



**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN SABUN MJP
DESA SOSOPAN DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas -Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Bidang HukumEkonomi
Syariah*

Oleh:

**MUHAMMAD ISA SIREGAR
NIM. 1710200019**

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN SABUN MJP
DESA SOSOPAN DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Bidang Hukum Ekonomi
Syariah*

Oleh:

**MUHAMMAD ISA SIREGAR
NIM. 1710200019**

Pembimbing I

Drs. H. Syafri Gunawan, M. Ag
NIP. 19591109 198703 1 003

Pembimbing II

Dermina Dalimunthe, S.H., M.H
NIP. 19710528 200003 2 005

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
T.A 2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km, 4.5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080, Faximile (0634) 24022

Website: <http://syariah.iain-padangsidempuan.ac.id> e-mail: fasih@iain-padangsidempuan.ac.id

Hal: Skripsi

Padangsidempuan, Juli 2021

A.n. **Muhammad Isa Siregar**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah
dan Ilmu Hukum IAIN
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap Skripsi a.n Muhammad Isa Siregar yang berjudul: **“Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”**, maka kami menyatakan bahwa Skripsi ini telah dapat diterima untuk memenuhi sebagaimana persyaratan dalam mendapat gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari bapak ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamua'laikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Drs. H. Syafri Gunawan, M. Ag
NIP. 19591109 198703 1 003

PEMBIMBING II

Dermina Dalimunthe, S.H., M.H
NIP. 19710528 200003 2 005

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Muhammad Isa Siregar
NIM : 1710200019
Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan
Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya serahkan ini adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri. Sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dalam skripsi saya ini kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidimpuan, Juli 2021

Saya yang menyatakan,



Muhammmad Isa Siregar
NIM. 1710200019

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai Civitas Akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Isa Siregar
Nim : 1710200019
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"**. Dengan Hak Bebas Royaltitas Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan

Pada tanggal Juli 2021

g Menyatakan,



Muhammad Isa Siregar

NIM. 1710200019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sibitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Website: <http://syariah.iain-padangsidempuan.ac.id> – email: fasih@iain_padangsidempuan.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Muhammad Isa Siregar
NIM : 17 102 00019
Judul Skripsi : Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Ketua

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP 19731128 200112 1 001

Sekretaris

Drs. H. Zulfan Efendi Hasibuan, M.A.
NIP 19640901 199303 1 006

Anggota:

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP 19731128 200112 1 001

Drs. H. Zulfan Efendi Hasibuan, M.A.
NIP 19640901 199303 1 006

Risalan Basri Harahap, M.A.
NIP 19850901 201903 1 003

Nurhotia Harahap, M.H.
NIP 19900313 201903 2 007

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah,

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis, 01 Juli 2021
Pukul : 14.00 WIB s/d 16:00 WIB
Hasil/Nilai : B/74.00
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,58
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jalan T. Rizal Nurdin Km, 4.5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080, Faximile (0634) 24022

Website: <http://svariah.iain-padangsidimpuan.ac.id> e-mail: fasih@iain-padangsidimpuan.ac.id

PENGESAHAN

Nomor 49/In.14/D/PP.00.9/07/2021

Judul Skripsi : Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan Dalam
Perspektif Etika Bisnis Islam
Ditulis Oleh : Muhammad Isa Siregar
NIM : 1710200019

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Hukum (S.H)

Padangsidimpuan, 14 Juli 2021

Dekan,



Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Muhammad Isa Siregar
Nim : 1710200019
Judul Skripsi : Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan
Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP desa Sosopan dilakukan dengan menggunakan alat yang sederhana (manual), dan dalam pelaksanaannya mulai dari produksi hingga ke pemasaran masih banyak yang tidak sesuai dengan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam antara produser dan konsumen.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui sistem produksi dan pemasaran sabun MJP di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara. Untuk mengetahui sistem produksi dan pemasaran sabun MJP dalam perspektif etika bisnis Islam di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode Deskriptif Kualitatif yang menggunakan tehnik pengumpulan data yaitu dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi

Dalam etika bisnis islam sistem produksi dan pemasaran harus sesuai dengan ajaran islam sesuai dengan prinsip yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu, dalam *Etika Bisnis Islam* harus mempunyai beberapa prinsip yang harus dilakukan, otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas modal yaitu dalam melaksanakan suatu sistem produksi dan pemasaran pelaku harus mampu mengambil keputusan atau tanggung jawab, pelaku juga harus mempunyai kejujuran, keadilan, juga bisa menguntungkan antar pihak yang bersangkutan dan juga bisa menjaga nama baik guna mempertahankan usaha agar tetap baik dipandangan orang lain, sehingga dapat memberikan keuntungan baik di dunia dan akhirat.

Kata Kunci: produksi, Pemasaran, Etika Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan waktu dan kesehatan dan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw. yang telah menuntun Umatnya kejalan yang benar.

Skripsi yang berjudul “**Sistem Produksi Dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**” ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Penulis sadar betul penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, serta banyak hambatan yang dihadapi penulis yang diakibatkan keterbatasan ilmu pengetahuan. Namun berkat bimbingan dan saran-saran pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL sebagai Rektor IAIN Padangsidimpuan, Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama, Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik IAIN Padangsidimpuan.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidimpuan
3. Bapak Drs. H. Syafri Gunawan, M. Ag. Pembimbing I dan Ibu Dermina Dalimunthe, S.H., M.H. pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Nurhotia Harahap, M.H., S.H.I. sebagai ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidimpuan

5. Bapak kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
6. Para Dosen di lingkungan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
7. Ungkapan terimakasih yang paling Istimewa dan mendalam kepada Ayahanda (Alm.Hakim Siregar) dan Ibunda (Mawar Murni Harahap) tercinta yang telah mengasuh, mendidik, dan membimbing serta banyak berkontribusi untuk penulis dapat mengenyam pendidikan sampai ke Perguruan Tinggi, serta Saudara-saudara yang amat saya sayangi dan saya cintai juga telah memotivasi penulis (abang Penulis : Solahuddin Siregar SPi) yang terus mensupport pendidikan penulis, kakak-kakak penulis yang selalu saling menegakan bahu di kala susah dan berbagi cerita canda tawa di kala senang (Masliana Siregar Am.Keb) dan ucapan terimakasih juga kepada abang-abang Ipar Penulis (Muslim Harahap), dan tak lupa ucapan terimakasih kepada Adik penulis (Astina siregar ,Lina prasiska Siregar) semoga adik penulis ini juga dapat menyelesaikan pendidikan perguruan tingginya, aamiin.
8. Teman-teman terbaik sepanjang perkuliahan Ruangan HES 2 angkatan 2017 Junaidi, Hadi, Alwi, Dedi, Saidah, Lanna, May, Misbah, Desri, Liza, Vebri, Kak Ito, Linda, Rabiul yang senjasa memberikan banyak momen haru dan menyenangkan juga berjasa membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir pada jenjang strata satu di IAIN Padangsidempuan.
9. Tidak lupa kepada teman seperjuangan penulis Hadi Yusuf Siagian, Muhammmad Ridho Siregar, Mahmud fauzi, Muhammad Rinaldi Harahap, Alwi, Rinto Harahap Sahlan Andi Simamora, Erwin Soleh Harahap, Pangaloan Harahap,Sayuti Siregar. Dan ucapan terimakasih penulis haturkan atas segala kontribusi yang sangat besar dalam penyelesaian skripsi penulis kepada Saudari Nusro Dayusi Harahap dan tidak lupa kepada Saudara Baharuddin Sholeh Daulay, S.H. Semoga Allah memberikan balasan yang baik kepada mereka yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya dengan berserah diri dan memohon ridho Allah Subhana wata'ala, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, pembaca dan masyarakat luas.

Padangsidempuan, Juni 2021

Penulis

Muhammad Isa Siregar
NIM. 17 10 2000 19

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dalam Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan 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	šad	š	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	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

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍammah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku 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.

9. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN v

DAFTAR ISI..... ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

E. Batasan Masalah..... 7

F. Sistematika Pembahasan 8

BAB II LANDASAN TEORI 11

A. Pengertian Produksi 11

B. Fungsi Produksi..... 13

1. Faktor Produksi 14

2. Produksi Dalam Perspektif Islam..... 15

C. Pengertian Pemasaran 24

D. Pengertian Etika Bisnis Islam 34

E. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam 35

F. Kajian Terdahulu..... 37

BAB III METODE PENELITIAN	40
a. Jenis Penelitian.....	40
b. Pendekatan penelitian	40
c. Lokasi Penelitian.....	40
d. Sumber data	41
e. Teknik pengumpulan data.....	41
f. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	42
g. Tehnik Pengecekan Keabsahan Data	43
h. Ketekunan Pengamatan.....	43
i. Triangulasi	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
A. Gambaran Umum Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara	45
1. Letak Geografis	45
2. Data Penduduk Desa	45
3. Keadaan Ekonomi	46
4. Data Pendidikan	46
B. Sejarah Terbentuknya Usaha Sabun MJP	47
C. Struktur Organisasi Usaha Sabun MJP	48
D. Sistem Produksi.....	49
E. Proses Produksi	51
F. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	52
1. Sistem Produksi dan Pemasaran Sabun MJP di Desa Sosopan.....	52
2. Sistem Produksi dan Pemasaran Sabun MJP dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	55
G. Analisis.....	58

BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produksi merupakan urat nadi dalam kegiatan ekonomi. Dalam kehidupan ekonomi, tidak akan pernah ada kegiatan konsumsi, distribusi ataupun perdagangan barang dan jasa tanpa diawali oleh proses produksi. Dalam kompilasi hukum ekonomi syariah pasal 582 ayat 1 jika jenis usaha, produk barang, atau jasa yang diberikan dalam akad, transaksi serta cara pengelolaan perusahaan emiten atau perusahaan publik yang menerbitkan efek syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah.

Kitab suci Al-Qur'an memandang betapa pentingnya produksi kekayaan negara, Al-Qur'an telah memberi penekanan yang lebih terhadap tenaga manusia. Ini dapat dilihat dari petikan ayat dalam surat An Najm ayat 39.

 وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Artinya: dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.

Dalam perusahaan bisnis, pemasaran menghasilkan pendapatan yang dikelola oleh orang-orang keuangan dan kemudian didayagunakan oleh orang-orang produksi untuk menciptakan produk atau jasa. Tantangan bagi pemasaran adalah menghasilkan pendapatan dengan memenuhi

keinginan para konsumen pada tingkat laba tertentu tanpa melupakan tanggung jawab sosial.¹

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Etika bisnis Islam merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, bagaimana bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik sampai bertutur kata, semua itu ada “meaning’nya.

Dari sudut pandang etika, keuntungan bukanlah hal yang buruk akan tetapi secara moral keuntungan merupakan hal yang baik dan diterima. Karena pertama, secara moral keuntungan memungkinkan perusahaan bertahan (survei) dalam kegiatan bisnisnya. Kedua, tanpa memperoleh keuntungan tidak ada pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya, dan karena itu berarti tidak akan terjadi aktivitas ekonomi yang produktif dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Ketiga, keuntungan tidak hanya memungkinkan perusahaan survei melainkan dapat menghidupi karyawannya kearah tingkat hidup lebih baik.

