

**ANALISIS PERILAKU PRODUSEN DALAM UPAYA
PENINGKATAN OMZET PENJUALAN TALI TAMBANG RAFIA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan)**

TESIS

Disusun unruk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)



Oleh:

ELSA VANI MAWADDAH
NIM 5420006

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**ANALISIS PERILAKU PRODUSEN DALAM UPAYA
PENINGKATAN OMZET PENJUALAN TALI TAMBANG RAFIA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan)**

TESIS

Disusun unruk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)



Oleh:

ELSA VANI MAWADDAH
NIM 5420006

Pembimbing:

Dr. HENDRI HERMAWAN ADINUGRAHA, M.S.I
NIP. 198703112019081001

Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I
NIP.198504052019031007

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Vani Mawaddah
NIM : 5420006
Program Studi : Magister Ekonomi Syari'ah
Judul Tesis : Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis yang berjudul “Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan)” secara keseluruhan adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk atau dikutip dari sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, penulis bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 11 Juli 2022

Yang menyatakan



Elsa Vani Mawaddah
NIM 5420006

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Permohonan Sidang Tesis
Kepada :
Yth. Kepada Rektor IAIN Pekalongan
Cq Direktur Pascasarjana IAIN Pekalongan

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya, makaselaku pembimbing kami menyatakan bahwa naskah tesis saudara:

Nama: Elsa Vani Mawaddah

NIM: 5420006

Prodi: Magister Ekonomi Syari'ah

Judul: Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan)

Telah dapat diajukan kepada Direktur Pascasarjana IAIN Pekalongan untuk segeradisidang dalam rangka memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi Syari'ah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 17 Juni 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I

Dr. Ali Muhtarom, M.H.I

NIP. 198703112019081001 NIP.198504052019031007



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Elsa Vani Mawaddah

NIM : 5420006

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan)

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Dr.Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I Pembimbing I		16/6/22
2	Dr. Ali Muhtarom, M.H.I Pembimbing II		17/6/22

Pekalongan, 17 Juni 2022

Mengetahui :
Ketua Program Studi Magister
Ekonomi Syariah



Dr. Ali Muhtarom, M.H.I
NIP. 198504052019031007





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan. Telp. (0285) 412573
Website: pps.iainpekalongan.ac.id, Email: pps@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan tesis saudara:

Nama : ELSA VANIMAWADDAH
NIM : 5420006
Judul : ANALISIS PERILAKU PRODUSEN DALAM UPAYA
PENINGKATAN OMZET PENJUALAN TALI TAMBANG RAFIA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS CV.
WIJAYA LESTARI KABUPATEN PEKALONGAN)
Pembimbing : 1. Dr. HENDRI HERMAWAN ADINUGRAHA, M.S.I.
2. Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.

yang telah diujikan pada hari Semin, 27 Juni 2022 dan dinyatakan lulus.

Pekalongan, 14 Juli 2022

Sekretaris Sidang,


Ketua Sidang,



Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I
NIP. 19850405 201903 1 007


Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag.
NIP. 19710115 199803 1 005

Penguji Anggota,

Penguji Utama,


Dr. KARIMATUL KHASANAH, M.S.I.
NIP. 19871224 201801 2 002


Dr. Hj. SUSMININGSIH, M.Ag.
NIP. 19750211 199803 2 001



**PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : ANALISIS PERILAKU PRODUSEN DALAM UPAYA PENINGKATAN
OMZET PENJUALAN TALI TAMBANG RAFIA PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM (STUDI KASUS CV. WIJAYA LESTARI KABUPATEN
PEKALONGAN)

Nama : ELSA VANI MAWADDAH

NIM : 5420006

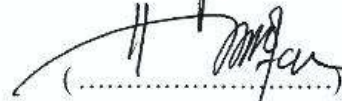
Program Studi : Magister Ekonomi Syari'ah

Telah disetujui tim penguji ujian,

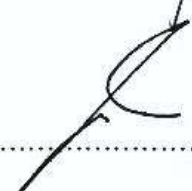
Ketua :
Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag.

(
.....)

Sekretaris/Pembimbing I :
Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I

(
.....)

Penguji Utama :
Dr. Hj. SUSMININGSIH, M.Ag.

(
.....)

Penguji Anggota :
Dr. KARIMATUL KHASANAH, M.S.I.

(
.....)

Diuji di Pekalongan pada tanggal 27 Juni 2022

Waktu : Pukul 13.00-14.30 WIB

Hasil/ nilai : 88 / A

Predikat kelulusan : Cumlaude

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Š	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بهنّ = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o_) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل: ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.

2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية
ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئىى ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

PERSEMBAHAN

Tesis ini ananda persembahkan teruntuk,,,

- *Untuk ayah dan ibuku yang selalu membimbing, memberiku kasih sayang, dukungan, baik materi maupun non materi, serta do'a tulus yang tiada henti dan takkan pernah padam sepanjang masa serta telah mengantarkan pada kondisi saat ini, semua itu akan terukir indah dalam relung hati ananda yang paling dalam*
- *Suamiku yang selalu membantuku ketika aku mengalami kesulitan.*
- *Anaku yang aku sayangi yang selalu menghadirkan keceriaandan memberi warna dalam hidupku.*
- *Keluarga besar Pengelola Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan yang telah memberikanku banyak pengalaman dan menunjukkan arti hidup yang sebenarnya*
- *Semua Sahabat-Sahabatku yang tidak mungkin aku sebutin satu persatu yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan dalam segala hal.*
- *Bapak Ibu Dosen Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan yang telah memberikan ilmu kepada ananda. Semoga ilmu yang engkau berikan bermanfaat di dunia dan di akhirat.Amin...*
- *Almamaterku Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan yang telah menaungiku dalam mengarungi samudra ilmu yang maha luas*

ABSTRAK

Elsa Vani Mawaddah, NIM. 5420006. 2022. Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan). Tesis Magister Ekonomi Syari'ah, Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Pembimbing: (1) **Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.** (2) Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.

Kata Kunci: Perilaku Produsen, Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia, Perspektif Etika Bisnis Islam.

Perilaku produsen dalam memproduksi barang bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan. Peningkatan omzet penjualan sangat berhubungan dengan keuntungan dalam suatu produksi. Dalam pengambilan keuntungan dalam suatu proses produksi harus sesuai dengan etikabisnis Islam. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1. Bagaimana perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan? 2. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan? 3. Mengapa terjadi inkonsistensi perilaku produsen tali tambang rafia dalam upaya peningkatan omzet penjualan di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan?

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam pembahasan tesis ini adalah 1. Untuk menganalisis perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan. 2. Untuk menganalisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan. 3. Untuk menganalisis terjadinya inkonsistensi perilaku produsen tali tambang rafia dalam upaya peningkatan omzet penjualan di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data melalui : interview, observasi dan dokumentasi. Validitas penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Sedangkan Analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menghasilkan temuan (1) Perilaku produsen dalam meningkatkan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan inovatif dan kreatif, **Orientasi pembuatan produk adalah kemaslahatan, Memegang prinsip efisiensi, Dapat mengantisipasi atau memprediksi akses negatif dari produk yang akan dibuatnya, Menjaga keramahan dalam lingkungan.** (2) Perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam karena produsen masih melakukan pinjaman ke bank Konvensional sehingga masih mengandung unsur riba. (3) adanya inkonsistensi perilaku produsen tali tambang rafia antar temuan pertama dan temuan kedua dalam upaya peningkatan omzet penjualan CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

ABSTRACT

Elsa VaniMawaddah, NIM. 5420006. 2022. Analysis of Producer Behavior in Efforts to Increase Sales Turnover of Raffia Mine Rope from the Perspective of Islamic Business Ethics (Case Study of CV. Wijaya Lestari, Pekalongan Regency). Thesis Master of Islamic Economics, Post-Graduate Program Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Counselor: (1) **Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.** (2) Dr. Ali Muhtarom, M.H.I

Keywords : Producer Behavior. Increase Sales Turnover of Raffia Mine Rope, Perspective of Islamic Business Ethics

The behavior of producers in producing goods aims to increase sales turnover. Increased sales turnover is closely related to profits in a production. Taking profit in a production process must be in accordance with Islamic business ethics. The formulation of the problem in this study is 1. How is the behavior of producers in an effort to increase sales of raffia rope sales at CV. Wijaya Lestari Pekalongan Regency? 2. How is Islamic business ethics on company behavior in an effort to increase turnover of raffia mining ropes in CV. Wijaya Lestari Pekalongan Regency? 3. Why is there an inconsistency in the behavior of raffia rope producers in an effort to increase sales turnover at CV. Wijaya Lestari, Pekalongan Regency?

