

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Memproduksi tentunya memperhatikan pengelolaan dan pemasaran suatu usaha. Produksi merupakan penggerak roda perekonomian guna meningkatkan taraf hidup manusia. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya produksi, khususnya produksi makanan baik di kota maupun di desa karena pangan merupakan kebutuhan pokok manusia. Berbagai produk ditawarkan mulai dari produk pangan dalam bentuk bahan maupun produk jadi yang telah siap untuk dikonsumsi. Berbagai produk ditawarkan dengan harga relatif murah dan terjangkau. Dalam memproduksi suatu barang tidak terlepas dari produsen dan konsumen. Lebih pentingnya lagi produsen sebagai pembuat produk. Namun usaha produksi kerupuk yang ada di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri sudah memberikan dampak positif bagi masyarakat yang ada di Desa Poh Jajar, yaitu meningkatnya perekonomian keluarga, dan mengalami kemajuan dalam pemasaran. Karena hasil produksinya telah sampai berbagai daerah.

Dari pengamatan sementara peneliti, aktivitas yang diterapkan oleh produsen tepung tapioka di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri diketahui bahwa ada beberapa permasalahan kompleks yang terjadi pada perilaku produsen tepung tapioka di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, di antaranya adanya produsen yang tidak mencantumkan

tanggal kadaluarsa pada label produknya. Selain itu, ada pula produsen yang menggunakan satu nomor PIRT untuk beberapa jenis produk.¹

Dalam satu industri rumah tangga, tak jarang ditemui produsen yang memproduksi beberapa jenis produk, di antaranya adalah roti jahe, roti semprong, kembang goyang serta aneka olahan dari singkong, umbi-umbian dan pisang. Dengan variasi makanan ringan yang diproduksi, serta kemasan yang menarik konsumen, penjualan produk produksi industri rumah tangga di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri memiliki pangsa pasar yang luas.²

Di Pabrik Krupuk Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dalam pelabelan produk yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa, serta menggunakan satu nomor PIRT pada beberapa jenis produk. Pabrik Krupuk di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dipilih sebagai lokasi penelitian, karena di Desa Poh Jajar terdapat banyak industri rumah tangga. Selain itu pada industri rumah tangga di Desa Poh Jajar terdapat praktik produsen yang tidak sesuai aturan, sehingga dapat menjawab masalah pokok dalam penelitian ini.

Dalam memproduksi suatu komoditas, tanggung jawab produsen di antaranya yaitu menyediakan produk yang aman bagi konsumen, serta menjamin adanya kualitas pada produk-produknya. Kualitas produk sebagai jaminan bahwa produk suatu komoditas sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh produsen, baik melalui informasi maupun iklan, termasuk ke dalam

¹ Observasi, 3 Januari 2019, pukul 09.00 WIB.

² Observasi, 3 Januari 2019, pukul 09.30 WIB.

jaminan kualitas adalah pengemasan dan pemberian label pada kemasan yang sesuai dengan kenyataan produk tersebut.³

Bagi produsen dengan modal yang kecil, terutama industri rumah tangga, makanan dan minuman merupakan produk unggulan karena merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Dari sisi bisnis kedua usaha ini akan terus berlangsung sepanjang manusia itu masih hidup, namun yang terpenting dalam menjadikan makanan dan minuman sebagai lahan bisnis, jangan sampai tercampur unsur yang merugikan orang lain (beracun atau kadaluarsa), serta unsur haram.⁴

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, dijelaskan bahwa setiap orang yang memproduksi pangan untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam atau pada kemasan pangan. Pencantuman label tersebut ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai: nama produk; daftar bahan yang digunakan; berat bersih atau isi bersih; nama dan alamat pihak yang memproduksi; halal bagi yang dipersyaratkan; tanggal dan kode produksi; tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa; nomor izin edar bagi pangan olahan; dan asal usul bahan pangan tertentu.⁵

Izin edar bagi pangan olahan merupakan jaminan yang diberikan lembaga terkait terhadap pangan yang telah memenuhi persyaratan. Bagi pelaku Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP) izin yang diberikan berupa

³ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan*, 265-271.

⁴ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 201.