¹ Abdullah Thamrin dan Francis Tantri, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Rajawali. 2014). hlm. 1.

Keuntungan dapat dipergunakan sebagai perkembangan (ekspansi) perusahaan sehingga hal itu akan membuka lapangan kerja baru.²

Dalam mitos bisnis amoral diatas sering dibayangkan bisnis sebagai sebuah medan pertempuran. Terjun ke dunia bisnis berarti siap untuk bertempur habis habisan dengan sasaran akhir yakni meraih keuntungan, bahkan keuntungan sebesar-besarnya secara konstan. Ini lebih berlaku lagi dalam bisnis global yang mengandalkan persaingan ketat.³

Sikap atau etika disini meliputi sopan santun dalam melayani pembeli yang sesuai dengan yang dibenarkan Islam, menjaga sikap agar pembeli senang dan nyaman dalam memilih sesuatu yang ingin dibelinya, seperti tidak menunjukkan sikap curiga dan lain sebagainya. Secara sederhana istilah service mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”, akan tetapi tidaklah mudah mencari padanan kata dalam bahasa indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan servis.⁴

Dalam etika berbisnis masih banyak para pelaku bisnis yang belum memahami bagaimana cara melakukan etika bisnis yang baik. Dan tidak jarang para pelaku bisnis melakukan kecurangan dalam berbisnis dan hanya mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa melihat dari sisi konsumennya.

² Yusuf Qordawi, *Op. Cit.*, hlm. 51.

³ Fandy Tjiptono, “*Service Management*”, (Yogyakarta: Cv Andi Offset. 2005), hlm. 128.

⁴ Aziz, “*Etika Bisnis Perspektif Islam*”, (Bandung: Alfabeta. 2013), hlm. 36.

Para pebisnis hanya ingin melakukan keuntungan yang sangat besar dengan melakukan apapun baik yang beretika maupun yang tidak memiliki etika. Dalam penulisan ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai etika bisnis yang seharusnya dijalankan dengan baik. Dalam suatu bisnis perlu diperhatikan kebebasan-kebebasan yang ada pada suatu bisnis, hal itu juga jangan sampai diterapkan dengan semena-mena sehingga tidak memandang lagi akan norma-norma kemanusiaannya. Hal ini sangat tidak diperbolehkan oleh pemerintah dan aturan-aturan dalam berbisnis, sudah banyak contoh-contoh para usahawan ataupun pebisnis yang tidak mengacu pada konsep bisnis yang benar yang dianjurkan dalam etika-etika berbisnis.⁵

Di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yang dikenal sebagai desa yang tentram dan juga desa yang sangat produktif, terjadi sekelompok produsen yang dimana sekelompok produsen tersebut adalah barisan mahasiswa dari berbagai universitas, telah merancang dan telah menentukan nama perusahaannya sesuai dengan singkatan nama dari tiga mahasiswa tersebut (MJP).

Ketiga Mahasiswa tersebut (produsen) mengolah sabun MJP secara manual untuk awal berproduksi, dan sekarang setelah berkembang cara mengolah sabun tersebut sudah diganti, yang tadinya secara manual dan sekarang sudah menggunakan adonan kue (mixer) biar lebih cepat dan tidak menguras tenaga yang berlebihan, dan kemudian sudah menyebar

⁵ Yusuf Qordawi, *Ibid.* hlm. 51.

luaskan sabun MJP tersebut di berbagai desa khususnya di Kabupaten Padang Lawas Utara, akan tetapi produk yang dihasilkan dan yang telah disebarluaskan tersebut tidak dijelaskan bahan-bahan apa saja yang di olah ataupun diproduksi.

Idealnya seorang produsen harus bijak dalam mengolah dan kemudian disesuaikan dengan apa yang seharusnya sehingga tidak membahayakan jika dikonsumsi namun tampak jelas dalam prakteknya si produsen tidak begitu peduli dengan hal tersebut intinya asal mengolah atau memproduksi saja.

Sehingga masyarakat khususnya yang beragama Islam di tempat tersebut merasa khawatir terhadap barang yang dihasilkan oleh produsen tersebut baik dari segi halal, bahaya, dan lain sebagainya. Sehingga sampai saat ini produk tersebut menjadi perbincangan hangat para masyarakat di Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara. Kemudian timbul pertanyaan masyarakat bagaimana si produsen mengolah atau memproduksi sabun MJP tersebut dan apa bahan- bahan yang digunakan untuk memproduksi sabun MJP tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk mengkajinya lebih jauh dan berupaya untuk mewujudkannya dalam sebuah karya tulis ilmiah dengan judul “***SISTEM PRODUKSI DAN PEMASARAN SABUN MJP DESA SOSOPAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM***”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem produksi dan pemasaran sabun MJP di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara?
2. Bagaimana sistem produksi dan pemasaran sabun MJP dalam perspektif etika bisnis Islam di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui sistem produksi dan pemasaran sabun MJP di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara.
2. Untuk mengetahui sistem produksi dan pemasaran sabun MJP dalam perspektif etika bisnis Islam di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ditujukan untuk:

1. Peneliti yakni sebagai syarat untuk menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar akademik dibidang Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
2. Almamater yaitu untuk menambah kepustakaan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya.

3. Masyarakat yaitu sebagai bahan bacaan bagi masyarakat luas untuk menambah wawasan mengenai sistem produksi dan pemasaran sabun MJP dalam perspektif etika bisnis Islam.

E. Batasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya kesalahan pemahaman istilah yang dipakai dalam proposal ini, Maka dibuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Sistem adalah suatu komponen atau elemen yang dihubungkan bersama untuk memudahkan aliran informasi, materi, atau energy untuk mencapai tujuan.
2. Produksi adalah suatu kegiatan yang menghasilkan barang maupun jasa atau kegiatan menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang.
3. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat Umum.
4. Sabun MJP desa Sosopan adalah sabun cuci pring yang diproduksi tiga orang mahasiswa yang berasal dari desa Sosopan.
5. Etika bisnis Islam adalah Etika suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini ada sistematika pembahasan yang sesuai dengan petunjuk teknis penulisan skripsi yang sistematikanya terbagi menjadi lima bab pembahasan, yaitu:

BAB I Pendahuluan: dalam Pendahuluan yaitu terdapat latar belakang yang menyebabkan peneliti ingin mengkaji lebih dalam permasalahan atas ketidak sesuaian antara teori dan praktek jual beli yang terjadi di lapangan yang telah ditentukan lokasinya dalam penelitian ini, kemudian rumusan masalah yang akan menjadi fokus pembahasan dalam skripsi ini, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat penelitian, dan kajian pustaka dari penelitian sebelumnya.

BAB II Landasan Teori: dalam Landasan Teori terdapat kerangka teoritis yang membahas tentang Pengertian produksi dan pemasaran karena penelitian dalam skripsi ini berorientasi pada sistem produksi dan pemasaran MJP sehingga secara teori perlu dikaji mengenai apakah sistem produksi dan pemasaran sabun MJP dalam pelaksanaannya sesuai dengan syara' yang ditetapkan dalam etika bisnis islam.

Dari beberapa teori yang dikemukakan oleh ulama-ulama fiqh yang telah diringkas dalam tulisan skripsi ini kemudian dihubungkan kembali dengan beberapa dasar hukum dibolehkannya produksi dan pemasaran, baik itu dasar hukum berdasarkan Al-Qur'an, hadits, dan juga ijma' sehingga antara teori yang dicantumkan sejalan dengan dasar hukum sebagai regulasi dalam pelaksanaannya dalam muamalah masyarakat.

Agar tidak terjadi kesalahan dalam implementasi produksi dan pemasaran sesuai dengan syara' yang dibenarkan penulis juga menuliskan macam-macam produksi. Kemudian penulis juga menuliskan dalam penelitian ini pengertian etika bisnis islam. Dari berkembangnya pengetahuan dan bertambahnya jumlah populasi penduduk setiap saat mengakibatkan semakin beragamnya muamalah yang terjadi di kehidupan masyarakat khususnya dalam ber produksi dan pemasaran.

BAB III Metode Penelitian: dalam bab ini penulis menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam menyelesaikan skripsi ini. Adapun penelitian ini berlokasi di desa Sosopan kecamatan padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara. Penelitian ini dimulai sejak tanggal 5 Maret 2021 sampai 16 Maret 2021 dengan kurun waktu kurang lebih 1 bulan.

Penelitian ini adalah studi lapangan atau library research terhadap system produksi dan pemasaran mjp dengan metode pendekatan kualitatif descriptif dengan perolehan data primer dari hasil wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang pernah melaksanakan produksi dan pemasaran tersebut dan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis atau literature yang berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi ini.

Kemudian dengan pengumpulan data melalui observasi langsung terhadap masyarakat di desa Sosopan Kecamatan padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara Selain observasi langsung peneliti juga mengumpulkan data melalui wawancara dengan responden utama orang-

orang yang pernah terlibat dalam praktek system produksi dan pemasaran dan responden lain adalah tokoh-tokoh agama, tokoh masyarakat dan tokoh adat di lokasi penelitian.

Untuk mendukung keabsahan data yang dikumpulkan oleh penulis maka penulis juga menyertakan dokumentasi berupa tulisan, dan juga foto kegiatan penelitian selama melakukan penelitian di desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara . Dan data analisis kualitatif deskriptif, data editing, dan deskripsi data secara sistematis sesuai dengan topik pembahasan dalam skripsi ini.

BAB IV Hasil Penelitian: dalam Hasil Penelitian ini terdapat waktu dan lokasi penelitian dan juga hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai sistem produksi dan pemasaran sabun mjp desa Sosopan dalam perspektif etika bisnis Islam. Yang dimana lokasi penelitian tersebut berhubungan dengan judul peneliti.

BAB V Penutup: dalam Penutup ini terdapat Kesimpulan dari penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah dalam bab I dan juga Saran yang akan disampaikan penulis kepada masyarakat dan juga pembaca tulisan ini mengenai penelitian yang sudah diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Produksi

Produksi mempunyai ragam batasan dari ahli. Produksi dapat diartikan yaitu penghasil sejumlah output. Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan produk baik berupa barang maupun jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen.

Dalam teori ekonomi seorang produsen harus mengambil dua keputusan yaitu bagaimana output harus diproduksi serta berapa dan dalam kondisi bagaimana faktor-faktor produksi (input) digunakan.⁶

Produksi berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk (keluaran). Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input.⁷ Produksi atau memproduksi menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula.

Dalam sistem produksi Islam, konsep kesejahteraan ekonomi digunakan dengan cara yang lebih luas konsep kesejahteraan Islam terdiri atas bertambahnya pendapatan yang diakibatkan meningkatkan produksi dari barang-barang bermanfaat melalui pemanfaatan sumber daya secara

⁶ Mubyanto, *"Pengantar Ekonomi Pertanian"*, (Jakarta: LP3ES. 1987), hlm. 90.

