Dinas Koperasi & UMKM)

Menjadi masukan berbasis data lapangan bagi pemerintah atau lembaga terkait sebagai bahan pertimbangan dalam merancang program pendampingan ekonomi kerakyatan yang berbasis nilai-nilai lokal dan syariah, guna memperkuat ekosistem industri kreatif lokal.

- d. Bagi Konsumen dan Masyarakat

Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung ekosistem bisnis yang tidak hanya menyediakan produk berkualitas, tetapi juga

mempraktikkan keadilan upah dan etika transaksi yang aman serta jujur.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memastikan alur pembahasan yang terstruktur dan komprehensif, laporan penelitian ini disusun ke dalam lima bab yang saling berkesinambungan. Setiap bab dijabarkan lebih lanjut ke dalam beberapa subbab sesuai dengan fokus analisis kajian ekonomi syariah dan manajemen bisnis. Adapun rincian sistematika penulisan kualitatif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gerbang utama yang menguraikan urgensi penelitian. Di dalamnya dipaparkan latar belakang mengenai praktik pengupahan dan strategi pemasaran pada industri konveksi, rumusan masalah terkait penerapan prinsip syariah, batasan masalah agar kajian tetap fokus, serta tujuan dan manfaat penelitian baik secara akademis maupun praktis bagi pemilik usaha.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membangun kerangka ilmiah penelitian dengan mengkaji konsep *Maqashid Syariah* sebagai pisau analisis utama. Selain itu, dijabarkan pula teori mengenai sistem upah (ujrah) dan manajemen pemasaran menurut perspektif ekonomi Islam. Bagian ini juga menyajikan tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu guna memetakan posisi penelitian ini serta menyusun kerangka pemikiran yang menghubungkan praktik bisnis dengan prinsip kemaslahatan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