The research objectives to be achieved in the discussion of this thesis are 1. To analyze the behavior of producers in an effort to increase sales turnover of raffia rope in CV. Wijaya Lestari Pekalongan Regency. 2. To analyze the review of Islamic business ethics on the behavior of producers in an effort to increase sales turnover of ropes in CV. Wijaya Lestari Pekalongan Regency. 3. To analyze the occurrence of inconsistencies in the behavior of raffia rope producers in an effort to increase sales turnover at CV. Wijaya Lestari, Pekalongan Regency. This research is a qualitative research with a phenomenological approach. Data collection through: interviews, observation and documentation. The validity of this research uses triangulation technique. Meanwhile, the data analysis in this research is data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

This study resulted in the findings (1) The behavior of producers in increasing sales turnover of raffia rope in CV. Wijaya Lestari Pekalongan Regency is innovative and creative, Orientation of product manufacture is benefit, Holds the principle of efficiency, Can anticipate or predict negative access from the product to be made. Maintain friendliness in the environment. (2) The behavior of producers in an effort to increase sales turnover of raffia rope in CV. Wijaya Lestari Pekalongan Regency is not fully in accordance with Islamic business ethics because producers still make loans to conventional banks so that they still contain elements of usury. (3) there is an inconsistency in the behavior of raffia rope producers between the first finding and the second finding in an effort to increase CV sales turnover. Wijaya Lestari Pekalongan Regency.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Alhamdulillah terpanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah dan senantiasa melimpahkan rahmat, inayah dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat teriring salam semoga senantiasa dan selalu terlimpahcurahkan kepada Junjungan Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, tabi'it tabi'in dan para pengikut setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul ***“Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan).*”** sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
3. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I selaku ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
4. Bapak **Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I** selaku Pembimbing I yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, dan buah pikirannya dalam tesis ini.
5. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I selaku Pembimbing II yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan arahnya dalam tesis ini.
6. Bapak Suto Wijaya selaku Pemilik CV.Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan atas izin, kesempatan, bantuan, serta kerjasamanya yang baik sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar
7. Segenap Dosen dan Staf Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

8. Orang tuaku Bapak Yusupeno dan Ibu Khamidah.
9. Suamiku tercinta Sudarmo yang selalu mendoakan, dan atas segala kasih sayangnya.
10. Anakku tersayang Muhammad Fatih Akbar.
11. Kedua adekku Muhammad Hasnan Bangsawan dan Muhammad Briliyan Albahrain.

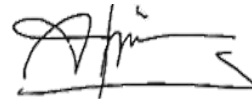
Kiranya tiada ungkapan yang paling indah yang dapat penulis haturkan selain iringan do'a Jazakumullahu Khoirol Jaza', semoga bantuan dukungan yang telah di berikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari tiada gading yang tak retak, begitupun kiranya Tesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang pikir dan koreksi sangat bermanfaat dalam menyempurnakan Tesis ini. Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 11 Juli 2022

Penulis,



ELSA VANI MAWADDAH
NIM. 5420006

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL PERTAMA	i
HALAMAN JUDUL KEDUA	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	v
PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	vii
TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN	xi
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Penelitian Terdahulu	9
E. Kerangka Teori	17
F. Kerangka Berpikir	27
G. Metode Penelitian	29
H. Sistematika Pembahasan	34
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori Perilaku	35
1. Pengertian Perilaku	35
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku	36
3. Prinsip-Prinsip Perilaku Produsen	38
4. Ciri-Ciri Perilaku Produsen	42
B. Etika Bisnis Islam	43
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	43
2. Konsep Etika Bisnis Islam	44
3. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	52
C. Teori Motivasi dalam Produksi	53

BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Profil CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.....	57
	1. Sejarah Perkembangan CV Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.....	57
	2. Letak Geografis CV Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan....	59
	3. Visi, Misi dan Tujuan CV Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.....	63
	B. Struktur Organisasi CV Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.....	60
	C. Sarana dan Prasarana Usaha Tali Tambang Rafia	62
	D. Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Omzet Penjualan	63
	E. Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia	67
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Perilaku Produsen dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan	70
	1. Kreatif dan Inovatif	70
	2. Orientasi Pembuatan Produk adalah Kemaslahatan	72
	3. Memegang Prinsip Efisiensi.....	75
	4. Dapat Mengantisipasi atau Memprediksi Akses Negatif dari Produk yang Akan Dibuatnya	77
	5. Menjaga Keramahan dalam Lingkungan	79
	B. Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Produsen dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia di CV.Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan	81
	1. Ketuhanan / Tauhid	81
	2. Kejujuran	83
	3. Keadilan.....	87
	4. KehendakBebas	89
	5. TanggungJawab.....	93
	6. Ihsan (Kebajikan)	96
	C. Inkonsistensi Perilaku Produsen Tali Tambang Rafia dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan di CV.Wijaya Lestari KabupatenPekalongan	98
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	100
	B. Saran	101
	DAFTARPUSTAKA	102
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	108
	BIODATAPENULIS	115

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	15
3.1	Batas Wilayah Wonokerto Kulon Kecamatan Wonokerto	58
3.2	DaftarDesa di KecamatanWonokerto	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.0	Kerangka Berfikir	18



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Surat Ijin Penelitian	108
2.	Surat Keterangan Penelitian	109
3.	Pedoman Wawancara	110
4.	Dokumentasi Penelitian	111



BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat untuk kesejahteraan masyarakat. Produksi merupakan salah satu dari proses bisnis yang bisa dilakukan. Produksi adalah suatu proses menciptakan hasil kerja yang berupa barang atau jasa dari tangan manusia atau mesin sebagai wujud kreativitas, inovasi pada suatu individu atau perusahaan guna peningkatan kesejahteraan masyarakat tersebut.¹ Dalam proses produksi pentingnya melihat perilaku produsen dalam menghasilkan suatu barang perlu menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam yaitu keadilan. Mengimplementasikan nilai etika bisnis ini dapat dijalankan dari berbagai aspek yaitu produksi, distribusi bahkan konsumsi guna mencapai tujuan peningkatan omzet penjualan.²

Pada dasarnya prinsip untuk memproduksi sesuatu itu bebas termasuk keadilan dalam pengelolaan lahan pertanian dan pengadaan barang-barang perdagangan yang lebih bagus.³ Dalam ekonomi Islam produksi juga merupakan bagian terpenting dari aktivitas ekonomi bahkan dapat dikatakan sebagai salah satu dari rukun ekonomi disamping konsumsi dan distribusi. Tujuan produksi adalah untuk kemaslahatan individu dan

¹Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Malang: UIN MALANG PRESS, 2008), hlm.30.

²I.Y. Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Media, 2018), hlm 65.

³Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm.90.

masyarakat secara seimbang.⁴ Tetapi, produksi juga bisa dapat menimbulkan kerugian bagi sebagian masyarakat jika dijalankan untuk kepentingan pribadi saja.⁵ Sebagaimana dalam hadis riwayat muslim tentang produktivitas dalam Islam.

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: (مَنْ كَانَتْ لَهُ أَرْضٌ فَلْيَزْرَعْهَا , فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ أَنْ يَزْرَعْهَا وَعَجَزَ عَنْهَا , فَلْيَمْنَحْهَا أَخَاهُ الْمُسْلِمَ , وَلَا يُؤَا جِرْهَا إِيَّاهُ)

Artinya : “ Dari Jabir RA berkata, Rasulullah SAW bersabda : barang siapa mempunyai sebidang tanah, maka hendaklah ia menanaminya. Jika ia tidak bisa atau tidak mampu menanami, maka hendaklah diserahkan kepada orang lain (untuk ditanami) dan janganlah menyewakannya (HR. Muslim).

Pemahaman produksi dalam Islam memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber produksi yang diperbolehkan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Qur'an surah Al-Maidah ayat 87.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ٨٧

Artinya : Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

Islam menghargai seseorang yang mengelolah bahan baku kemudian menyedekahkannya atau menjualnya sehingga manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya atau untuk meningkatkan ekonomi untuk mencukupi kebutuhannya sendiri. Pekerjaan seseorang yang sesuai keterampilan yang

⁴Idri, *Hadist Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hlm.62-63.

⁵Suharto Fatma Wati Poernomo, Muhammad Iqbal Fasa, *Analisis Pemanfaatan Etika Bisnis Islam Dalam Kegiatan Produksi, Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan Dan Kebudayaan*, Vol. 22 No.2 tahun 2021, hlm 174.

dimiliki, dikategorikan sebagai produksi, begitupun kesibukan untuk mengolah sumber penghasil juga dapat dikatakan produksi.

Dapat diketahui bahwa perilaku produsen untuk memaksimalkan keuntungan atau laba yaitu berapa banyak *output* yang akan ditawarkan, bagaimana memproduksi *output* tersebut dan berapa banyak tiap *output* yang diminta. Dari ketiga aspek tersebut harus berjalan dengan seimbang.⁶

Peningkatan omzet penjualan sangat berhubungan dengan keuntungan dalam suatu produksi sebagaimana Imam al-Ghazali tidak dapat memungkiri bahwasannya mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun ia memberikan penekanan pada etikabisnis, bahwa keuntungan yang hakiki yang dicari adalah keuntungan akhirat.⁷ Sesungguhnya, keuntungan akhirat atau hasil keberkahan dalam penjualan memiliki makna yang lebih dalam, keuntungan yang bersifat materiil di dunianya bersifat sementara, kebahagiaannya hanya dirasakan di dunia dan bersifat sementara. Tentunya keuntungan di akhirat diimbangi dengan pola produksi yang berdasarkan syariat Islam, tidak mengurangi timbangan, riba atau kecurangan lainnya.⁸

Etika Bisnis Islam mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong-menolong, menjauhkan diri dari sifat iri, dengki dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Etika bisnis dalam Islam juga sebagai pengatur terhadap aktivitas ekonomi yang dilakukan karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan

⁶Karl E Case dan Ray C Fair, *Principles of Economic* (Jakarta: Prenadamedia, 2007), hlm. 168.

⁷Rozalinda, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Grafindo, 2014), hlm 124.