⁷ Putong, *"Pengantar Ekonomi Mikro Dan Makro"*, (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2004), hlm. 23.

maksimum, baik manusia maupun benda melalui ikut sertanya jumlah maksimum dalam proses produksi.⁸

Lebih spesifik lagi produksi adalah kegiatan perusahaan dengan mengkombinasikan berbagai input, untuk menghasilkan output dengan biaya yang minimum. Dapat disimpulkan bahwa produksi adalah suatu proses yang berfungsi untuk menghasilkan suatu barang dan jasa dengan melibatkan berbagai macam faktor-faktor produksi secara efisien dan efektif.

Sistem produksi memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Mempunyai komponen atau elemen-elemen yang saling berkaitan satu sama lain dan membentuk satu kesatuan yang utuh. Hal ini berkaitan dengan komponen struktural yang membangun sistem produksi itu.
2. Mempunyai tujuan yang mendasar keberadaannya, yaitu menghasilkan produk berkualitas yang dapat dijual dengan harga kompetitif dipasar.
3. Mempunyai mekanisme yang mengendalikan pengoperasiannya berupa optimasi pengelokasian sumber-sumber daya.⁹

Konsep produksi berkeyakinan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia dimana-dimana dan harganya murah. Penganut konsp ini akan berkonsentrasi pada upaya menciptakan efesiensi

⁸ Hakim, "*Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*", hlm. 63.

⁹ Vincent Gaspersz, "*Manajemen Produktivitas Total*", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1998), hlm. 6.

produksi, biaya rendah, dan distribusi masal. Dengan demikian, fokus utama konsep ini adalah distribusi dan harga.¹⁰

B. Fungsi Produksi

Dalam usaha untuk mempelajari kegiatan produksi, maka suatu konsep fungsi produksi harus dipahami sebagai suatu dasar berpikir. Fungsi produksi merupakan suatu fungsi yang menjelaskan hubungan antara faktor-faktor yang digunakan dengan faktor produksi yang dihasilkan.

Di dalam keputusan presiden Pasal 67 No. 103 Tahun 2001 menyatakan bahwa tugas dan wewenang BPOM adalah melaksanakan tugas pemerintahan dibidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

Badan POM berfungsi antara lain:

- a. Pengaturan, regulasi, dan standardisasi
- b. Lisensi dan sertifikasi industri di bidang farmasi berdasarkan Cara-cara Produksi yang Baik
- c. Evaluasi produk sebelum diizinkan beredar
- d. Post marketing vigilance termasuk sampling dan pengujian laboratorium, pemeriksaan sarana produksi dan distribusi, penyidikan dan penegakan hukum.
- e. Pre-audit dan pasca-audit iklan dan promosi produk
- f. Riset terhadap pelaksanaan kebijakan pengawasan obat dan makanan;

¹⁰ Rustan Effendi, "*Produksi dalam Islam*", (Yogyakarta: Magistra Insaniah Press, 2003), hlm. 12.

g. Komunikasi, informasi dan edukasi publik termasuk peringatan publik.¹¹

Fungsi produksi menghubungkan input dengan output dan menentukan tingkat output optimum yang bisa diproduksi dengan sejumlah input tertentu, atau sebaliknya, jumlah input minimum yang diperlukan untuk memproduksi tingkat output tertentu.

Fungsi produksi ditentukan oleh tingkat teknologi yang digunakan dalam proses produksi. Hubungan output input untuk suatu sistem produksi merupakan suatu fungsi dari tingkat teknologi pabrik, peralatan, tenaga kerja, bahan baku dan lain-lain yang digunakan dalam suatu perusahaan .

Faktor-faktor produksi disebut juga sebagai input, sedangkan produk yang dihasilkan merupakan output. Jadi faktor produksi merupakan fungsi yang menggambarkan suatu hubungan antara input dan output.¹²

1. Faktor Produksi

Faktor produksi adalah jenis-jenis sumber daya yang digunakan dan diperlukan dalam suatu proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Besar kecilnya barang dan jasa dari hasil produksi tersebut merupakan fungsi produksi dari faktor produksi. Faktor produksi dapat dikelompokkan menjadi dua macam.

¹¹ Devi Yuliantina, “Peran Balai Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Terhadap Peredaran Produk Makanan Berbahaya Di Kota Palangka Raya”, dalam Skripsi IAIN Palangka Raya, 2017, hlm. 24.

¹² Arsyad, “*Ekonomi Manajerial*”, (Balai Pustaka: Fakultas Ekonomi Yogyakarta. 2003), hlm. 12.

Pertama, faktor produksi tetap (fixed input) adalah faktor produksi yang kuantitasnya tidak bergantung pada jumlah yang dihasilkan dan input tetap akan selalu ada meskipun output turun sampai dengan nol. Kedua, faktor produksi variabel (variabel input), yaitu faktor produksi yang jumlahnya dapat berubah dalam waktu yang relatif singkat dan sesuai dengan jumlah output yang dihasilkan.

Faktor produksi adalah seluruh faktor yang terlibat dalam proses penciptaan suatu barang dan penggunaan jumlah yang tak tepat serta mutu yang rendah, serta keterlambatan salah satu faktor dapat menyebabkan kurangnya tingkat dan mutu produksi yang dicapai serta tergantungnya suatu proses produksi.

Maka dalam proses produksi sabun MJP diperlukannya suatu komposisi yang tepat antara berbagai faktor produksi, serta dalam jumlah dan mutu yang tinggi dan penggunaan yang tepat waktu, agar tercapainya suatu tingkat produksi dan produktivitas yang optimal.

2. Produksi Dalam Perspektif Islam

Kata “produksi” telah menjadi kata Indonesia, setelah diserap kedalam pemikiran ekonomi bersama dengan kata “distribusi” dan “konsumsi”. Dalam literature Ekonomi Islam berbahasa Arab pada nama produksi adalah kata intajdari akar kata natajamaka “Produksi dalam Perspektif Islam”. Terminologi ini tidak mengandung makna kontemporeranya dalam satu fase, namun melalui beberapa fase sebelum menjadi terminologi yang baku seperti sekarang ini. Lembaga-

lembaga ekonomi konvensional, mulai dari para pelaku perdagangan hingga para ahli alam hanya membatasi makna produksi pada sebagian aktivitas, dan tidak pada sebagian yang lain. Sebab para pelaku perdagangan berpendapat bahwa perdagangan eksternal sebagai satu-satunya aktifitas yang menghasilkan.¹³

Melihat pentingnya peranan produksi secara nyata menentukan kemakmuran suatu bangsa dan taraf hidup manusia, AlQur'an telah meletakkan landasan yang sangat kuat terhadap sistem produksi barang. Beberapa contoh dalam Al-Qur'an maupun Sunnah Rasul menunjukkan bagaimana umat Islam memerintahkan untuk bekerja keras dalam mencari kehidupan agar mereka tidak mengalami kegagalan atau tertinggal dari orang lain dalam berjuang demi kelangsungan hidupnya.¹⁴ Al-Qur'an berulang kali memerintah manusia bekerja keras demi memperoleh kehidupan.

اللَّهُ نَبِيِّ وَإِنَّ يَدِهِ عَمَلٍ مِّنْ يَأْكُلُ أَنْ مِنْ خَيْرًا قَطُّ طَعَامًا أَحَدٌ أَكَلَ مَا
يَدِهِ عَمَلٍ مِّنْ يَأْكُلُ كَانَ السَّلَامُ عَلَيْهِ دَاوُدَ

Artinya: "Tidak ada seseorang yang memakan satu makanan pun yang lebih baik dari makanan hasil usaha tangannya (bekerja) sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Allah Daud as. memakan makanan dari hasil usahanya sendiri." (HR. Bukhari)

¹³ Sudarman, "Sistem Perencanaan Dan Pengendalian Produksi", (Yogyakarta: BPFE. 2004), hlm. 16.

¹⁴ Irham Fahmi, "Manajemen Risiko", (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 148.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
 إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
 إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa: 29)

Apabila al-Qur’an dikaji secara terperinci, maka kita akan mendapatkan bahwa penekanan atas dasar usaha manusia untuk memperoleh sumber penghidupan merupakan salah satu prinsip ekonomi yang mendasar dalam Islam. Namun demikian sekali lagi kita ingatkan bahwa usaha yang terus menerus, bersungguh-sungguh dan semangat, yang diperlukan untuk mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup.

Jika tidak demikian halnya, mungkin akan menemui kegagalan yang parah. Sebuah ayat dari al-Qur’an yang sangat terkenal menyatakan bahwa “Tidak ada sesuatu yang diperoleh manusia selain apa yang telah diusahakannya”, merupakan sebuah peringatan kepada manusia yang malas dan tidak mau berusaha untuk memenuhi kehidupannya.

Dengan jelas kita al-Qur’an membimbing manusia bahwa seseorang dapat memperoleh semua yang ada di dunia ini

dengan berbagai usaha yang dilakukannya. al-Qur'an menjelaskan "Peluang Emas" dalam Islam yaitu manusia sendiri merupakan arsitek kehidupan dalam artian yang luas. Manusia sendiri yang membentuk kehidupannya. Segala sesuatu ada dalam genggamannya.

Manusia diperintah untuk melanjutkan perjuangan agar dapat mencapai tuntutan material dalam kehidupannya, dalam firman Allah:

وَمِنْ آيَاتِهِ مَنَامُكُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَابْتِغَاؤُكُمْ مِّنْ فَضْلِهِ ۗ

إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَسْمَعُونَ ﴿٢٣﴾

Artinya: "Dan diantara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah tidurnu di waktu malam dan siang hari dan usahamu mencari sebagian dari karuniaNya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang mendengarkan." (QS. Ar Ruum: 23)

Kekayaan harta benda sangat penting dalam kehidupan manusia sehingga disebut "karunia Allah Swt". Manusia dianjurkan untuk memohon kepada Allah agar dilimpahkan harta kekayaan yang banyak. Dengan demikian seseorang itu dibimbing untuk memelihara keharmonisan dan keseimbangan antara moral dan tuntutan ekonomi dalam kehidupan. Mula-mula manusia diperintahkan bekerja keras untuk memperoleh harta kekayaan dan kemudian dianjurkan untuk memohon kesejahteraan. Dengan kata lain pertama-tama manusia harus berusaha dan kemudian harus

memohon kepada Allah Swt, maha pemberi rezeki dan pemimpin semesta, untuk meningkatkan karunianya. Hal ini akan membantu manusia dalam bergelut dengan usaha-usaha ekonominya, tanpa perasaan khawatir ataupun putus asa.

Jika suatu saat usahanya membuahkan hasil yang lebih baik dari yang diharapkan, ia tidak akan menjadi kufur kepada Allah Swt dengan mengeksploitasi orang-orang melainkan tetap bersifat lembut. Sebaliknya, meskipun ia telah berusaha sungguh-sungguh, namun mengalami kegagalan, tidak akan merasa putus asa namun akan tetap meningkatkan usahanya dan semakin menaruh keyakinan kepada Allah Swt.