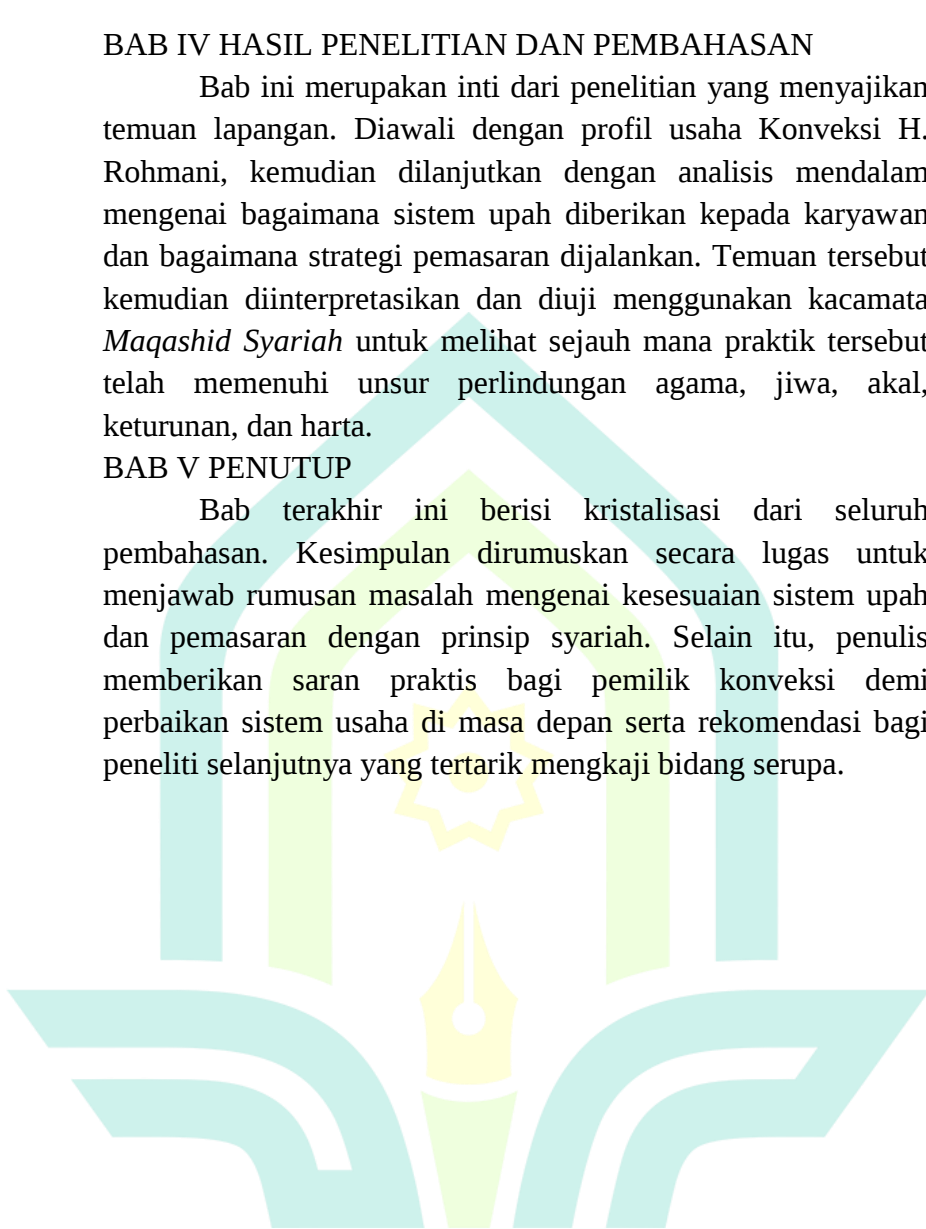
Bagian ini menguraikan prosedur teknis pelaksanaan penelitian di Konveksi H. Rohmani. Penjelasan mencakup pendekatan kualitatif yang digunakan, lokasi penelitian, sumber data (primer dan sekunder), hingga teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Selain itu, dijelaskan pula metode uji keabsahan data serta teknik analisis data untuk menarik kesimpulan yang valid.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan inti dari penelitian yang menyajikan temuan lapangan. Diawali dengan profil usaha Konveksi H. Rohmani, kemudian dilanjutkan dengan analisis mendalam mengenai bagaimana sistem upah diberikan kepada karyawan dan bagaimana strategi pemasaran dijalankan. Temuan tersebut kemudian diinterpretasikan dan diuji menggunakan kacamata *Maqashid Syariah* untuk melihat sejauh mana praktik tersebut telah memenuhi unsur perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi kristalisasi dari seluruh pembahasan. Kesimpulan dirumuskan secara lugas untuk menjawab rumusan masalah mengenai kesesuaian sistem upah dan pemasaran dengan prinsip syariah. Selain itu, penulis memberikan saran praktis bagi pemilik konveksi demi perbaikan sistem usaha di masa depan serta rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji bidang serupa.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap sistem upah dan pemasaran di Konveksi H. Rohmani Kecamatan Comal dalam perspektif maqashid syariah, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme Pengupahan

Mekanisme pengupahan yang diterapkan Konveksi H. Rohmani menggunakan sistem upah borongan per satuan produksi (*piece rate system*) telah sesuai dengan prinsip-prinsip maqashid syariah. Hal ini tercermin dalam lima unsur *al-kulliyat al-khamsah*:

- a. *Hifzh al-Din*: Pemilik usaha mendasarkan pengelolaan upah pada kesadaran religius, di mana menahan hak pekerja diyakini sebagai perbuatan yang mendatangkan dosa.
- b. *Hifzh al-Nafs*: Upah yang diberikan terbukti mencukupi kebutuhan dasar seluruh karyawan, didukung fasilitas kas bon tanpa bunga sebagai jaring pengaman finansial.
- c. *Hifzh al-Aql*: Setiap karyawan menerima penjelasan lengkap mengenai sistem kerja dan upah sebelum mulai bekerja, sehingga keputusan kerja dibuat secara sadar dan sukarela.
- d. *Hifzh al-Nasl*: Besaran upah memungkinkan karyawan memenuhi kebutuhan keluarga dan memberikan kehidupan yang layak bagi generasi penerus mereka.
- e. *Hifzh al-Mal*: Kejelasan akad, ketepatan waktu pembayaran setiap hari Sabtu, dan ketersediaan kas bon tanpa potongan mencerminkan perlindungan harta karyawan yang komprehensif.