⁸Rozalinda, *Ekonomi Islam...*, hlm. 126.

penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita jumpai bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik dan buruk.⁹ Untuk itu pengetahuan mengenai prinsip etika bisnis Islam harus dimiliki oleh setiap pelaku ekonomi (produsen) dalam menjalankan usahanya. Rasulullah SAW sendiri merupakan seorang pedagang, beliau dikenal sebagai pedagang yang sukses. Beliau menerapkan etika bisnis Islam di dalam usahanya. Diantara sifat beliau yang mulia yang menjadikan Rasulullah pedagang sukses adalah kejujuran beliau dalam berniaga. Jujur disini dalam arti luas seperti tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada, tidak berkhianat serta tidak ingkar janji dalam transaksi jual beli.¹⁰

Negara Indonesia disebut sebagai negara maritim karena Indonesia memiliki potensi hasil laut yang melimpah. 30 persen dari 70 persen total perikanan di Kawasan Asia Pasifik berada di Indonesia. Menurut Data Kementerian Kelautan dan Perikanan atau KKP tercatat adanya kenaikan sebesar 10,8 persen nilai ekspor (Data dilihat dari hasil perikanan tahun 2019) dengan keuntungan mencapai Rp 73,6 miliar.¹¹ Pekalongan mempunyai garis pantai sepanjang 6,15 Km sehingga Pekalongan merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki Pelabuhan Perikanan yang cukup besar type B, dan dilengkapi dengan tempat pelelangan ikan (TPI) sebagai pusat kegiatan dan transaksi hasil tangkapan ikan.¹²

⁹Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Ekonisia, 2004), hlm 29.

¹⁰Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm 137.

¹¹NurJamalShaid, <https://Money.Kompas.Com/Read/2022/01/18/220000126/MengapaIndonesia-Disebut-NegaraMaritim>, Kompas.Com, 2022, diakses 22 februari 2022.

¹²DPMPTSP Kota Pekalongan, <https://Oss.Pekalongankota.Go.Id/Index.Php/Id/Kota-Pekalongan/2016-05-01-03-05-52/Bidang-Perikanan-Dan-Kelautan,2021>, diakses 22 februari 2022.

Sebagai daerah yang berbatasan langsung dengan laut, Pekalongan memiliki potensi alam kelautan berupa produksi ikan laut yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan dan mata pencaharian masyarakat. Untuk itu usaha tali tambang rafia merupakan usaha yang bisa dilirik oleh para pengusaha perikanan untuk diproduksi guna memenuhi kebutuhan penangkapan ikan. Usaha tali tambang rafia ini merupakan salah satu industri kreatif. Karena produsen berinovasi dengan memproduksi dan mengolah tali rafia menjadi tali tambang rafia dengan kreativitas manusia untuk berusaha mengembangkan peluang yang ada di sekitar lingkungannya.

Berdasarkan observasi awal, perilaku produsen yang dilakukan di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan sementara menunjukkan kejujuran yang dapat dilihat dari sisi takaran timbangan tali tambang rafia.¹³ Kejujuran takaran tali tambang rafia ini terkait dengan perilaku produsen dalam hal kejujuran. Karena proses pembuatan tali rafia dilakukan ketika cuaca cerah tidak hujan. Karena jika hujan turun dan proses produksi masih dilakukan maka akan mempengaruhi takaran timbangan tali rafia. Karena jika hujan tali tambang rafia akan berat ditimbangan karena basah terkena air hujan. Perilaku produsen CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan dalam meningkatkan omzet penjualannya selain bertujuan untuk memaksimalkan omzet atau keuntungannya, produsen juga memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar akan tali tambang rafia dan menambah nilai guna tali rafia. Produsen awalnya memproduksi tali tambang rafia selain untuk memperluas

¹³Suto Wijaya, CV. Wijaya Lestari, *Wawancara*, (Pekalongan, 25 januari 2022).

usahanya, produsen juga membutuhkan tali tambang rafianya untuk membantu menangkap ikan di laut lepas.

Dalam proses produksi sepatutnya produsen berupaya untuk melepaskan dirinya dari sifat acuh dengan memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan maksimal dari kegiatan usahanya. Akan tetapi, sampai saat ini proses produksi belum seimbang karena para produsen masih saja terpaku pada pencapaian omzet yang optimum tanpa memperhatikan kualitas barang hasil produksinya. Tidak sedikit produsen dalam mengembangkan bisnisnya terjadi inkonsistensi. Seperti halnya mencampurkan bahan baku kualitas baik dengan bahan baku kualitas rendah, serta mengurangi porsi dari timbangan. Hal seperti ini tentu melanggar syariat Islam. Untuk itu Islam mengatur dalam berbisnis menggunakan etika bisnis Islam.

Dalam penelitian yang mengkaji dan menganalisis bagaimana perilaku produsen perspektif etika bisnis Islam telah banyak dilakukan, diantaranya oleh Muklisshotun, Nur Aslakhah Baladina dan Yustin Meilien pada umumnya memperoleh hasil bahwapraktek jual beli yang dilakukan pedagang atau pelaku usaha di lihat dari bisnis islam terkait rukun jual beli sudah terpenuhi, sedangkan syarat jual beli ada yang belum terpenuhi. Penerapan etika bisnis secara Islam sudah ada yang diterapkan dengan baik oleh pedagang seperti halnya prinsip keadilan, kehendak bebas dan kejujuran. Perilaku produsen dalam upaya peningkatan Omzet penjualan dapat dilihat dari perilaku produsen yang kreatif dan inovatif, percaya diri

akan produk yang dihasilkan, berusaha kepercayaan dan kenyamanan konsumen dengan kehalalan dan keamanan produk.¹⁴ Namun, yang khusus mengkaji perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia perspektif etika bisnis Islam di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan belum dilakukan.

Alasan Pemilihan CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan adalah karena peneliti melihat perilaku produsen dalam memproduksi tali tambang rafia dalam meningkatkan omzet penjualan sangat kreatif dan inovatif. Tali rafia yang semula digunakan hanya untuk mengikat barang saja dapat diproduksi sebagai tali tambang rafia dan dialih fungsikan sebagai alat untuk membantu nelayan menangkap ikan di lautan lepas. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti perilaku produsen khususnya usaha tali tambang rafia dengan perspektif etika bisnis Islam sehingga penulis mengambil judul *“Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan).”*

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan?

¹⁴Muklisshotun, Muhammad Dzikirullah H . Noho, *Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Di Toko Sandang Murah Bojonegoro, Irtifaq* Vol. 8 No 2, September 2021, hlm 120.

2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan?
3. Mengapa terjadi inkonsistensi perilaku produsen tali tambang rafia dalam upaya peningkatan omzet penjualan di CV.Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.
- b. Untuk menganalisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.
- c. Untuk menganalisis terjadinya inkonsistensi perilaku produsen tali tambang rafia dalam upaya peningkatan omzet penjualan di CV.Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menambah wawasan dan juga menambah referensi

baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi.

b. Secara praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan rujukan berperilaku berbisnis sesuai syariat islam bagi para pembaca pada umumnya. Bagi produsen CV. Wijaya Lestari, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan rujukan dalam berperilaku dan bertindak guna mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan etika bisnis islam.

D. Penelitian Terdahulu

Adapun kajian penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti untuk membedakan posisi penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Pertama, tesis Izzah Dienillah tahun 2019 yang berjudul "*Analisis Pengaruh Produsen Terhadap Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Petani Dalam Perspektif Maqasid Syariah (Studi Pada Petani Kopi Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso*" menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung dalam penelitian Izzah adalah (1) perilaku produsen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan di kecamatan sumber wringin Kabupaten Bondowoso. (2) Pengaruh produsen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan petani di Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso. (3) Pemberdayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan petani di Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso.

Selain itu di dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang tidak langsung yang menyatakan bahwa perilaku produsen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan petani melalui pemberdayaan petani.¹⁵

Kedua, jurnal dari Ratna Setyawati Gunawan, Nunik Kadarwati, Sukiman tahun 2017 yang berjudul “*Analisis Perilaku Produsen UMKM Lanting Kuning Dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup Layak Di Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas*” menyatakan (1) variabel input modal dan bahan baku berpengaruh positif terhadap produksi lanting kuning. Dari hasil estimasi diketahui bahwa return to scale dari usaha lanting kuning adalah decreasing return to scale, (2) dilihat dari jumlah keuntungan, bisnis lanting kuning memiliki rata-rata keuntungan Rp2.491.250, (3) bisnis lanting kuning memiliki rata-rata R/C sebesar 1,56 sehingga bisa dikatakan bisnis lanting kuning sudah efisien; dan (4) Jumlah pengusaha yang telah memiliki profit di atas dan di bawah ketentuan Kabupaten KHL Banyumas pada tahun 2016 hampir seimbang.¹⁶

Ketiga, jurnal penelitian Nur Aslakhah Baladina, Ashlihah tahun 2021 berjudul “*Perilaku Produsen Pada Masa Pandemi Covid 19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Kelurahan Lontar Surabaya*” menyatakan bahwa para produsen yang sekaligus pedagang di Kelurahan Lontar

¹⁵Izzah Dienillah, *Analisis Pengaruh Perilaku Produsen Terhadap Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Petani Dalam Perspektif Maqasid Syariah (Studi Pada Petani Kopi Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso)*, April tahun 2019, hlm 125.