Para ahli ilmu alam menilai perdagangan dan industri merupakan dua kegiatan yang mandul. Definisi produksi dalam ekonomi konvensional tidak baku seperti sekarang ini melainkan dalam abad 19 M. Kaum tradisional baru yang mengaitkan produksi dengan kemanfaatan. Hingga setiap bentuk aktivitas ekonomi yang mendatangkan kemanfaatan atau menambahkannya dinilai sebagai aktivitas produksi.

Dan termasuk dalam makna ini produksi jasa dengan segala bentuk mempergunakan konsep produksi dalam arti yang sangat luas dalam pemanfaatan barang yang diproduksi. Barang tersebut harus berhubungan dengan kebutuhan manusia dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan manusia dan bukan merupakan barang mewah.

Apabila barang tersebut tidak memenuhi kebutuhan hidup manusia, maka tenaga kerja yang dihabiskan untuk memproduksi barang semacam itu dianggap tidak produktif.¹⁵

Dalam keadaan manapun al-Qur'an tidak membenarkan adanya produksi barang yang mewah dan tenaga kerja manusia yang dihabiskan untuk memproduksi barang yang dianggap sebagai penghamburan usaha manusia. Seperti yang sudah dicantumkan di dalam surah al-A'raf: 31.

﴿ يَبْنِيْ ءَادَمَ خُدُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا
وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴾

Artinya: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*

Al-Quran dengan cara yang bijaksana telah memberikan lapangan yang sangat luas bagi usaha manusia dengan memberi santapan rohani pada manusia dalam memperoleh kekayaan yang lebih banyak lagi. Maksudnya ialah Islam berusaha untuk mengurangi sifat manusia yang mementingkan diri sendiri dengan memberinya kesempatan yang tidak terbatas untuk melakukan aktivitas-aktivitas produksi.

¹⁵ Adiwarman A Karim, "Ekonomi Mikro Islam", (Jakarta: PT Karya Grafindo Persada. 2007), hlm.102.

Keserakahan dapat membuat seseorang selalu gelisah, tidak sabar, dan khawatir dalam memperoleh kekayaan material, dan dengan jalan itu marangsang melakukan kegiatan-kegiatan yang produktif.

Manusia bekerja keras dan lebih giat lagi untuk memuaskan keinginannya yang terus meningkat, dan akibatnya ia seringkali membuat keajaiban-keajaiban dalam lapangan produksi. Seperti yang sudah dijelaskan dalam Qur'an surah At-Taubah: 105, sebagai berikut:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
 وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ
 تَعْمَلُونَ

Artinya: dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam, disejajarkan dengan keimanan, sekaligus sebagai wujud dari keimanan itu sendiri hal itupula yang memberikan pemahaman bahwa bekerja hendaknya berada dalam bingkai keimanan kepada Allah SWT. Sebagai firman-Nya dalam Qur'an surah Al-Insyiqaaq: 6.

يَتَأْتِيهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدًّا فَمُلِّقِيهِ

Artinya: *Hai manusia, Sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, Maka pasti kamu akan menemui-Nya.*

Maksudnya, manusia di dunia ini baik disadarinya atau tidak adalah dalam perjalanan kepada Tuhannya. dan tidak dapat tidak Dia akan menemui Tuhannya untuk menerima pembalasan-Nya dari perbuatannya yang buruk maupun yang baik.

Orang di bumi ini sering melakukan penyimpangan dari jalan lurus, baik dalam moralitas maupun aktivitas ekonomi. Mereka bersikap ekstrim dan melupakan jalan yang benar. Mereka sangat berlebih-lebihan dalam usaha memperoleh kebutuhan hidupnya dan bersifat ekonomi sehingga mereka benar-benar mengabaikan prinsip-prinsip moral atau mengambil paham asketisme, yaitu meninggalkan kehidupan duniawi.¹⁶

Prinsip produksi secara singkat adalah pedoman yang harus diperhatikan, ditaati, dan dilakukan ketika akan memproduksi. Prinsip-prinsip dalam islam, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Berproduksi Dalam Lingkungan Halal

Prinsip produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim, baik individu maupun komunitas adalah berpegangan pada semua yang dihalalkan Allah SWT dan tidak melewati batas. Artinya semua yang berhubungan dengan kegiatan produksi berlandaskan atas perspektif islam.

¹⁶ Sukirno. S, “*Pengantar Teori Mikro Ekonomi*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2002), hlm. 56.

2. Keadilan Dalam Berproduksi

Sistem ekonomi Islam telah memberikan keadilan dan persamaan prinsip produksi sesuai kemampuan tanpa menindas orang lain atau menghancurkan masyarakat. Al-Quran memperbolehkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan jujur, sederajat, dan memberikan keuntungan bagi kedua pihak dan tidak memberikan cara-cara yang hanya menguntungkan seseorang, lebih-lebih yang dapat mendatangkan kerugian orang lain.

Islam mengharapkan agar seseorang bekerja keras untuk mencapai dan mempertahankan standar pendapatan yang tinggi. Islam tidak menginginkan perbudakan ekonomi manusia. Karena itu Islam menekankan pada manusia untuk berjuang dalam memperoleh harta.

Al-Qur'an menekankan manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia, dan bukannya untuk memproduksi barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia, karena tenaga kerja yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut dianggap tidak produktif.

Selain itu, tujuan kegiatan produksi untuk meningkatkan kesejahteraan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat, menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya, menyiapkan persediaan barang/jasa dimasa depan serta pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial

dan ibadah kepada Allah . Hal tersebut sudah dijelaskan di dalam QS.

Al-Jumu'ah:10, sebagai berikut ;

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya;“*Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung*”. (QS. Al-Jumu'ah : 10)

Prinsip ajaran islam yang fundamental, sebagaimana dijelaskan dalam ayat diatas, tegas menyatakan bahwa agama dan moralitas tidaklah bertentangan dengan kemakmuran dan pencarian akan harta kekayaan. Namun sebaliknya, keduanya akan saling melengkapi dalam kehidupan yang bahagia.

C. Pengertian Pemasaran

Sebelum tahun 1950-an, pemasaran dianggap tidak lebih dari sekedar subyek statistik ekonomi dari pada fungsi bisnis yang serius. Para sarjana berdebat apakah benar atau tidak pemasaran merupakan ilmu pengetahuan, pemasaran dianggap manajemen tingkat atas sebagai “tidak lebih dari sekedar fungsi penjualan”.

Ada beberapa yang mulai memahami dan mengidentifikasi “konsep pemasaran” yang mengangkat konsumen ke status raja dan memaksa persiapan orientasi bisnis kearah perlengkapan kebutuhan mereka. Kemudian peranan manajemen pemasaran dalam memilih target konsumen, menilai perhatian dan kebutuhan mereka dan mengelola

sumber-sumber untuk memuaskan mereka adalah yang secara universal diterima.¹⁷ Beberapa perhatian diberikan kepada “aktivitas yang terkoordinasi “ dari pemasaran yang berhubungan ke fungsi bisnis lainnya, namun tidak ada petunjuk atas kemunculan manajemen pemasaran sebagai peranan kepemimpinan di dalam badan usaha.

Disinilah letak perbedaannya. Pemasaran lebih kepada mengutamakan kepuasan pelanggan. Lagi pula perusahaan mengawalinya dengan mencari tahu kebutuhan dan keinginan pelanggan. Barulah kemudian dicari tahu produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. Laba justru diharapkan diperoleh dari kepuasan konsumen yang nantinya membeli dalam jumlah banyak, terus-terusan dan mungkin dengan harga yang menguntungkan.

Dalam garis besarnya dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah berbagai upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan/perdagangan. Rasulullah saw adalah orang yang mengeluti dunia perdagangan, sekaligus seorang pemasar (marketer) yang andal.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi utama dalam menentukan bisnis perusahaan. Tenaga pemasaran merupakan sarana penghubung utama perusahaan dengan konsumen, atau dengan kata lain tenaga pemasar adalah ujung tombak bisnis perusahaan, karena merekalah yang memotivasi para konsumen untuk membeli produk perusahaan atau bertransaksi dengan perusahaan.

¹⁷ Taufiq Amir, “*Dinamika Pemasaran*”, (Jakarta: Rajawali Pers. 2005), hlm. 18.

Dalam perusahaan bisnis, pemasaran menghasilkan pendapatan yang dikelola oleh orang-orang keuangan dan kemudian didayagunakan oleh orang-orang produksi untuk menciptakan produk atau jasa. Tantangan bagi pemasaran adalah menghasilkan pendapatan dengan memenuhi keinginan para konsumen pada tingkat laba tertentu tanpa melupakan tanggung jawab sosial.

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah suatu proses sosial dan menajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sehubungan dengan hal itu, dibutuhkan suatu keahlian yang mampu memilah dan melaksanakan kegiatan pemasaran dalam pencapaian tujuan perusahaan serta dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.¹⁸ Kegiatan pemasaran ini harus dikoordinasikan dan dikelola dengan cara yang benar, sehingga dikenal dengan istilah manajemen pemasaran.

Pemasaran adalah suatu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan sebuah nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut produk dan jasa. Pemasaran menjadi

¹⁸ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, "*Manajemen Pemasaran*", (Jakarta: Rajawali. 2014), hlm. 1.

penghubung antara produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dengan konsumen yang akan menggunakan produk atau jasa.

Dalam kegiatan pemasaran, aktivitas pertukaran merupakan hal utama, pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah produk atau jasa dengan sejumlah nilai manfaat keberbagai macam individu maupun kelompok sosial untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan (wants) dan kebutuhan (needs) manusia setiap hari melalui proses pertukaran.

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.

Dalam sistem pemasaran juga terdapat beberapa faktor yang saling terkait satu dengan yang lain, faktor tersebut adalah:

- 1) Organisasi yang melakukan kegiatan pemasaran
- 2) Barang, jasa, ide, atau ide yang sedang dipasarkan.
- 3) Pasar yang dituju.
- 4) Pasar perantara yang membantu dalam pertukaran, antara organisasi pemasaran dan pasarnya. Mereka ini adalah pengecer, pedagang besar, agen pengangkutan, lembaga keuangan, dan sebagainya.

5) Faktor-faktor lingkungan, seperti faktor demografi, kondisi perekonomian, faktor sosial dan kebudayaan, kekuatan politik dan hukum, teknologi dan persaingan.¹⁹

Marketing mix dalam Islam harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran, produk haruslah halal dan baik dalam menentukan harga tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pembisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan. Karena hakekat dari berdagang adalah untuk mencari keuntungan. Sebagaimana imam Ghozali mengatakan bahwa untuk mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebih-lebihan.

Ada empat kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis agar mendapat nilai-nilai moral yang tinggi yaitu shidiq, amanah, fathonah dan tabligh. Pemasaran dalam tinjauan syariah menyandarkan pedoman etikanya pada nilai-nilai Islami yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits.

Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Periklanan yang mengikuti ajaran Islam akan menyebarkan moral yang baik. Pemasaran yang baik tidak akan menguntungkan satu pihak saja namun menguntungkan bagi semua orang serta sebaliknya tidak merugikan salah satu pihak.