2. Mekanisme Pemasaran

Strategi pemasaran Konveksi H. Rohmani yang berevolusi dari *door-to-door* menuju pemanfaatan WhatsApp juga telah sesuai dengan prinsip maqashid syariah. Kejujuran informasi produk, tidak adanya praktik penipuan (*gharar*) dan manipulasi harga, serta strategi berbasis kepercayaan jaringan pertemanan merupakan cerminan nilai-nilai bisnis Islami. Ditinjau dari bauran pemasaran (4P), aspek produk, harga, distribusi, dan promosi semuanya menunjukkan kompatibilitas dengan prinsip syariah, serta berkontribusi pada pertumbuhan omset yang berkelanjutan.

3. Kontribusi Terhadap Kemaslahatan

Secara holistik, implementasi sistem upah dan pemasaran Konveksi H. Rohmani telah mewujudkan kemaslahatan pada empat level: individual karyawan (jaminan keamanan finansial), keluarga (pemenuhan nafkah), masyarakat (penyerapan tenaga kerja lokal tanpa syarat pendidikan formal), dan bisnis (pertumbuhan organik berbasis kepercayaan).

B. Saran

Meskipun secara substansial sistem upah dan pemasaran Konveksi H. Rohmani telah sesuai dengan maqashid syariah, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk penyempurnaan ke depan:

1. Bagi Pemilik Konveksi

- a. Perjanjian Kerja: Hubungan kerja yang selama ini didasarkan pada kesepakatan lisan perlu diformalkan melalui perjanjian kerja tertulis. Hal ini akan memberikan kepastian hukum dan perlindungan hak bagi kedua belah pihak, serta memenuhi ketentuan hukum ketenagakerjaan yang berlaku

- b. Strategi Pemasaran: Pemasaran melalui WhatsApp perlu dikembangkan lebih lanjut dengan memanfaatkan platform digital lain seperti Instagram, marketplace, atau e-commerce agar jangkauan pasar dapat diperluas secara lebih sistematis, tetapi tetap mempertahankan prinsip kejujuran dan transparansi yang sudah menjadi keunggulan komparatif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini terbatas pada satu studi kasus UMKM konveksi di Kecamatan Comal. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian komparatif pada beberapa UMKM konveksi agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang implementasi maqashid syariah di industri garmen skala kecil.
- b. Aspek formalisasi ketenagakerjaan dan dampak digitalisasi pemasaran terhadap kemaslahatan usaha konveksi dapat menjadi topik yang menarik untuk dikembangkan lebih lanjut dalam penelitian berikutnya.
- c. Penggunaan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) dapat memperkaya analisis tentang hubungan antara penerapan prinsip maqashid syariah dengan kinerja bisnis UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussalam, & Abdullah Shodiq. (2022). Maqashid As-Syariah Perspektif Imam Al-Ghazali: Studi Literasi Masalah Mursalah. *Moderasi : Journal of Islamic Studies*, 02(02), 139–159.
- Astuti, A. W., Sayudin, & Muharam, A. (2023). Perkembangan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(September), 2787–2792.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Profil Industri Mikro dan Kecil 2022. *Badan Pusat Statistik*, 13, 1–239.
- Basya, M. M., & Farizky, A. (2025). Survival Strategy Pedagang Garmen Pasar Tradisional di Era Digital Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)*, 11(3), 233–246.
- Budi Sukardi, Fachrurazi, & Supriyanto. (2019). Sharia Maqashid ' s Inclusive Performance and Contribution to The Sharia Non-Bank Financial Industry in Indonesia Budi Sukardi Fachrurazi Supriyanto. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 283–310.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (4th ed). SAGE Publications.
- Endrico Geraldo Teneh, Anderson G. Kumenaung, & Naukoko, A. T. (2019). Dampak Upah Minimum Propinsi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Dan Kesejahteraan Masyarakat Pulau Sulawesi. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(04), 72–83.
- Fina Nur Hayati, Subagyo, & Ema Nurzainul Hakimah. (2021). Strategi Pengembangan Industri Kecil Lovyna Konveksi Kediri. *SENMEA*, 749–756.
- George Caspar Homans. (1961). *Social behavior; its elementary forms*

(2nd ed.). New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Hajar Swara Prihatta. (2018). Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *MALIYAH (Jurnal Hukum Bisnis Islam)*, 8(1), 96–124.