¹⁶Ratna Setyawati Gunawan, Nunik Kadarwati, sukiman *Analisis Perilaku Produsen UMKM Lanting Kuning Dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup Layak Di Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas, Prosiding*, November tahun 2017, hlm. 102.

Surabaya masih belum mengetahui dan menerapkan bagaimana perilaku produsen yang sesuai dengan etika bisnis islam.¹⁷

Keempat, jurnal penelitian dari Nur Azliza, Muhammad Dinar, Muhammad Hasan tahun 2019 berjudul "*Perilaku Produsen Dalam Mengendalikan Biaya Dan Mengelola Pendapatan Ayam Broiler Di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone*" menyatakan bahwa Perilaku produsen dalam hal pengendalian biaya Ayam Broiler di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone dengan cara menekan biaya-biaya produksi tetap yaitu dengan menambahkan pakan tambahan selain pakan utama. Selain itu, perawatan dan pemeliharaan alat menjadi prioritas produsen karena sifatnya yang bertahan lama. Perilaku produsen dalam hal pengelolaan pendapatan Ayam Broiler di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone berupa memaksimalkan penjualan dengan menambah jumlah atau menaikkan produksi ayam broiler. Ukuran dan kapasitas kandang dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak pendapatan produsen.¹⁸

Kelima, jurnal Muklisshotun, Muhammad Dzikrullah H.Noho tahun 2021 berjudul "*Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Toko Sandang Murah Bojonegoro*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktek jual beli yang dilakukan pedagang atau pelaku usaha dilihat dari bisnis islam terkait rukun jual beli sudah terpenuhi,

¹⁷Nur Aslakhah Baladina and Ashlihah, Perilaku Produsen Pada Masa Pandemi Covid - 19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Kelurahan Lontar Surabaya, *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, Vol.2 No.2 tahun 2021, hlm 109.

¹⁸Muhammad Hasan Nur Azliza, Muhammad Dinar, *Perilaku Produsen Dalam Mengendalikan Biaya Dan Mengelola Pendapatan Ayam Broiler Di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone*, Jurnal Ekonomi 2019, hlm 105.

sedangkan syarat jual beli ada yang belum terpenuhi. Penerapan etika bisnis secara islam sudah ada yang diterapkan dengan baik oleh pedagang seperti halnya prinsip keadilan, kehendak bebas dan kejujuran, sedangkan tanggung jawab dan ketaqwaan masih belum diterapkan oleh penjual.¹⁹

Keenam, jurnal Nurul Cholidiyah, Richa Angkita Mulyawisdawati tahun 2018 berjudul “ *Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi dan Karl Marx*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan pemikiran Yusuf Qardhawi dan Karl Marx tentang perilaku produsen. Penelitian ini merupakan penelitian literatur dengan pendekatan historis sosiologis. Analisis data menggunakan metode induktif dan Teknik komparatif deskriptif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Yusuf Qarhawi berpendapat bahwa produsen melakukan kegiatan produksi karena ibadah kepada Allah. Sedangkan Karl Marx berpendapat bahwa produsen tidak mempunyai kebebasan dalam kepemilikan modal dan alat produksi karena semuanya diatur oleh negara dan akan Kembali kepada negara.²⁰

Ketujuh, jurnal Meita Masfufah, Sitti Achiria tahun 2019 berjudul “*Perilaku Produsen Pada Model Kemitraan Go Food Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta)*”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan survei dan wawancara pada mitra Go Food di daerah Wirobrajan Yogyakarta. Hasil

¹⁹Muklisshotun, Muhammad Dzikirullah H . Noho, *Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Di Toko Sandang Murah Bojonegoro, Irtifaq* Vol. 8 No 2, September 2021, hlm. 112.

²⁰Richa Angkita Mulyawisdawati dan Nurul Cholidiyah, *Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi Dan Karl Marx, UNIDA Gontor, STEBI Al-Muhsin*.jurnal ekonomi Islam Vol.5 No.2, 2018, hlm. 85.

penelitian menunjukkan bahwa produsen merasa sangat terbantu dengan menjadi mitra Go Food dimana mereka mengalami kenaikan dalam penjualan dan sistem pemasaran secara online sehingga dapat mengenalkan warungnya ke masyarakat luas. Dari segi perspektif ekonomi islam kemitraan Go Food sudah sesuai dengan tuntunan ekonomi islam karena telah dijelaskan dengan jelas dalam perjanjian seperti modal, cara kerja, ijab qobul dan nisbah.²¹

Kedelapan, jurnal Iskandar Zulkarnain dan Hestu Nugroho tahun 2019 berjudul “*Analisis Perilaku Produsen Dalam Mengembangkan Produk Berbasis Kearifan Lokal Tangerang Selatan*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku produsen terdiri dari 3 komponen, yaitu personal service (kejujuran), kemampuan komunikasi yang baik dan ESQ yang baik (kemampuan mengelola emosi dan spiritual). Dari ketiga komponen tersebut yang dimiliki produsen maka akan menghasilkan service excellent dimana produsen tidak hanya mementingkan profit oriented saja tetapi juga people oriented. Sehingga akan mempengaruhi pemberdayaan produk kearifan lokal dari tingkat daerah hingga tingkat pusat.²²

²¹Meita Masfufah dan Siti Achiria, *Perilaku Produsen Pada Model Kemitraan Go Food Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kaasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta)*, *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, Vol.9 No.1, 2019, hlm 6.

²²Iskandar Zulkarnain dan Hestu Nugroho W, *Analisis Perilaku Produsen Dalam Mengembangkan Produk Berbasis Kearifan Lokal Tangerang Selatan*, *jurnal ilmu manajemen*, Vol.6 No.2, 2019, hlm. 69.

Kesembilan, jurnal Ahmad Suminto tahun 2020 berjudul “Etika Kegiatan Produksi: Perspektik Etika Bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analitik. Jenis penelitian yang digunakan adalah *library research* (studi kepustakaan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua prinsip yang harus dipenuhi oleh produsen muslim sebagai landasan etika dalam kegiatan produksi. Pertama, berproduksi dalam lingkaran halal. Kedua, perlindungan kekayaan alam hendaknya kegiatan produksi tidak merusak lingkungan (alam).²³

Berbeda dengan beberapa hasil penelitian yang telah dikaji, dalam penelitian yang akan dilaksanakan dengan judul Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan) ini memiliki kebaruan penelitian yaitu pada usaha kreatif tali tambang rafia sehingga tujuan penelitian ini untuk menganalisis bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan usaha tali tambang rafiadi CV. Wijaya Lestari. Mengingat banyaknya kasus penyimpangan perilaku produsen dalam peningkatan omzet penjualan tanpa memperhatikan aspek etika dalam berbisnis secara islami.

Dari penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas telah menunjukkan adanya perbedaan dan persamaan dari masing-masing. Adapun secara rinci dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut ini:

²³Ahmad Suminto, *Etika Kegiatan Produksi: Perspektif Etika Bisnis Islam, Islamic Economics Journal*, Vol.6 No.1,2020, hlm 124.

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan

No	Judul dan Nama Penulis	Metode	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Pengaruh Produsen terhadap Pemberdayaan dan Kesejahteraan Petani dalam Perspektif Maqasid Syariah (Studi Pada Petani Kopi Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso oleh Izzah Dienillah	Kuantitatif	Menganalisis perilaku produsen dalam perspektif ekonomi islam.	Metode Penelitian yang digunakan berbeda.
2.	Analisis Perilaku Produsen UMKM Lanting Kuning dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup Layak di Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas oleh Ratna Setyawati Gunawan, Nunik Kadarwati, Sukiman.	Deskriptif kualitatif	Metode penelitian yang digunakan sama.	Menganalisis perilaku produsen dalam memaksimalkan profit.
3.	Perilaku Produsen pada Masa Pandemi Covid 19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kelurahan Lontar Surabaya oleh Nur Aslakhah Baladina, Ashlihah.	Kualitatif	Menganalisis perilaku produsen ditinjau dari etika bisnis islam.	Menggunakan masa pandemi covid 19.
4.	Perilaku Produsen dalam Mengendalikan Biaya dan Mengelola Pendapatan Ayam Broiler di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone oleh Nur Azliza, Muhammad Dinar, Muhammad Hasan	Kualitatif	Menganalisis perilaku produsen terhadap peningkatan pendapatan. Metode penelitian yang digunakan	Menganalisis biaya pengendalian pemeliharaan .

No	Judul dan Nama Penulis	Metode	Persamaan	Perbedaan
			sama.	
5.	Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Toko Sandang Murah Bojonegoro oleh Muhammad Dzikrullah H.Noho	Kualitatif	Menganalisis penerapan etika bisnis islam dalam jual beli.	Tidak menganalisis perilaku produsen dalam peningkatan omzet penjualan.
6.	Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi dan Karl Marx oleh Nurul Cholidiyah, Richa Angkita Mulyawisdawati.	Historis sosiologis, literatur research	Menganalisis perilaku produsen.	Menganalisis perbedaan pemikiran Yusuf Qardhawi dan Karl Marx tentang perilaku produsen.
7.	Perilaku Produsen pada Model Kemitraan Go Food dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta) oleh Meita Masfufah, Sitti Achiria.	Deskriptif kualitatif	Menganalisis perilaku produsen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam.	Menganalisis model kemitraan go food.
8.	Analisis Perilaku Produsen dalam Mengembangkan Produk Berbasis Kearifan Lokal Tangerang Selatan oleh Iskandar Zulkarnain dan Hestu Nugroho	Deskriptif Kualitatif	Menganalisis perilaku produsen perspektif etika bisnis islam.	Menganalisis perilaku produsen dalam mengembangkan produk berbasis kearifan lokal.
9.	Etika Kegiatan Produksi : Perspektik Etika Bisnis Islam oleh Ahmad Suminto.	Deskriptif kualitatif, menggunakan library research	Menganalisis perilaku produsen ditinjau dari prespektif etika bisnis islam.	Jenis penelitian berbeda menggunakan penelitian lapangan. Menganalisis perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan.