Konsep pengembangan strategi pemasaran yang ke-empat berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen

¹⁹ Susatyo Herlambang, "*Basic Marketing*", (Yogyakarta: Gosyen Publishing. 2014)

pasar tertentu. Hal ini dapat terpenuhi dengan penyediaan suatu sarana yang disebut Marketing Mix. Marketing Mix ini merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan. Secara definitive dapat dikatakan bahwa:

Marketing Mix adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.²⁰

Menurut Kotler (2003) strategi Marketing Mix atau bauran pemasaran, dapat diartikan sebaagai sekumpulan dari variabel-variabel yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran atau dengan kata lain 4P merupakan kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Adapun variabel-variabel 4P tersebut sebagai berikut:

Tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran atau dengan kata lain 4P merupakan kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Adapun variabel-variabel 4P tersebut sebagai berikut:

a) Produk (Product)

Produk Adalah kombinasi barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan ditawarkan kepada pasar sasaran. Variabel dalam

²⁰ Swastha, *Op. Cit.*, hlm. 78.

bauran produk yaitu: mutu atau kualitas, ciri khas, gaya, bentuk, merk, pelayanan dan jaminan.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.²¹

b) Harga (Price)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk mendapatkan suatu produk. Variabel dalam bauran harga yaitu: daftar harga, potongan harga, syarat kredit dan periode pembayaran.

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

²¹ Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 95.

c) Distribusi (Place)

Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Variabel dalam bauran Distribusi yaitu: lokasi, transportasi, persediaan barang distributor dan pengecer.

Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Dalam pelaksanaan aktivitas-aktivitas distribusi, perusahaan kerap kali harus bekerja sama dengan berbagai perantara (middleman) dan saluran distribusi (distribution channel) untuk menawarkan produknya ke pasar.

d) Promosi (Promotion)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen promosi adalah periklanan, personal selling. Promosi penjualan dan publisitas.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya.

Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkaca mata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejauhan. Tak seorang pun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut, selain dirinya sendiri.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Suatu motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi aktif dalam suatu organisasi atau perusahaan, antara lain kesempatan untuk maju. Telah menjadi sifat dasar manusia pada umumnya untuk menjadi lebih baik atau lebih maju daripada posisi yang dimilikinya pada saat ini.

Kesempatan untuk maju itu dalam suatu organisasi sering disebut sebagai promosi. Suatu promosi berarti pula perpindahan dari suatu jabatan ke jabatan yang lain yang mempunyai status dan tanggung jawab yang lebih tinggi. Hal ini berarti bahwa kompensasi (penerimaan upah/gaji dan sebagainya) menjadi lebih tinggi bisa

dibanding dengan jabatan lama. Namun, ada pula promosi yang tidak berakibat adanya kenaikan kompensasi, yang disebut promosi kering.

Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi para produsen atau para pedagang yang bergerak dalam komoditi yang sama maka perlu sekali diciptakan suatu strategi pemasaran, agar dapat memenangkan peperangan tersebut.

Apabila pemasaran tidak mampu menjual hasil produksi perusahaan dengan tingkat harga yang telah ditetapkan, maka hasil penerimaan penjualan perusahaan akan lebih rendah dari yang direncanakan, sehingga tingkat keuntungan yang ditargetkan tidak akan tercapai. Kemungkinan harga penjualan yang lebih rendah akan memberikan keuntungan per Unit produk akan lebih rendah. Harga penjualan yang lebih rendah mungkin pula menimbulkan kerugian, karena harga tersebut lebih rendah dari biaya per Unit produk.

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan, karena pemasaran merupakan pintu terdepan untuk mengalirkan dana kembali ke dalam perusahaan.

Kelancaran masuknya kembali dana dari hasil operasi perusahaan sangat ditentukan oleh bidang pemasaran. Demikian pula pencapaian keuntungan usaha perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan memasarkan produk perusahaan dengan harga yang menguntungkan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan didasarkan pada strategi pemasaran yang ditetapkan untuk mencapai sasaran pasar yang dituju. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya ditentukan oleh ketepatan strategi pemasaran yang ditetapkan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar yang dituju. Oleh karena itu, pasar produk perusahaan perlu dikaji, sehingga dapat ditentukan sasaran yang tepat.

D. Pengertian etika bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi²², konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya, Etika bisnis Islami merupakan

²² Aziz, *Op. Cit.*, 35.

suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut “Business Firm” dan atau “ Business Person“, yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.²³

E. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, aturan (norma) etika tersebut di wujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai control terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.

Etika bisnis secara umum menurut Suarny Amran, harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

²³ Muhammad, Paradigma, “*Metodelogi dan Aplikasi Ekonomi Syari'ah*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008), hlm. 60.

1) Prinsip Otonomi

Prinsip Otonomi yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.

2) Prinsip Kejujuran

Prinsip Kejujuran dalam hal ini adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujur dalam pelaksanaan control terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.

3) Prinsip Keadilan

Prinsip Keadilan yaitu bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlukan sesuai dengan hanya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.

4) Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip Saling Menguntungkan merupakan dalam bisnis yang kompetitif. Prinsip ini menuntut agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Dalam dunia bisnis, prinsip ini menuntut persaingan bisnis haruslah bisa melahirkan suatu winwin situation.

5) Prinsip Integritas Moral

Prinsip Integritas Moral merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik. Prinsip ini menyerahkan dalam berbisnis

selayaknya dijalankan dengan tetap menjaga nama baiknya dan nama baik perusahaan.²⁴

Demikian pula dalam Islam, etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada alqur'an dan al-Hadits.

Berbisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah. Banyak ayat yang menggambarkan bahwa aktivitas bisnis merupakan sarana ibadah, bahkan perintah dari Allah. Diantaranya adalah (QS. At-Taubah, 9:105):

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
 وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ
 تَعْمَلُونَ

Artinya: *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*

F. Kajian Terdahulu

1. NADILA RAMADHA PUTRI (2019) dalam skripsi yang berjudul **ANALISIS PRODUKSI DAN SISTEM PEMASARAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*) DI KECAMATAN LINGSAR, KABUPATEN LOMBOK BARAT, NUSA TENGGARA BARAT**. Dalam skripsi ini membahas tentang Kegiatan budidaya merupakan salah satu pengembangan usaha bidang perikanan. Upaya pengembangan budidaya dilakukan dengan peningkatan produksi budidaya dan tetap memperhatikan indikator

²⁴ Aziz, *Ibid*, 36.

penting yaitu modal, lahan, tenaga kerja, benih, pakan dan teknologi. Peningkatan produksi bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat. Permintaan pasar yang tidak menentu akan mempengaruhi sistem pemasaran. Kegiatan pemasaran akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan pembudidaya karena terkait langsung dengan tingkat harga yang diterima pembudidaya.

2. MIA APRILIA (2019) **PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN PETANI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** dalam skripsi ini membahas tentang produksi Dalam islam bukanlah hanya sekedar kegiatan menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru dalam memenuhi kebutuhan, Tetapi merupakan sebuah hasil penyatuan manusia dengan alam. Untuk menyatukan manusia dengan alam ini Allah telah menetapkan manusia sebagai khalifah di muka bumi ini. Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang islami. Keadilan merupakan nilai paling sesuai dalam Ekonomi Islam. Menegakkan keadilan dan pemberantas kezaliman adalah tujuan utama risalah para Rasul-Nya.

3. ERWIN FAHMI (2019) **PENGARUH MODAL, TENAGA KERJADAN PRODUKSI TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI HOME INDUSTRI UD BAGUS BAKERY DESA SERAPUH KECAMATAN GUNUNG MALELA KABUPATEN SIMALUNGUN** dalam skripsi ini membahas tentang Usaha mikro kecil merupakan salah

satu kegiatan usaha paling banyak di lakukan oleh masyarakat Indonesia. Usaha-usaha ini umumnya memiliki karakteristik yang hampir sama disetiap wilayah di antaranya memiliki tingkat penghasilan yang rendah, tidak di kelolah deangan baik, bahkan dalam beberapa kasus, sekelompok usaha mikro dan kecil belum dapat memenuhi kebutuhan dasar seperti gizi, pendidikan, kesehatan, perumahan dan lain-lain.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini diperlukan suatu metode untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas secara jelas. Adapun metode penelitiannya adalah sebagai berikut:

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara Provinsi Sumatra Utara sebagai objek penelitian, peneliti sendiri termasuk masyarakat yang berdomisi di kampung tersebut. Adapun alasan peneliti memilih lokasi tersebut sebagai objek penelitian yaitu karena adanya salah seorang yang melakukan produksi sabun MJP.

b. Jenis penelitian

Peneliti meneliti berdasarkan studi ke lapangan (*Field research*) dengan memuat informasi dari masyarakat berupa wawancara dan buku dari sumber lainnya. Kemudian dalam penelitian ini peneliti memuat data-data primer, sekunder, dan tersier.

c. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif Kualitatif, dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan data tersebut diperoleh melalui wawancara.

d. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Dalam data primer ini peneliti akan melakukan wawancara langsung kepada pelaku pelaksana produksi dan pemasaran sabun MJP di desa sosopan kecamatan padang bolak kabupaten padang lawas utara.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil sebagai penunjang data primer tanpa harus terjun ke lapangan, antara lain mengenai buku-buku keilmuan terkait.²⁵

e. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah salah satu alat pengumpulan data yang digunakan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis terkait dengan praktek-praktek yang terjadi, dengan observasi maka diharapkan data akan menjadi kuat dan realistis lengkap dan jelas.

2. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mencari informasi secara langsung dengan

²⁵ Aminuddin dan Zainal Asikin, "Pengantar Metodologi Penelitian Hukum", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 30.

menyampaikan beberapa pertanyaan kepada para narasumber atau responden.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seorang atau lembaga untuk keperluan pengujian sesuatu peristiwa dan berguna bagi sumber data, bukti, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.

f. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun urutan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang paling penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain. Analisis data terdiri dari sub proses yang saling berhubungan, yaitu:

1. Reduksi data, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting atau lebih singkatnya membuat abstraksi.

2. Penyajian data, merupakan suatu cara pengkompresan informasi yang memungkinkan suatu kesimpulan, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori dan sejenisnya.
3. Kesimpulan dan verifikasi data, merupakan tindakan peneliti dalam menginterpretasikan data, menggambarkan makna dari penyajian data. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, diharapkan dalam penelitian kualitatif ini dapat menemukan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

g. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Adapun teknik yang digunakan peneliti dalam menjamin keabsahan penelitian adalah Perpanjangan Keikutsertaan. Perpanjangan keikutsertaan peneliti bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan data yang dikumpulkan, Dalam hal ini peneliti kembali kelapangan untuk melakukan pengamatan, wawancara (baik dengan Narasumber yang pernah ditemui maupun yang belum), hal ini akan menambah fokus peneliti yang memungkinkan ada yang dirahasiakan akan memunculkan data yang sebenarnya.

h. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bertujuan untuk melakukan pengecekan kembali apakah data yang ditemukan itu salah atau tidak, dengan demikian peneliti dapat memberikan deskripsi yang sistematis dari data yang diamati.

i. Triangulasi

Triangulasi adalah tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu diluar data yang diperoleh dan diperlukan untuk pengecekan atau pembanding. Dapat disimpulkan bahwa triangulasi adalah sebagai pencarian dan pengujian data yang telah ada untuk memperkiat serta meningkatkan data tersebut dengan berbasis pada bukti yang ada.

Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber yaitu membandingkan, mencek ulang derajat kepercayaan informasi yang diterima melalui beberapa sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil wawancara dan pengamatan, maksudnya membandingkan apa yang dikatakan secara umum dan secara khusus, membandingkan wawancara dengan yang ada.
2. Triangulasi waktu yaitu menguji derajat kepercayaan dengan cara mengecek kepada sumber yang sama dengan waktu yang berbeda. Ini digunakan untuk membantu validitasi data yang berkaitan dengan perubahan tingkah laku yang bisa berubah dari waktu ke waktu.
3. Triangulasi metode yaitu usaha untuk mencek keabsahan data atau mencek keabsahan temuan peneliti. Maksudnya keabsahan data dilakukan beberapa tehnik seperti wawancara dan analisi dokumen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Geografis Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten

Padang Lawas Utara

1. Letak Geografis

Secara geografis Desa Sosopan berada di wilayah Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yang berbatasan dengan Desa Hambiri arah Utara, Desa Sidikkat arah Selatan, Desa Gunung Tua arah Timur, dan Desa Batu Tambun arah Barat.. Di Desa Sosopan yang saat ini kepalai oleh Bapak Soripada Harahap yang sudah menjabat selama 3 Tahun.

Desa Sosopan merupakan termasuk wilayah yang sangat luas, dan luasnya sampai 601 hektar, adapun Koordinat Bujurnya 99.609009 Bujur Timur dan Koordinat Lintangnya 1.505441 Lintang Utara dan Ketinggian DPL (M) 500.²⁶

2. Data Kependudukan

Penduduk adalah kumpulan manusia yang menempati wilayah geografi dan ruang tertentu. Penduduk Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara terdiri dari 126 KK penduduknya berjumlah 501 jiwa, perempuan 266 orang dan laki-laki 235 orang. Untuk lebih jelasnya berikut ini adalah jumlah penduduk berdasarkan tingkat usia.

²⁶ Data Desa Sosopan Tahun 2020, *Wawancara dengan Kasih Pelayanan*, 8 Maret 2021.

Tabel 1

**Keadaan Penduduk Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak
Kabupaten Padang Lawas Utara**

No	Jumlah KK	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa
1	126 KK	Laki-laki	235
		Perempuan	266
Jumlah			501

Sumber: Data kependudukan desa Sosopan Kec. Padang Bolak

3. Keadaan Ekonomi

Bila ditinjau dari Mata pencaharian penduduk Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2

**Keadaan Mata Pencaharian Desa Sosopan Kecamatan Padang
Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara**

No	Mata Pencaharian	Jumlah	Satuan
1	Petani	122	Jiwa
3	Wiraswasta	17	Jiwa
4	PNS	13	Jiwa

Sumber: Data kependudukan desa Sosopan Kec. Padang Bolak

4. Data Pendidikan

Adanya fasilitas pendidikan yang memadai serta pemahaman masyarakat tentang pentingnya menempuh pendidikan formal maupun

non formal mempengaruhi peningkatan taraf pendidikan. Secara detail data pendidikan Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3
Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara

No	Uraian	Jumlah	Satuan
1	Tidak sekolah	15	Jiwa
2	TK	12	Jiwa
3	SD/ Sederajat	65	Jiwa
4	SMP/ Sederajat	103	Jiwa
5	SMA/ Sederajat	89	Jiwa
6	Diploma/ Sarjana	14	Jiwa

Sumber: Data kependudukan desa Sosopan Kec. Padang Bolak

B. Sejarah Terbentuknya Usaha Sabun MJP

Terbentuknya Usaha Sabun MJP terinspirasi dari Syaipuddin Zuhdi Harahap yang pada waktu itu pernah melakukan usaha di bulan Ramadhan yaitu usaha menjual takjil di berbagai persimpangan desa. Setelah bulan suci Ramadhan selesai pada tahun 2017 beliau berpikir usaha apa yang akan dilanjutkan, dan pada akhirnya beliau berpikir untuk membuka usaha sabun cuci piring bekerjasama dengan beberapa temannya.

Pada dasarnya beliau hanya ingin mencoba saja, tetapi pada akhirnya beliau melihat banyak keuntungan yang didapatkan dari usaha

membuat cuci piring karena tidak mengeluarkan modal yang banyak tetapi juga menghasilkan keuntungan yang lumayan besar.

Hingga kemudian beliau mengembangkannya dengan membuka suatu tempat usaha yang diperkirakan mampu untuk melakukan produksi. Dan menambah beberapa anggota atau karyawan dan memperbesar usaha.

C. Struktur Organisasi Usaha Sabun MJP

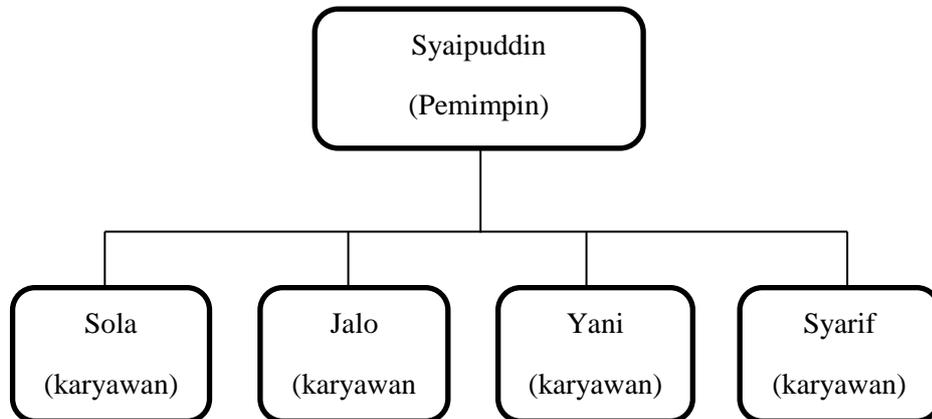
Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut dapat tercapai dengan adanya suatu kerjasama antar beberapa orang di dalamnya oleh karena itu, perlu adanya suatu struktur organisasi.

Struktur organisasi merupakan sesuatu yang penting bagi sebuah lembaga karena memudahkan dalam proses bekerja dan juga sebagai pedoman sehingga tidak ada tumpang tindih antar pimpinan dan karyawan.

Struktur organisasi usaha Sabun MJP tergolong masih sederhana, karena dalam menjalankan usahanya langsung dipimpin oleh pemilik usaha, pimpinan usaha MJP dapat secara langsung mengawasi semua hal-hal yang berkaitan dengan usahanya selain itu hubungan harmonis antara pimpinan dan karyawan sangatlah terjalin baik-baik saja. Adapun struktur usaha sabun MJP sebagai berikut:

Struktur Organisasi Sabun MJP

Gambar 1



Adapun tugas dan tanggung jawab usaha sabun MJP sebagai berikut:

a) Pimpinan

Pimpinan bertugas untuk mengawasi terhadap seluruh operasional kerja para karyawan usaha sabun MJP, setiap harinya mengarahkan karyawan dan memantau lokasi tersebut.

b) Bagian Pekerja

Bagian pekerja atau karyawan MJP mempunyai masing-masing tugas mulai dari proses pembelian bahan-bahan, proses produksi, proses pengemasan hingga memasarkannya.

D. Sistem Produksi

Sistem produksi merupakan sistem integral yang mempunyai komponen struktural dan fungsional. Di dalam sistem produksi modern terjadi suatu proses transformasi nilai tambah yang mengubah input

(tenaga kerja, modal, material, energy, informasi manajerial) menjadi output (produk barang atau jasa) dengan harga yang kompetitif di pasar.

Sistem produksi usaha sabun MJP menggunakan sitem yang menghasilkan barang jadi. Bahan jadi tersebut berupa sabun cuci piring terdiri dari bahan material (peralatan, tenaga kerja, modal, dan energy) yang semua itu dijadikan barang jadi berupa sabun cair.

a) Bahan dan Alat Produksi

Adapun bahan baku yang digunakan dalam produksi sabun MJP adalah:

- a. Texapon
- b. NaCl
- c. Sodium Sulfat
- d. Air
- e. Pewangi
- f. Pewarna

Peralatan yang digunakan dalam produksi sabun MJP adalah:

- a. Ember
- b. Gayung
- c. Takaran (liter)
- d. Botol
- e. Merk
- f. Corong
- g. Sarin

E. Proses Produksi

Proses produksi merupakan fungsi pokok dalam setiap perusahaan yang merupakan aktifitas yang bertanggung jawab untuk menciptakan nilai tambah produk yang merupakan output dari setiap perusahaan.

Proses produksi merupakan bagaian yang sangat penting dalam perusahaan. Dimulai dari keinginan dapat memproduksi suatu produk tertentu, proses produksi membantuk perusahaan untuk menemukan teknik-teknik pengelolaan bahan yang efektif dan efesien untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan standar mutu dan kualitas yang telah ditetapkan. Proses produksi yaitu mulai dari menyiapkan bahan-bahan, mencampurkan bahan-bahan, fermentasian dan pengemasan.

Adapun uraian sitem produksi yaitu, hal pertama yang dilakukan adalah dengan menyediakan ember berukuran besar dan menyediakan air sebanyak 20 Liter, kemudian dimasukkan air tersebut ke dalam wadah atau ember yang telah disediakan.

Setelah itu memasukkan satu persatu bahan yang telah disebutkan, memasukkan Texapon lalu aduk hingga benar-benar larut, kemudian memasukkan NaCl dan Sodium Sulfat, diaduk hingga tercampur dengan bahan yang lainnya sampai menghasilkan busa yang sangat banyak. Setelah itu masukkan pewangi lalu aduk seperti sebelumnya.

Hal terakhir yang dilakukan adalah memasukkan pewarna lalu aduk hingga merata. Setelah memasukkan semua bahan dan mencampurkannya diamkan selama 5-8 Jam hingga busa yang berada atas

campuran hilang, jika busa sudah menghilang maka sabun dapat dikatakan berhasil dan siap untuk dikemas.

Langkah selanjutnya adalah proses pengemasan produk, hal yang perlu dipersiapkan adalah berupa botol bekas Aqua yang berukuran 650 ml, selain itu merek yang sudah disediakan. Jika sudah di kemas dan dimereki langsung dimasukkan ke dalam kotak dan bisa di pasarkan. Biasanya dalam satu kali produksi menghasilkan 35 botol.

F. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah obeservasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan upaya untuk mengeksprolisasi data, memberikan intensifikasi untuk memperoleh data yang kualitatif dan intensifikasi yang berimbang berdasarkan hasil penelitian, maka diuraikan data-data tentang produksi dan pemasaran sabun MJP di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat diketahui dan dijelaskan sebagai hal-hal berikut.

1. Sistem Produksi dan Pemasaran Sabun MJP di Desa Sosopan

Sistem produksi usaha sabun MJP menggunakan sistem yang menghasilkan barang jadi. Bahan jadi tersebut berupa air yang dicampur dengan bahan-bahan kimia yang semua itu dijadikan barang jadi berupa sabun cair.