Harisah, Kutsiyatur Rahmah, & Yenny Susilawati. (2020). Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah. *SYAR'IE*, 3(2), 172–185.

Husni Fauzan, D. H. I. (2023). Pemikiran Maqashid Syariah Al-Tahir Ibn Asyur Husni. *Al-Mawarid Jurnalrnl*, 5(1), 101–114.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Laporan Kinerja UMKM Indonesia Tahun 2023*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*.

Lutfi, H. A. (2023). Upah (Ujrah) Dalam Perspektif Hukum Islam. *AKTUALITA Jurnal Penelitian Sosial Dan Keagamaan*, 13(Desember), 33–51.

Mardhiah, N. (2022). A Critical Study Of The Wage System And Practice In Indonesia From The Maqashid Al-Shariah. *Jurnal Ilmiah Mizani*, 09(02), 237–252.

Milhan. (2021). Maqashid Syariah Menurut Imam Syatibi Dan Dasar Teori Pembentukannya. *Al-Usrah: Jurnal Al-Ahwal As-Syakhsyah*, 06(01), 83–102.

Moh. Idil Ghufroon. (2020). Kebijakan Perusahaan Tentang Upah Ketenagakerjaan di Indonesia Perspektif. *KEADABAN (Jurnal Sosial Dan Humaniora)*, 2(1), 10–21.

Muflihah, H., & Yumsinah, S. (2022). Sistem Pemberian Upah Terhadap Kinerja Karyawan Konveksi Dayat Ditinjau Dalam Perspektif Islam. Universitas Mathla ' ul Anwar Banten *KAFFAH*:

Jurnal Pendidikan Dan Sosio Keagamaan, 1(1), 45–58.

Muhammad Nur Khaliq, & Aji Pangestu. (2025). Teori Maqasid Syari'ah Klasik (Asy-Syatibi). *Risalah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 11(1), 149–162.

Ningrum, D. N., & Hadi, S. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection). *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1), 114–131.

Nurfajriani, W. V., Wahyu, M., Arivan, I., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif Wiyanda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.

Nurlaila Fitriyani. (2022). Analisis Sistem Upah Buruh Industri Tekstil dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(6), 45–5.

Peter Michael Blau. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. Jhon Wiley & Sons.

Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson.

Quraishi, A., & Kamali, M. H. (2000). Principles of Islamic Jurisprudence. *Journal of Law and Religion*, 15(1/2), 385. <https://doi.org/10.2307/1051529>

Rahma Aulia, & Kurniawan Danang. (2021). Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Pengupahan Karyawan pada Industri Rumahan. *Jurnal Muamalat Dan Ekonomi Syariah*, 2(5), 70–90.

Sugiono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Vol. 11, Issue 1). ALFABETA.

- Suresh Malodia, & Amandeep Dhir. (2023). Field experiments in marketing research: a systematic methodological reviewNo Title. *European Journal of Marketing*, 57(7), 1939–1965.
- Tahwin Alamsyah, Ahmad Musyahid, & Lomba Sultan. (2025). Konstruksi Maqashid Syariah menurut Jasser Auda dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah: Analisis Teori dan Implementasinya. *Sighat: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Volume*, 3(2), 46–59.
- Tan Pramuditya, & Dina Wijaya. (2023). .Strategi Pemasaran Digital UMKM Berbasis Nilai-Nilai Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(8), 60–75.
- Uriawan, W., Tarigan, M. F., Zebua, H. K., Andriansyah, M. N., Sukarya, M., & Haikal, M. R. (2025). E-commerce Transactions in Islam : Fiqh Muamalah on The Validity of Buying and Selling on Digital Platforms. *ARXIV*, 1.
- Yasmeen, K. (2023). Justice in the workplace : Islamic principles for wage determination. *Islamic Economic Studies*, 31(1), 43–87. <https://doi.org/10.1108/IES-03-2023-0011>