E. Kerangka Teori

1. Perilaku Produsen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Kegiatan produksi dalam ilmu ekonomi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dapat menciptakan suatu kemanfaatan (*utility*) baik di masa sekarang ataupun di masa yang akan datang. Dalam pengertian secara umum, kita mampu memahami bahwa kegiatan produksi itu tidak akan terlepas dari keseharian manusia. Meskipun demikian, pembahasan produksi dalam ilmu ekonomi konvensional selalu identik dengan maksimalisasi keuntungan sebagai motif utama, meskipun banyak kegiatan produktif atas dasar definisi di atas yang memiliki motif lain dari hanya sekedar memaksimalkan keuntungan saja.²⁴

Dalam perspektif ekonomi Islam, produksi dalam bahasa Arab adalah *al-intaaj* dari akar kata *nataja*. Dalam istilah fiqh produksi berasal dari kata *tehsil* yang artinya penghasilan atau menghasilkan sesuatu. Menurut Ibnu Khaldun, kata *tahsil* untuk produksi biasa digunakan ketika membahas pembagian spesialisasi tenaga kerja.²⁵

Kegiatan Produksi bukan saja berarti menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada menjadi ada, tetapi menjadikan sesuatu dari unsur alam menjadi bermanfaat. Dari binatang ternak misalnya, orang dapat mengambil kulitnya untuk dijadikan pakaian dan barang jadi lainnya, dari susu binatang ternak dapat diperas dan dijadikan minuman susu

²⁴Musthafa Edwin Nasution, *Ekonomi Islam*, Prenadamedia Group (Jakarta, 2012). Hlm 102.

²⁵Richa Angkita Mulyawisdawati Nurul Cholidiyah, *Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi Dan Karl Marx...hlm 77*.

segar atau susu bubuk bayi. Ini berarti Islam menganjurkan untuk melakukan produksi. Oleh karena itu para fuqaha menetapkan hukum fardhu ain bagi setiap muslim untuk berusaha memanfaatkan sumber-sumber alam. Manusia harus memiliki pikiran atau ide serta keahlian untuk mengembangkan masalah investasi dan jenis-jenis usaha dalam menjalankan apa yang telah disyariatkan. Hal ini sesuai dengan petunjuk al-Qur'an agar manusia memakmurkan bumi.²⁶

Perilaku produsen bermakna perilaku rasional di dalam mengalokasikan sumber daya dengan tujuan menghasilkan barang dan jasa sehingga mampu untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia berlandaskan al-Qur'an dan hadis.²⁷

Islam mengatur kegiatan produksi dengan terperinci, mulai dari memperoleh barang, memanfaatkan serta mendistribusikannya. Pandangan Islam dari segi keberadaan dan produksi harta kekayaan dalam ilmu pengetahuan adalah sama untuk setiap bangsa di dunia dan sifatnya yang universal. Sedangkan dalam hal memperoleh, memanfaatkan dan mendistribusikannya di setiap Negara tidak sama tergantung dengan ideology masing-masing Negara tersebut.²⁸

²⁶Izzah Dienillah, *Analisis Pengaruh Perilaku Produsen Terhadap Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Petani Dalam Perspektif Maqasid Syariah (Studi Pada Petani Kopi Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso)*,... hlm.36.

²⁷Suryani dan Hendryadi, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), hlm.34.

Beberapa prinsip dasar perilaku produsen sebagai perwujudan *Islamic Manyaitu*.²⁹

- a. Produsen tidak hanya reaktif saja tapi proaktif, kreatif dan inovatif dalam membuat produk. Seringkali konsumen tidak mengetahui apa yang dibutuhkan. Kebutuhannya mulai terasa ketika ia melihat barang yang ada di dalam toko. Dari situ produsen dituntut untuk bisa bersikap kreatif dan inovatif dalam menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen. Tidak sekedar barang-barang lumrah yang memang dibutuhkan konsumen, namun yang perlu diperhatikan produsen adalah kreativitas perlu dibatasi oleh nilai-nilai luhur Islam yang bersifat mendidik konsumen.
- b. Orientasi pembuatan produk adalah kemaslahatan, bukan asal laku (dapat untung). Walaupun survivabilitas produsen sangat ditentukan oleh sejauhmana memperoleh keuntungan dari penjualan produksinya, bukan berarti produsen dibebaskan untuk membuat produk asal laku di masyarakat. Dalam norma-norma Islam disamping terdapat barang atau jasa yang jelas dilarang untuk dikonsumsi (berarti juga diproduksi), Islam juga mengharapkan agar produk mengandung masalah bagi masyarakat banyak. Sehingga orientasi produsen bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga menjaga ketentraman.

²⁹Vieithzal Rivai Zainal Dkk, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 405-406.

- c. Memegang prinsip efisiensi. Efisiensi penting dalam proses produksi. Artinya produsen harus menerapkan prinsip ini dalam berbagai sisi aktivisasi produksi. Dalam penetapan jumlah produk, misalnya produsen harus mengukur terlebih dulu seberapa kekuatan masyarakat dalam mengkonsumsi sebuah produk. Hal ini menentukan produsen untuk membuat berapa banyak produk yang harus ia buat. Jika produk yang ia buat terlalu banyak, melebihi kapasitas yang diinginkan masyarakat, maka produk tersebut menjadi sia-sia. Ini berarti inefisien. Dalam Islam Inefisien atau *wasting* tidak direkomendasikan.
- d. Dapat mengantisipasi atau memprediksi akses negatif dari produk yang akan dibuatnya. Produk-produk seperti kosmetik, obat-obatan, makanan, minuman suplemen, alat-alat teknologi dan peralatan lainnya dapat mengundang bahaya konsumen jika dibuat tidak secara cermat oleh produsen. Oleh karena itu, dalam pembuatan produk, produsen harus hati-hati dan waspada dengan mempertimbangkan segala kemungkinan yang akan terjadi pada konsumen. Produsen harus mempersiapkan bahan yang baik, melakukan uji teknis atau medis, melakukan pemantauan dalam proses produksi, menyiapkan tenaga ahli, melakukan eksperimen, misalnya untuk memastikan bahwa produk yang dibuatnya tidak membahayakan konsumen. Termasuk mencantumkan beberapa informasi terkait aturan pakai, masa kadaluarsa, efek samping yang ditimbulkannya dan peringatan-peringatan lain yang menjadi pengetahuan dasar bagi konsumen sebelum

membeli produk. Ini penting karena realitas konsumen adalah realitas ketidaktahuan akan produk. Oleh karena itu produsen sebagai pihak yang mengetahui seluk-beluk produk harus memberikan kepedulian terlebih dahulu dengan cara seperti itu.

- e. Menjaga keramahan dalam lingkungan. Persoalan yang sering mengganggu dalam kegiatan produksi adalah bagaimana kegiatan produksi tidak mengakibatkan rusaknya lingkungan. Jika hal ini tidak diperhatikan, kerusakan lingkungan dapat mengakibatkan bencana bagi masyarakat sekitarnya, secara sempit, dan bagi keseluruhan makhluk hidup secara luas. Seperti pada poin sebelumnya, produsen harus terlebih dahulu mempertimbangkan kemungkinan bahaya yang ditimbulkan dari proses produksinya. Untuk ini produsen harus melakukan kajian dan penelitian terhadap bahan-bahan, zat kimia, dan mengatur proses pembuangannya agar kegiatan produksi tidak mengakibatkan pencemaran lingkungan. Produsen harus menjaga keseimbangan alam dan menciptakan kondisi lingkungan tetap hijau (green production).

2. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan tindakan yang sesuai dengan ajaran tentang penerapan moral bersumber dari ajaran Islam.³⁰ Dalam aturan bisnis, Islam menegaskan bahwa tidak boleh melanggar nilai-nilai Islam. Agama Islam menerapkan nilai-nilai yang dianjurkan untuk

³⁰Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm 52.

diikuti setiap muslim untuk menjalankan bisnisnya menurut sumber Al Qur'an dan hadist nabi.³¹ Pada dasarnya proses bisnis harus menyelaraskan etika bisnis Islam. Menurut M. Djakfar prinsip dasar dalam etika bisnis Islam bagi pelaku bisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam penelitian ini, diantaranya:³²

a. Prinsip Ketuhanan (Tauhid)

Merupakan prinsip utama etika bisnis Islam. Prinsip ketuhanan atau tauhid inilah yang membedakan dengan etika bisnis konvensional. Ismail Raji Al Faruqi menegaskan bahwa untuk bersaksi bahwa tiada tuhan selain Allah, adalah meyakini bahwa ia sendirilah sang pencipta yang memberikan wujud kepada segala sesuatu.³³ Setiap tingkah laku dan perbuatan manusia tidak akan pernah luput dari ketetapan Allah SWT.

Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiah, sosok makhluk yang berketuhanan. Maka kegiatan bisnis yang dilakukan manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan. Dalam rangka melaksanakan perintah Tuhan dalam Al-Qur'an juga disebutkan bahwa Tauhid merupakan filsafat fundamental dari ekonomi Islam. Sistem etika bisnis Islam meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan, tercermin dalam konsep tauhidullah (Pemahaesaan Allah) yang dalam pengertian absolut hanya

³¹Irham Fahmi, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 3.

³²Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Maliki Press, 2007), hlm 53.

³³Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), hlm 82.

berhubungan dengan Allah. Maka dalam penerapan konsep ini pengusaha muslim dalam melakukan kegiatan bisnisnya tidak akan melakukan hal-hal yang dilarang tuhan. Seperti menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli, atau siapapun. Menghindari terjadinya praktek bisnis yang kotor, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda. Dengan demikian ketauhidan sangat diperlukan dalam etika bisnis Islam, karena mencerminkan bahwa seseorang yang meyakini keesaan Allah, akan selalu berperilaku sesuai dengan perintah Allah SWT.

b. Prinsip Kejujuran

Prinsip Kejujuran merupakan prinsip yang sangat penting. Kejujuran merupakan modal utama bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Kejujuran pelaku bisnis dapat terlihat dalam beberapa hal seperti, tidak mengambil keuntungan dari cara yang bathil, tidak menyuap, tidak menimbun barang barang, tidak menipu, tidak memanipulasi barang baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya.

Dalam hal ini kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen dalam susatu hubungan pekerjaan.³⁴ Seorang pebisnis harus berperilaku jujur dengan dilandasi keinginan supaya orang lain mendapatkan kebaikan dengan cara menjelaskan kelemahan dan

³⁴Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 91.

kelebihan barang yang dia ketahui kepada konsumennya, baik yang terlihat ataupun yang tidak terlihat oleh orang lain.

c. Prinsip Keadilan

Prinsip etika bisnis Islam adalah keadilan dan keseimbangan. Dapat diartikan sebagai perbuatan yang berlaku adil dan berbudi pekerti, bersedia untuk mengakui kesalahan, persamaan perlakuan, tidak bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan dari kesalahan orang lain.³⁵

Keseimbangan merupakan konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan ataupun dirugikan orang lain.³⁶ Dalam berbisnis, harus berbuat adil kepada siapapun sekalipun pihak yang tidak disukai.³⁷

Adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah serta Rosulnya berlaku sebagai stake holder dari perilaku seseorang. Konsep keadilan ini dapat diartikan sebagai perintah kepada para pengusaha muslim untuk merealisasikan Tindakan bisnis yang dapat menempatkan dirinya dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan di Akhirat.

d. Prinsip kehendak bebas

Kebebasan merupakan bagian penting prinsip etika bisnis Islam, dengan ketentuan tidak merugikan orang lain. Sehingga kepentingan

³⁵Mudjiarto dan Alias Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm 62.

³⁶Erni R. Ernawan, *Bussiness Ethics* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 117.

³⁷Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam...* hlm 45.

individu dibuka lebar supaya mendorong pelaku bisnis untuk aktif berkarya dengan segala potensi yang dimiliki.

Dalam Islam kehendak bebas atau berperilaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus berlandaskan etika bisnis Islam. Tidak diperbolehkan melakukan persaingan yang kotor dan merugikan banyak orang. Berdasarkan hal tersebut, berkehendak bebas dalam semua aspek kehidupan tidak terkecuali dalam dunia bisnis.

e. Prinsip Tanggung jawab

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku produsen. Bahkan dapat menjadi kekuatan dinamis dalam masyarakat.³⁸ Dalam bermuamalah manusia harus memiliki rasa tanggung jawab untuk dapat membesarkan usahanya, sebab dengan adanya tanggung jawab maka usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar.

f. Prinsip kebajikan (ihsan)

Ihsan atau kebajikan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Dengan kata lain beribadah seakan akan melihat Allah.³⁹ Keihsanan adalah *attribute* yang mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Keihsanan dalam berbisnis dapat dilihat dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah urusan orang lain.⁴⁰

³⁸Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm 41.

³⁹Faisal Badroen, *Etika Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm 102.

⁴⁰Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami ...* hlm 45.

Dalam pandangan Islam, kebajikan atau keihsanan berbisnis dapat dilihat dalam tiga hal. Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar hutang. Kedua, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli apabila ada cacat. Ketiga, membayar hutang sebelum waktu penagihan tiba.

3. Teori Motivasi

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) maupun dari luar individu (motivasi ekstrinsik).⁴¹

Untuk memahami motivasi individu dapat dilihat dari beberapa indikator, diantaranya: (1) durasi kegiatan; (2) frekuensi kegiatan; (3) persistensi pada kegiatan; (4) ketabahan, keuletan dan kemampuan dalam menghadapi rintangan dan kesulitan; (5) devosi dan pengorbanan untuk mencapai tujuan; (6) tingkat aspirasi yang hendak dicapai dengan kegiatan yang dilakukan; (7) tingkat kualifikasi prestasi atau produk (output) yang dicapai dari kegiatan yang dilakukan; (8) arah sikap terhadap sasaran kegiatan.

4. Teori Perilaku

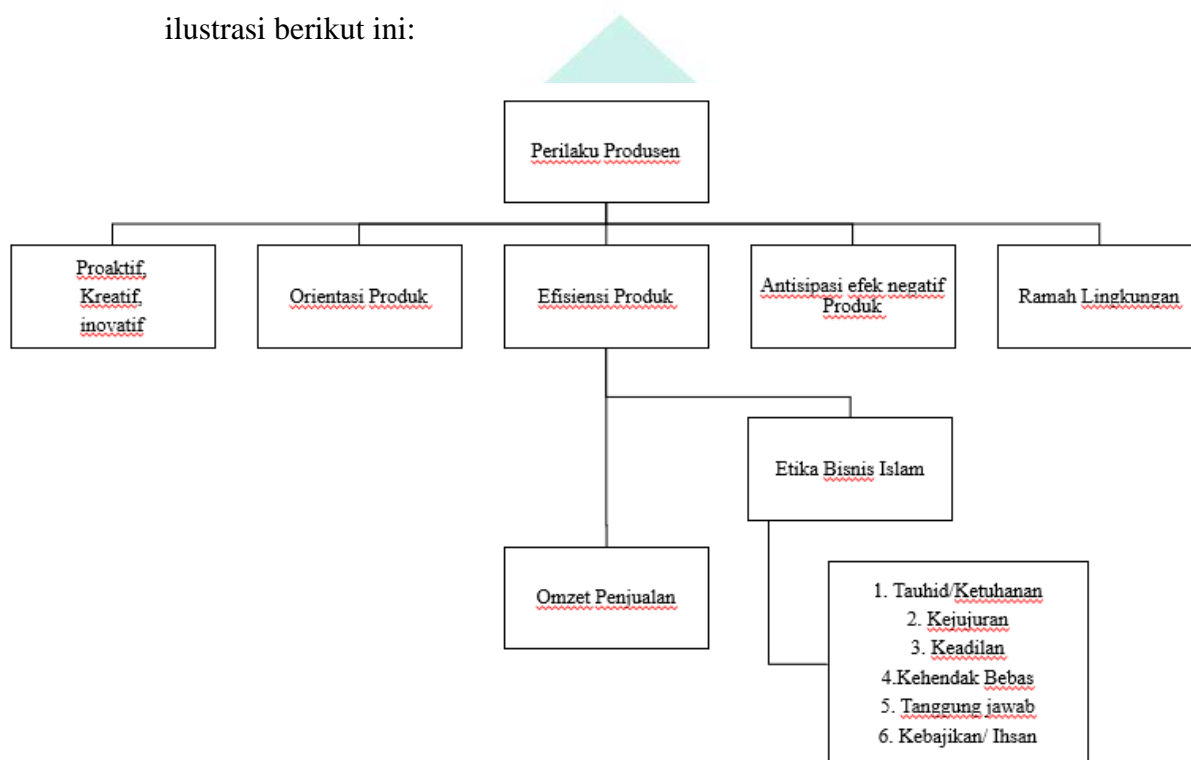
Perilaku merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. Oleh sebab itu, perilaku manusia itu memiliki bentangan

⁴¹Akhmad Sudrajat, *Teori-Teori Motivasi, Artikel Psikologi Pendidikan*, 2008.

yang sangat luas mencakup berjalan, berbicara, berpakaian dan sebagainya. Bahkan kegiatan internal (*internal activity*) seperti berfikir dan persepsi serta emosi juga merupakan perilaku manusia.⁴²

F. Kerangka Berpikir

Untuk lebih menjelaskan pernyataan sebelumnya, maka perhatikan ilustrasi berikut ini:



Gambar 1.1
Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka pada dasarnya proses produksi atau proses bisnis yang dilakukan produsen (dalam hal ini perilaku produsen) dalam upaya peningkatan omzet penjualan harus menyelaraskan dengan etika bisnis Islam.

⁴²Dewi dan A.Wawan, *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Manusia* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2010), hlm 73.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami subjek dalam dunia pengalamannya. Pemahaman itu akan bergerak dari dinamika pengalaman sampai pada makna pengalaman. Penelitian fenomenologi menggambarkan makna pengalaman subjek akan fenomena yang sedang diteliti. Untuk mengembangkan metode yang demikian itu, perhatian haruslah terpusat pada fenomena itu tanpa praduga apapun.