Setelah sampai pada pembahasan tentang bagaimana sistem produksi dan pemasaran sabun MJP tersebut, maka perlu adanya

informan untuk memberikan bagaimana kondisi yang sebenarnya terjadi di tempat penelitian.

Akan tetapi sebelumnya sangat penting untuk mengetahui terlebih dahulu mengenai sistem produksi sabun MJP di Desa Sosopan.

Adapun bahan baku yang dipergunakan dalam produksi sabun cuci piring tersebut.

Seperti halnya yang telah dikatakan oleh Pimpinan usaha sabun MJP, beliau mengatakan:

Bahan baku yang digunakan dalam usaha saya ada 6 macam yang terdiri air yang saya ambil dari sungai atau sumur milik saya sendiri, yang kedua NaCl (*Natrium Clorida*), Sodium Sulfat, Texapon yang saya dapatkan dari toko penjual bahan-bahan kimia guna untuk menghasilkan busa pada sabun, yang ketiga Pewangi untuk memberikan wangi dari sabun cair tersebut dan Pewarna digunakan untuk memberi warna untuk menarik hati konsumen. Bahan-bahan ini kemudian diolah langsung secara manual oleh karyawan MJP tersebut. Modal yang perlu dipersiapkan sebesar Rp 170.000 dalam sekali berproduksi.²⁷

Hal tersebut juga disebutkan oleh karyawan usaha sabun MJP, menjelaskan bahwa:

Pada saat produksi ada beberapa hal yang harus diperhatikan khususnya pada saat memproduksi yaitu mulai dari memasukkan *texapon*, *NaCl*, *Sodium Sulfat* harus benar-benar diaduk sampai merata sehingga tercampur dengan baik dan menghasilkan busa yang banyak.²⁸

Pemimpin sabun MJP juga menjelaskan alat yang digunakan dalam produksi sabun cuci piring adalah: alat-alat saya gunakan dalam

²⁷Wawancara dengan bapak Syaipuddin, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 16.23 WIB

²⁸Wawancara dengan bapak Endar, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 16.40 WIB

produksi usaha saya adalah ember, gayung, corong, takaran, saringan dan juga botol dan merek.²⁹

Seperti halnya yang dikatakan oleh distributor di Desa Sosopan beliau mengatakan: saya memasarkan sabun cuci piring tanpa mengetahui bahan-bahan apa saja yang produksi ke dalam sabun tersebut, sehingga saya tidak dapat menjelaskan kualitas dan kuantitas dari sabun tersebut.³⁰

Dan juga dijelaskan oleh distributor MJP mengenai alasan tidak mengkonsumsi sabun MJP, karena:

Alasan saya tidak menerima pesanan lagi karena ada beberapa pembeli merasa bahwa sabun tersebut sangat keras terhadap kulit tangan dan menyebabkan iritasi sehingga saya sebagai penjual merasa sabun itu sangat tidak cocok untuk diperjualbelikan.³¹

Adapun dengan distributor lainnya, menjelaskan:

Saya dapat membeli Rp 6.000/per botol, tetapi untuk harga pasar untuk konsumen sebesar Rp 7.000 harga tersebut relative murah dan bisa dijangkau oleh masyarakat setempat. Maka saya mendapat keuntungan dari pembeli yaitu Rp 1.000/per botol.³²

Sama halnya dengan konsumen lainnya, menjelaskan: saya merasakan bahwa produk sabun MJP ini kadang berubah yang

²⁹ Wawancara dengan bapak Syaipuddin, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 16.23 WIB

³⁰ Wawancara dengan ibu Astuti, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 17.00 WIB

³¹ Wawancara dengan ibu Elviana, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 17.20 WIB

³² Wawancara dengan bapak Kajirun, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam WIB

kemarin bagus bisa saja hari ini sabunya cair dan busanya kurang banyak.³³

Adapun hal yang dikatakan oleh konsumen lainnya, adalah sebagai berikut: saya merasa botol bekas yang digunakan tidak bagus karena diambil dari pembuangan sampah perkantoran, menurut saya hal ini tidak higienis dan botolnya tidak bersih, bisa jadi ini dapat menyebabkan mengganggu kesehatan tubuh.³⁴

Juga seperti yang dijelaskan oleh konsumen sabun MJP, menjelaskan: saya merasa bahwasanya kertas merek tersebut harus diganti yang biasanya memakai kertas HVS berwarna dengan bahan plastik, agar mereknya ketika terkena air tidak langsung terkelupas.³⁵

2. Sistem Produksi dan Pemasaran Sabun MJP dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dalam aplikasi etika bisnis islam sistem produksi dan pemasaran harus sesuai dengan ajaran islam sesuai dengan prinsip yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu, dalam *Etika Bisnis Islam* harus mempunyai beberapa prinsip yang harus dilakukan, otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas modal yaitu dalam melaksanakan suatu sistem produksi dan pemasaran pelaku harus mampu mengambil keputusan atau tanggung jawab, pelaku juga harus mempunyai kejujuran, keadilan, juga bisa

WIB

³³ Wawancara dengan ibu Hidayah, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 17.40

³⁴ Wawancara dengan ibu Kartini, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 17.50 WIB

³⁵ Wawancara dengan ibu Mawar, di Desa Sosopan, tanggal 7 Maret 2021 jam 17.20 WIB

menguntungkan antar pihak yang bersangkutan dan juga bisa menjaga nama baik guna mempertahankan usaha agar tetap baik dipandangan orang lain, sehingga dapat memberikan keuntungan baik di dunia dan akhirat.

Hal ini terlihat pada usaha sabun MJP dalam praktek bisnisnya, seperti informasi yang saya dapatkan bahwa sitem produksinya bahan utamanya adalah air, air tersebut didapatkan dari sungai atau sumur milik pribadi.

Kemudian proses produksi sabun MJP ada beberapa proses, memasukkan air ke dalam wadah atau ember yang telah disediakan. Setelah itu memasukkan satu persatu bahan yang telah disebutkan, memasukkan Texapon lalu aduk hingga benar-benar larut, kemudian memasukkan NaCl dan Sodium Sulfat, diaduk hingga tercampur dengan bahan yang lainnya sampai menghasilkan busa yang sangat banyak. Setelah itu masukkan pewangi lalu aduk seperti sebelumnya.

Dan selanjutnya hal yang dilakukan adalah memasukkan pewarna lalu aduk hingga merata. Setelah memasukkan semua bahan dan mencampurkannya diamkan selama 5-8 Jam hingga busa yang berada atas campuran hilang, jika busa sudah menghilang maka sabun dapat dikatakan berhasil dan siap untuk dikemas. Dan setelah semua sudah selesai biasanya mampu menghasilkan 35 botol berukuran 650 ml.

Namun demikian kenyataan dilapangan masih menunjukkan bahwa perusahaan Sabun MJP belum banyak memahami pentingnya prinsip etika bisnis dalam islam sistem produksi dan pemasaran yang baik dan benar.

Seperti yang terjadi mengenai pelaksanaan produksi sabun MJP produsen melakukan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam yang sebaiknya produsen menyediakan air 20 liter tetapi terkadang para produsen menambah air lebih dari yang seharusnya guna untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dalam hal ini usaha sabun MJP tidak menerapkan prinsip kejujuran. Usaha sabun MJP melakukan penipuan terhadap kualitas dari sabun cuci piring tersebut untuk mendapatkan hasil produk yang lebih banyak.

Karena prinsip kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, jujur dalam pelaksanaan control terhadap konsumen, dalam hubungan kerja. Yang seharusnya dilakukan oleh pengusaha adalah menerapkan hal itu.

Selain daripada itu tentu tidak memberi keuntungan antara kedua pihak jika usaha MJP menambahkan air dalam proses pembuatan sabun karena dalam prinsip etika bisnis islam yang seharusnya dilakukan dalam pemasaran yaitu harus saling menguntungkan kedua belah pihak.

Dan juga usaha sabun MJP tidak melakukan tanggung jawab dalam mengambil keputusan tidak bertindak terhadap keselarasan dengan konsumen.

Dalam hal prinsip keadilan, usaha MJP juga tidak menerapkan hal itu. Karena dalam berbisnis yang diperlukan sesuai dengan hanya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.

Dalam prinsip kelima yaitu, prinsip integritas moral, usaha sabun MJP tidak menerapkan dan memahami etika ini, etika ini merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan agar tetap dipercaya oleh pelanggan sabun MJP.

G. Analisis

Islam merupakan agama yang sempurna yang dibawah oleh Nabi besar Muhammad SAW yang didalamnya telah mengatur tentang kehidupan manusia dalam segala bidang, salah satunya adalah Muamalah. Al-qur'an adalah kitab ummat Islam merupakan dasar hukum tertinggi dalam mencari sebuah ketentuan hukum yang terjadi dimasyarakat.

Produksi merupakan urat nadi dalam kegiatan ekonomi. Dalam kehidupan ekonomi, tidak akan pernah ada kegiatan konsumsi, distribusi ataupun perdagangan barang dan jasa tanpa diawali oleh proses produksi. Dalam kompilasi hukum ekonomi syariah pasal 582 ayat 1 jika jenis usaha, produk barang, atau jasa yang diberikan dalam akad, transaksi serta cara pengelolaan perusahaan emiten atau perusahaan publik yang menerbitkan efek syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah.

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, aturan (norma) etika tersebut di wujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai control terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.

Kenyataan dilapangan masih menunjukkan bahwa perusahaan Sabun MJP belum banyak memahami pentingnya prinsip etika bisnis dalam islam sistem produksi dan pemasaran yang baik dan benar. Seperti yang terjadi mengenai pelaksanaan produksi sabun MJP produsen melakukan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam yang sebaiknya produsen menyediakan air 20 liter tetapi terkadang para produsen menambah air lebih dari yang seharusnya guna untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dalam hal ini usaha sabun MJP tidak menerapkan prinsip kejujuran.