Peneliti dapat menggunakan informasi ini untuk mengetahui, mengumpulkan, dan menganalisis perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di tinjau dari perspektif etika bisnis Islam di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilaksanakan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya.⁴³ Dengan melakukan penelitian lapangan, peneliti dapat menentukan, mengumpulkan data dan informasi yang terkait tentang perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam di CV. Wijaya Lestari.

⁴³Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN PO Press, 2010), hlm 6.

3. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber paling awal dalam penelitian yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁴⁴Data ini dapat diperoleh melalui wawancara langsung dengan produsen CV Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen atau artikel mengenai masalah yang diteliti.⁴⁵Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, artikel dan data-data yang berhubungan dengan penelitian.

4. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif, merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Terdiri dari data primer dan data sekunder. Adapun data primer meliputi informasi tentang perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet perspektif etika bisnis Islam di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan. Sedangkan data sekunder berupa profil, jumlah karyawan, fasilitas, dan sarana prasarana yang ada di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

5. Teknik Pengumpulan Data

⁴⁴Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 308.

⁴⁵Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 62.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan serta peninjauan dengan sistematis tentang fenomena-fenomena yang diteliti. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia perspektif etika bisnis islam di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

b. Metode interview

Metode interview adalah teknik pengumpulan data dengan caraberdialog (wawancara), untuk memperoleh informasi secara langsung dari narasumber. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia perspektif etika bisnis Islam di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan. Wawancara akandilakukan kepada Bapak Suto Wijaya selaku pemilik dari CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

c. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu sekumpulan data verbal yang berbentuk tulisan, dokumen, rekaman, dan lain-lain. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang keadaan usaha,

perilaku produsendan sejarah berdirinya CV.Wijaya Lestari tersebut.

6. Validitas dan Reliabilitas Data

Untuk memastikan bahwasalah hasil penelitian sudah akurat, maka perlu diadakan validitas data yang dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya adalah triangulasi. Teknik ini adalah satu teknik yang digunakan untuk mendukung kebenaran penelitian yang telah dilakukan. Teknik triangulasi meliputi beberapa unsur penting dalam pendukung keabsahan data sebagai berikut.”

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber; dalam hal ini narasumber adalah produsen CV.Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan. Peneliti melakukan pengecekan langsung di CV.Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan, dengan memanfaatkan standar observasi dan lembar wawancara yang telah dibuat sebelumnya.

b. Triangulasi metode (teknik pengumpulan data)

Triangulasi metode merupakan proses membandingkan informasi atau data yang diperoleh melalui berbagai metodologi digunakan untuk menilai kelayakan penelitian. *Pertama*, membandingkan hasil observasi dengan informasi yang dikumpulkan melalui wawancara informan. *Kedua*, peneliti memeriksa apa yang

dikatakan informan dengan apa yang terjadi di lapangan dengan jalan-jalan ke sana dan menonton sesuai dengan kriteria observasi peneliti. Para peneliti kemudian mengumpulkan informasi dalam bentuk laporan dan foto-foto dokumen.

c. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu merupakan mengecek data yang sudah diperoleh dari observasi, wawancara atau teknik lain pada waktu dan situasi yang berbeda.

7. Teknik Analisis Data

Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis data meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/ verification*), yaitu sebagai berikut ini:

- a. Reduksi data, yaitu memilih dan meringkas data yang berkaitan dengan topik utama penelitian. Fokus dalam penelitian ini adalah pada fakta-fakta yang berkaitan dengan perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia perspektif etika bisnis Islam.
- b. Penyajian data, yaitu meliputi semua data yang dikumpulkan kemudian diberikan sebagai gambaran berupa informasi yang

merangkum semua temuan penelitian. Informasi yang disajikan adalah hasil kajian yang dilakukan di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan tentang perilaku produsen dalam upaya peningkatan Omzet penjualan tali tambang rafia perspektif etika bisnis Islam.

- c. Verifikasi data, yaitu menghasilkan kesimpulan berdasarkan pemilihan dan analisis data untuk menilai validitas temuan penelitian.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I, Pendahuluan meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan kegunaan Penelitian, Penelitian terdahulu, Kerangka Teoritik, Kerangka Berpikir, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab II, Landasan Teori meliputi: Teori Perilaku, Etika Bisnis Islam, dan Teori Motivasi.

Bab III, Gambaran Umum Perusahaan meliputi: Profil CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan, yaitu gambaran lokasi, sejarah perkembangan usaha tali tambang CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan, Perilaku Produsen Tali Tambang Rafia, Perilaku Produsen Dalam Peningkatan Omset Penjualan

Bab IV, Analisis dan Pembahasan meliputi: Analisis Perilaku Produsen Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Tali Tambang Rafia Perspektif Etika Bisnis Islam CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

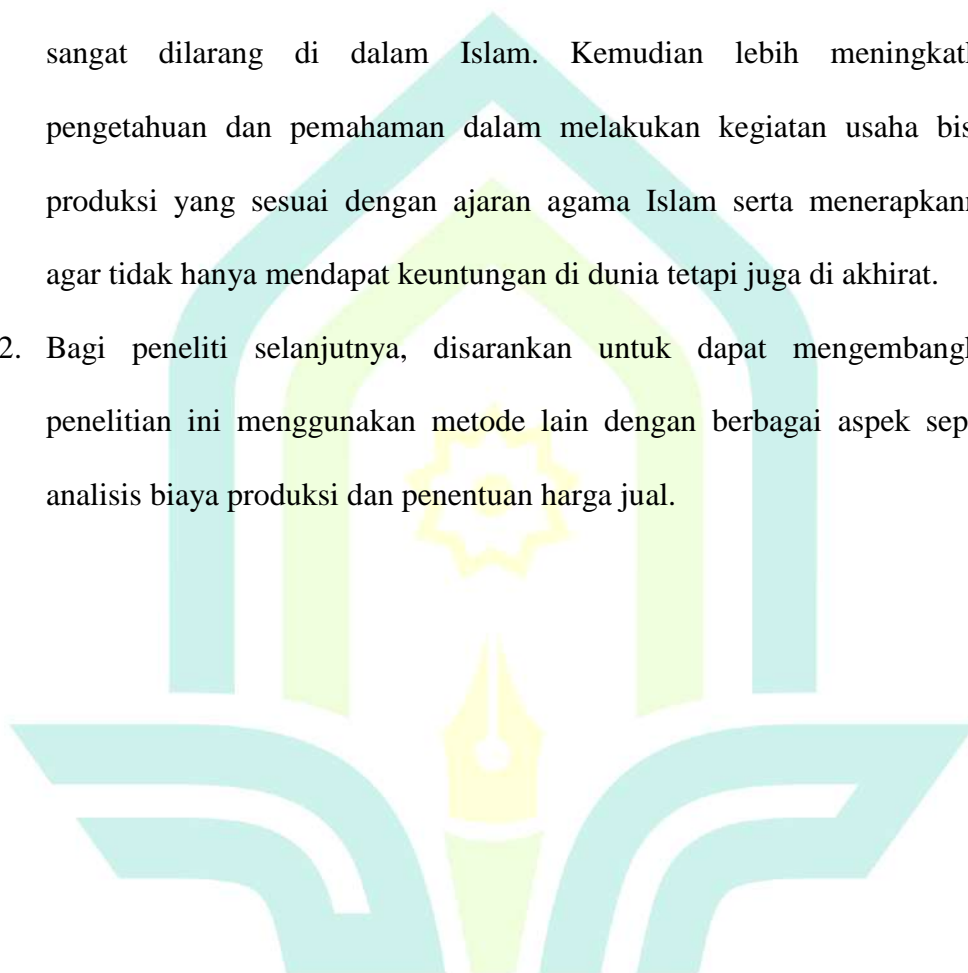
Berdasarkan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara yang kemudian datanya diolah maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Perilaku produsen CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan dalam proses produksi tali tambang raffia sebagai perwujudan *Islamic man* dalam upaya peningkatan omzet telah diwujudkan. Sebagaimana dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu perilaku produsen yang Kreatif dan Inovatif, Orientasi pembuatan produknya untuk kemaslahatan, Produksinya memegang prinsip efisiensi, Produsen dapat mengantisipasi atau memprediksi akses negative dari produk yang akan dibuatnya, Produsen dapat menjaga keramahan dalam lingkungan.
2. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan tali tambang rafia di CV. Wijaya Lestari Kabupaten Pekalongan belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena produsen masih melakukan pinjaman ke Bank Konvensional yang mengandung riba untuk memperbesar usahanya.
3. Perilaku produsen dalam upaya peningkatan omzet penjualan ini terjadi inkonsistensi perilaku. Karena perilaku produsen secara *Islamic Mandan* Etika Bisnis Islam telah memenuhi. Tetapi ketika berbenturan dengan masalah uang produsen mau ambil yang mudah dan gampang yaitu

pembiayaan di Bank Konvensional yang prosesnya mudah dan mampu mengcover biaya produksinya.

B. Saran

1. Bagi produsen diharapkan agar tidak lagi meminjam dana untuk modal dibank konvensional dikarenakan dana tersebut mengandung riba yang sangat dilarang di dalam Islam. Kemudian lebih meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dalam melakukan kegiatan usaha bisnis produksi yang sesuai dengan ajaran agama Islam serta menerapkannya agar tidak hanya mendapat keuntungan di dunia tetapi juga di akhirat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan metode lain dengan berbagai aspek seperti analisis biaya produksi dan penentuan harga jual.



DAFTAR PUSTAKA

- A.Rusdiana. 2014. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Abdul Aziz. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Ade Fartini, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim pada Produk Halal*, *Al-Ahkam*, Vol 15 No.1 2019
- Afriyanto, *CV.Wijaya Lestari, Wawancara*, (Pekalongan, 23 April 2022).
- Agung, Eka, and Seputra dan Yulia. 2014. *Manajemen dan Perilaku Organisasi* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Agus Ariyanto. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Akhmad Sudrajat, *Teori-Teori Motivasi, Artikel Psikologi Pendidikan*, 2008.
- Akhsanul Rahmatullah, *Potensi Dan Strategi Pengembangan Industri Sasirangan Kota Banjarmasin*, *Ecoplan*, Vol 4 No.1 2021
- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2011. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* Solo: PT Era Adicitra Intermedia.
- Anggri Puspita Sari, dkk. 2020. *Ekonomi Kreatif, Yayasan Kita Menulis* Vol.3.
- Anto, Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Aziz, Abdul. 2008. *Analisis Islam Ekonomi Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baladina, Nur Aslakhah, and Ashlihah. 2021. *Perilaku Produsen pada Masa Pandemi Covid - 19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kelurahan Lontar Surabaya*. *JIES : Journal of Islamic Economics Studies* Vol 2 No.2.
- Buchari Alma. 2003. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, Viethzal Rivai dan Andi. 2009. *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Cholidin, CV.Wijaya Lestari, *Wawancara*, (Pekalongan, 22 April 2022)
- Damanuri, Aji. 2010.*Metodologi Penelitian Muamalah*. Ponorogo: STAIN PO Press.
- Diana, Ilfi Nur. 2008.*Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN MALANG PRESS.
- Djakfar, Muhammad. 2008.*Etika Bisnis Islam*. Malang: UII Malang Press.
- DPMPSTSP Pekalongan, [https://Oss.Pekalongankota.Go.Id/Index.Php/Id/Kota-Pekalongan/2016-05-01-03-05-52/Bidang-Perikanan-Dan-Kelautan,diakses22 Februari 2022](https://Oss.Pekalongankota.Go.Id/Index.Php/Id/Kota-Pekalongan/2016-05-01-03-05-52/Bidang-Perikanan-Dan-Kelautan,diakses22%20Februari%202022).
- Erni R. Ernawan. 2011. *Bussiness Ethics*. Bandung: Alfabeta.
- Fahrona, Nur Fitria. 2019. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di *Home Industry* Tempe Bendul Merisi Surabaya dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga.
- Fair, Karl E Case dan Ray C. 2007. *Principles of Economic*. Jakarta: Prenadamedia.
- Faisal Badroen. 2006.*Etika Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Fatma Wati Poernomo, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto. 2021. Analisis Pemanfaatan Etika Bisnis Islam dalam Kegiatan Produksi, *Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan dan Kebudayaan*, Vol 22 No.2.
- Fauzia, I.Y. 2018. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pernada Media.
- Fuad, M. 2003.*Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Giyatno, Sumarsono dan Yayat. 2012. Analisis Sikap dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Ecolabelling serta Pengaruhnya pada Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan, *Performance*, Vol. 15 No.1.
- Hadi Sumarsonodan Adi Santoso, *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Batik Mukti*, *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol 3 No.1 2019.

- Haris Faulidi Asnawi, *Revitalisasi Nilai-Nilai Islam dalam Membangun Jiwa Kewirausahaan, At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, Vol 3 No.1 2012.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hendryadi, Suryani. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group).
- Hidayat, Mohammad. 2010. *An Intoduction to The Sharia Economic*. Jakarta: Zikrul.
- Idri. 2015. *Hadist Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia.
- Irham Fahmi, 2015. *Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Izzah Dienillah. 2019. Analisis Pengaruh Perilaku Produsen terhadap Pemberdayaan dan Kesejahteraan Petani dalam Perspektif Maqasid Syariah (Studi pada Petani Kopi Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso). Vol. 33.
- Jakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis*. Depok: Penebar Plus.
- Khodijah Ishak, *Konsep Etika Produksi dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Afzalur Rahman dan Yusuf Qordhowi, IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.4No.1 2015.
- M, Dewi dan A.Wawan. 2010. *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Mardiyono. 2014. Peningkatan Mawas Diri Konsumen Menggunakan Produk Berlabel Halal, *Jurnal Cakrawala Hukum*, Malang Vol 19 No. 1.
- Masfufah, Meita, and Siti Achiria. 2019. Perilaku Produsen pada Model Kemitraan *Go Food* dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta), *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, Vol 9 No.1.
- Mufti Afif, Kelayakan Usaha dan Penerapan Marketing Mix Islami pada CV. Rumah Warna Yogyakarta, *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, Vol.2 No.4 2019

- Mudjiarto dan Alias Wahid. 2006. *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muklisshotun, Muhammad Dzikirullah H. Noho. 2021. Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Toko Sandang Murah Bojonegoro, *Irtifaq* Vol.8 No.2.
- Muhammad. 2007. *Aspek Hukum dalam Muamalat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad Daul Aula. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omzet DI MH Mart Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan*.
- Muhammad Djakfar. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Muhammad Mufraini Arief, *Etika Bisnis Islam*. 2011. Depok: Gramata Publishing.
- Muhammad Turmudi. 2017. Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Islamadina*, Vol, XVIII No. 1.
- Mujahidin, Akhmad. 2005. Etika Bisnis dalam Islam Analisis terhadap Aspek Moral Pelaku Bisnis. *Jurnal Hukum Islam* Vol IV No. 2.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Ekonisia.
- Muzaiyin, Alwi Musa. 2020. Perilaku Pedagang Muslim dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri), *Jurnal Qawanin*, Vol.2 NO.1.
- Nasution, Musthafa Edwin. 2012. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nur Azliza, Muhammad Dinar, Muhammad Hasan. 2019. Perilaku Produsen dalam Mengendalikan Biaya dan Mengelola Pendapatan Ayam Broiler di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone.
- NurJamal, <https://Money.Kompas.Com/Read/2022/01/18/220000126/Mengapa-Indonesia-Disebut-Negara-Maritim>, *Kompas.Com*, diakses 22 Februari 2022
- Nurohman, Dede. 2011. *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras.

- Nurul Cholidiyah, Richa Angkita Mulyawisdawati. 2018. Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi Dan Karl Marx. *UNIDA Gontor, STEBI Al-Muhsin* Vol.5 No.2.
- Pradja, Juhaya S. 2012. *Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Putri Chairunnisa, *Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam pada Hotel yang Berkonsep Syariah di Kota Medan*, 2018.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia, Cetakan Pertama*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Rafik Issa Beekum. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Raihanah. 2018. Konsep Kejujuran dalam Al-Qur'an (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Antasari Banjarmasin), *Al-Iqtishadiyah, Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, IV, NO II.
- Ratna Setyawati Gunawan, Nunik Kadarwati, Sukiman. 2017. Analisis Perilaku Produsen UMKM Lanting Kuning dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup Layak di Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas.
- Riyanto, Nur. 2010. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Grafisindo.
- Rudi, CV. *Wijaya Lestari*, Wawancara, (Pekalongan, 22 April 2022).
- Sigit, Tri Hendro. 2012. *Etika Bisnis Modern: Pendekatan Pemangku Kepentingan* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sindy Vebri Permatasari, *Analisis Permintaan terhadap Perilaku Konsumen dan Produsen dalam Islam pada Masyarakat, Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syari'Ah*, Vol 2. No.1 2020
- Subagiyo, Rokhmat. 2016. *Ekonomi Mikro Islam*. Tulungagung: Alim's Publishing.

- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminto, Ahmad. 2020. Etika Kegiatan Produksi: Perspektif Etika Bisnis Islam', *Islamic Economics Journal*, Vol. 6 No 1.
- Suto Wijaya, CV.Wijaya Lestari, *Wawancara*, (Pekalongan, 19 April 2022).
- , CV.Wijaya Lestari, *Wawancara*, (Pekalongan, 6 Juni 2022).
- , CV.Wijaya Lestari, *Wawancara*, (Pekalongan, 25 Januari 2022).
- Tim Nasional Departemen Pendidikan Penyusun. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Toyib, Ferara Zuryata 2021. Analisis Perilaku Produsen Nadila Meubel di Kelurahan Sidomulyo Kota Bengkulu Ditinjau dari Prinsip-Prinsip Produksi dalam Islam.
- Untung, Moh. Slamet. 2009. *Metodologi Penelitian Teori dan Praktik Riset Pendidikan dan Sosial*. Yogyakarta: Litera.
- Wiyono, Harsoyo Dwijo, Tedy Ardiansyah, and Tarmizi Rasul. 2020. Kreativitas Dan Inovasi, Vol 19 No 12.
- Vieithzal Rivai Zainal Dkk. 2018. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zulkarnain, Iskandar, and Hestu Nugroho W. 2019. Analisis Perilaku Produsen dalam Mengembangkan Produk Berbasis Kearifan Lokal Tangerang Selatan.