Usaha sabun MJP melakukan penipuan terhadap kualitas dari sabun cuci piring tersebut untuk mendapatkan hasil produk yang lebih banyak. Karena prinsip kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, jujur dalam pelaksanaan control terhadap konsumen, dalam

hubungan kerja. Yang seharusnya dilakukan oleh pengusaha adalah menerapkan hal itu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan:

1. Dalam pelaksanaan sistem produksi dan pemasaran usaha sabun MJP di desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam, yaitu tidak jujur dalam proses memproduksi dan tidak juga bertanggung jawab dalam hal yang terjadi apabila produk tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Seperti yang terjadi mengenai pelaksanaan produksi sabun MJP produsen melakukan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam yang sebaiknya. Selain daripada itu tentu tidak memberi keuntungan antara kedua pihak jika usaha MJP menambahkan air dalam proses pembuatan sabun karena dalam prinsip etika bisnis islam yang seharusnya dilakukan dalam pemasaran yaitu harus saling menguntungkan kedua belah pihak. Dan juga usaha sabun MJP tidak melakukan tanggung jawab dalam mengambil keputusan tidak bertindak terhadap keselarasan dengan konsumen.
2. Dalam etika bisnis islam sistem produksi dan pemasaran harus sesuai dengan ajaran islam sesuai dengan prinsip yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu, dalam *Etika Bisnis Islam* harus mempunyai beberapa prinsip yang harus dilakukan, otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan. Integritas moral juga diperlukan dalam prinsip Islam

yaitu dalam melaksanakan suatu sistem produksi dan pemasaran pelaku harus mampu mengambil keputusan atau tanggung jawab, pelaku juga harus mempunyai kejujuran, keadilan, juga bisa menguntungkan antar pihak yang bersangkutan dan juga bisa menjaga nama baik guna mempertahankan usaha agar tetap baik dipandangan orang lain, sehingga dapat memberikan keuntungan baik di dunia dan akhirat.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pelaksanaan penimbangan buah dalam jual beli kelapa sawit di Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara penulis dapat memberikan saran agar dapat menjadi acuan dalam melakukan sistem produksi dan pemasaran sesuai perspektif etika bisnis Islam dengan cara sebagai berikut:

1. Kepada pihak konsumen seharusnya memperhatikan apakah produk tersebut layak dipasarkan dan melihat apakah sesuai dengan etika bisnis Islam atau sesuai dengan syariat Islam agar tidak merugikan diri sendiri dan juga mendapat manfaat dan Ridha Allah Swt.
2. Kepada karyawan seharusnya melaksanakan tugasnya dengan jujur dan benar dan juga adil serta bertanggungjawab.
3. Kepada pemilik usaha harus lebih memperhatikan kualitas dan kuantitas barang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.
4. Diadakan sosialisasi dari Tokoh Agama atau orang yang paham mengenai rukun dan syarat jual beli yang benar dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Al-Jaziri, *Fiqh Empat Madzhab*, Semarang: Asy Syifa'.
- Abdul Rahman Ghazaly Dkk, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Prenada Media, 2018.
- Abu Ishaq al- Syathibi Al- Muwafaqat *fi Ushul al-Syariah*, Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1975.
- Ali Imran Sinaga, *Fikih 1 Taharah Ibadah, Muamalah*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2001.
- Amad Wardi Mualich, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Asy-Syaikh Abu Abdurahman, *Tamamul Minnah Shahih Fiqh Sunnah 3*, Terj, Jakarta: Pustaka as-Sunnah, 2011.
- Baharuddin Abdullah, *Ekonomi Islam*, Jakarta : Rajawali Pers, 2003.
- Dalimunthe, Dermina, "Comparasi Pengalihan Harta Hibah Menjadi Harta Warisan Perspektif Kompilasi Hukum Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata", *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Volume 6 Nomor 1, 2020
- Departemen Pendidikan Nasional, hlm. 1468.
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Puataka Pelajat.
- Harahap, Ikhwanuddin, "Pendekatan Al-Maslahah Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial", *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Volume 3 Nomor 1, 2017

- Harahap, Nurhotia, "Jurnal Tindak Pidana Jual Beli Game Online Di Masa Pandemi", *Jurnal Al- Maqasid: Jurnal Ilmu Kesyarifan Dan Keperdataan*, Volume 6 Nomor 2, 2020
- Hasan Saleh, *Kajian Fiqh Nabawi dan Fiqh Kontemporer*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Mu'amalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- <https://duniasastra-indonesia.blogspot.com/2018/01/pengertian-timbangan-dan-jenisjenis>.
- Idris, Muhammad, Dan Desri Ari Enghariono, " Karakteristik Manusia Dalam Perspektif Al-Qur'an", *Al-Fawatih: Jurnal Kajian Al-Qur'an Dan Hadis*, Volume 1, Nomor 1, 2020
- Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Depok: PT Graja Grafindo Persada, 2016.
- Jurnal Unikom.ac.id* di akses tgl 01 Desember 2019
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Reseach Sosial*, Bandung: Mondar Maju, 1996.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an Terjemahan Indonesia*, Surabaya: Halim, 2014.
- M. Abdul Mujieb Mabruhi Tholha Syafi'yah, *Kamus Iatilah Fiqih*, Jakarta: PT. Puataka Firdaus, 1994.
- Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqh A-Ilmam Ja'far ash-Shadiq 'Ardh wa Istidlal juz 3 dan 4*, Jakarta: Penerbit Lentera, 2009.
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Nasution, Muhammad Arsad, "Perlindungan Pekerja Menurut Hukum Islam", *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Volume 5 Nomor 2, 2019
- P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

- R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Kencana, 1995.
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.
- Rahman, Syahrul, "*Mitoni: Antara Budaya Dan Agama (Studi Kasus Desa Air Panas Kec . Pendalian IV Koto)*", *AlFawatih: Jurnal Kajian Al-Qur'an Dan Hadis*, Volume 1 Nomor 2, 2020
- Repo. Iain-tulungagung.ac.id*. di akses tgl 01 Desember 2019
- Sainul, Ahmad, "Konsep Kedewasaan Subyek Hukum", *Jurnal El-Qanuniy: Jurnal Ilmu Kesyarifan Dan Pranata Sosial*, Volume 5 Nomor 2, 2019
- Siregar, Syapar Alim, "Keringanan Dalam Hukum Islam", *Jurnal El-Qanuny, Jurnal Ilmu Kesyarifan Dan Pranata Sosial*, Volume 5 Nomor 2, 2019
- Siregar, Sawaluddin, "*Wasilah Ibadah Agung Yang Banyak Terselewengkan*", *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Volume 3 Nomor 1, 2017
- Siregar, Syapar Allim, "*Nask Mansukh*", *Jurna Al-Maqasid: Jurnal Ilmu Kesyarifan DanKeperdataan*, Volume 6 Nomor 1, 2020
- Sugino, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.
- Syekh Abdurrahman as-sa'di ct al. *Fiqh Jual Beli: Panduan Praktis Bianis Syariah*, Jakarta: Senayan Publishimg, 2008.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Muhammad Isa Siregar
Nim : 17 102 00019
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, tanggal lahir : Sosopan, 16 Januari 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak ke : 3 dari 5 bersaudara
Alamat Lengkap : Desa Sosopan, Kec. Padang Bolak,
Kab.PALUTA
Motto : *Semua bisa jika kamu mau*
Telepon/No. Hp : 0852-6280-1380
Email : muhammadisasiregar8@gmail.com

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Hakim Siregar
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Mawar Murni Harahap
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005-2011 : SDN 101260 Gunung Tua
Tahun 2011-2014 : MTsN Padang Bolak
Tahun 2014-2017 : SMA N 1 Padang Bolak
Tahun 2017-2021 : Program Sarjana (S-1) Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-229 /In.14/D.1/TL.00/03/2021

5 Maret 2021

Sifat : -

Lampiran : -

Hal : **Mohon Bantuan Informasi
Penyelesaian Skripsi.**

Yth, Pimpinan MJP Desa Sosopan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Isa Siregar
NIM : 1710200019
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah
No Telp : 085262801380

adalah benar mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul "Sistem Produksi dan Pemasaran Sabun Cair MJP Desa Sosopan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"..

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak untuk memberikan data dan informasi sesuai dengan maksud judul skripsi di atas, menurut ketentuan yang berlaku.

Demikian kami sampaikan, atas bantuan Bapak kami ucapkan terimakasih



an Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag.
NIP 197501032002121001



MJP DESA SOSOPAN
KECAMATAN PADANG BOLAK
PINPINAN MJP SOSOPAN
Alamat : Jln. Irigasi Batang Ilung Desa Sosopan

KodePos : 22753

Nomor : 015/SSP/B/III/2021
Sifat : Biasa
Lampiran :-

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidempuan
Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum IAIN padangsidempuan nomor 229/In.14/D.1/TL.00/03/2021 tanggal 5 Maret 2021 tentang mohon bantuan informasi penyelesaian skripsi Dengan Judul: "Sistem produksi dan pemasaran sabun mjp desa sosopan dalam perspektif etika bisnis islam" Atas Nama:

Nama : Muhammad Isa Siregar
Nim : 1710200019
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
Alamat : Desa Sosopan Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara

Bahwa nama tersebut di atas benar telah melakukan penelitian di Desa sosopan kecamatan padang bolak kabupaten Padang lawas utara, Demikian keterangan ini diperbuat pada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

PINPINAN MJP SOSOPAN


SYAIPUDDIN ZUHDI HRP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
 FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
 Jalan T. Rizal Nurdin Km, 4.5 Sihitang 22733
 Telepon (0634) 22080, Faximile (0634) 24022

Website: <http://fasih.iain-padangsidempuan.ac.id> e-mail: fasih@iain-padangsidempuan.ac.id

nomor : B-067/In. /D.1/PP.009 /11 /2020
 tanggal : -
 di : Padangsidempuan, 10 November 2020

hal : Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi
 Bapak/Ibu :

1. Dr. H. Syafrî Gunawan, M. Ag
2. Dermina Dalimunthe, S.H., M.H

Assalamu'alaikumWr.Wb

Yang hormat, disampaikan kepada Bapak bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkaji Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi Mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Muhammad Isa Siregar

NIM : 1710200019

Tahun/T.A : VII (Tujuh) 2020

Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/HES

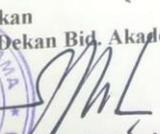
Judul Skripsi : **Sistem Produksi dan Pemasaran Sabun MJP Desa Sosopan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan skripsi mahasiswa dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikumWr.Wb.

An, Dekan
 Wakil Dekan Bid. Akademik

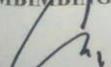

Dr. Ikhsanuddin Harahap, M. Ag
 NIP. 19750103 200212 1 001

Ketua Program Studi


Hasiat, M. Ag
 NIP. 19780323 200801 2 016

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
 SEBAGAI PEMBIMBING I


Dr. H. Syafrî Gunawan, M. Ag
 NIP. 19591109 198703 1 003

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
 SEBAGAI PEMBIMBING II

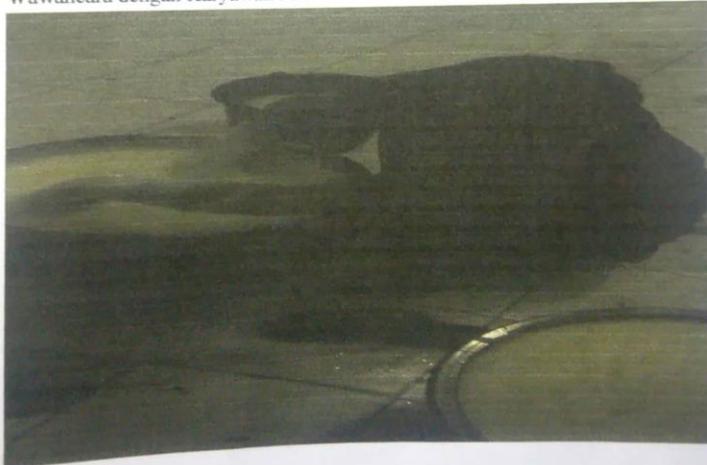

Dermina Dalimunthe, S.H., M.H
 NIP. 19700528 200003 2 005

DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan perangkat Desa Sosopan



2. Wawancara dengan Karyawan MJP





3. Wawancara dengan Distributor



4. Wawancara dengan Pimpinan MJP