⁵ Pasal 97, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

Sertifikat Produksi, yang di dalamnya tercantum Nomor P-IRT yang wajib dicantumkan pada label pangan IRT yang telah memenuhi persyaratan pemberian SPP-IRT. Dalam pemberiannya, Nomor P-IRT diberikan untuk 1 (satu) jenis pangan IRT.⁶

Dalam konteks perusahaan, bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan. Karena itu bisnis seringkali hanya didasarkan pada keuntungan. Akibat dari kesadaran demikian, maka upaya-upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, namun bila menguntungkan bagi pelaku bisnis, maka dianggap sebagai pilihan bisnis. Adapun bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan termasuk profitnya, namun dibatasi dalam memperolehnya dan penggunaan harta, karena adanya ketentuan halal dan haram.⁷

Dalam Islam, kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan barang dagangannya menempati kajian yang sangat signifikan. Islam tidak mengenal sebuah istilah kapitalisme klasik yang berbunyi *ceveat emptor* (pembelilah yang harus berhati-hati), tidak pula *ceveat venditor* (pelaku usahalah yang harus berhati-hati), tetapi dalam Islam yang

⁶ Peraturan Kepala BPOM RI Nomor HK.03.1.23.04.12.2205 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga.

⁷ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2014), 57.

berlaku adalah prinsip keseimbangan, di mana pembeli dan penjual harus berhati-hati.⁸

Pelaku usaha dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku usaha atau pihak perusahaan harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.⁹

Etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, keduanya saling berhubungan erat.¹⁰ Pada aspek agama, etika bisnis mengatur hubungan Sang Khalik dengan hambaNya, yaitu sebuah bentuk kepatuhan manusia terhadap Sang Khalik untuk mencapai rida-Nya.¹¹ Etika dijadikan pedoman dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, maka etika bisnis menurut ajaran Islam juga dapat digali langsung dari Al-Qur'an dan Hadits Nabi.¹²

Prinsip dalam ilmu ekonomi Islam yang perlu diterapkan dalam bisnis Islam adalah tauhid, keseimbangan atau kesejajaran, kehendak bebas dan tanggung jawab, serta ihsan. Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan akan keesaan Allah. Keseimbangan atau kesejajaran merupakan konsep yang

⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2011), 204.

⁹ Rivai dan Andi, *Islamic Economics*, 237.

¹⁰ Suhendi dan Indra Sasangka, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 24.

¹¹ M. Azrul Tanjung, *Meraih Surga Dengan Berbisnis* (Jakarta: Gema Insani, 2013), 96.

¹² Rivai dan Andi, *Islamic Economics*, 237.

menunjukkan adanya keadilan sosial. Kehendak bebas manusia berarti suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetapi kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia haruslah sejalan dengan prinsip dasar diciptakannya manusia, yaitu sebagai khalifah di bumi.

Tanggung jawab terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktivitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia tidak hidup sendiri, dia tidak lepas dari hukum yang dibuat manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya di akhirat, tetapi tanggung jawab kepada manusia didapat di dunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum nonformal.¹³

Demikian pula dengan konsumen, Islam menuntut umatnya untuk berhati-hati dalam mengonsumsi suatu makanan. Hal itu tercermin dalam surat Abasa ayat 24, yaitu:¹⁴



Artinya: “Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya”. (QS.

Abasa: 24).¹⁵

Meskipun ayat ini bersifat umum, namun secara khusus dapat dipahami bahwa terdapat terdapat anjuran untuk memperhatikan dan memilih secara cermat jenis makanan yang akan dikonsumsi.¹⁶

¹³ Rivai dan Antoni, *Islamic Economics*, 229.

¹⁴ Al-Qur’an, 80: 24.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya* (Semarang: CV. Toha Putra Semarang, 2015), 1025.

¹⁶ Mulizar, “Pengaruh Makanan dalam Kehidupan Manusia (Studi Terhadap Tafsir al-Azhar)” *Jurnal At-Tibyan* Vol. I No.1 Januari–Juni 2016, 129.

Etika bisnis di atas sangat berbeda dengan aktivitas yang diterapkan pada industri di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri. Dari pengamatan sementara peneliti, diketahui bahwa ada beberapa permasalahan kompleks yang terjadi pada Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, di antaranya adanya produsen yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa pada label produknya. Selain itu, ada pula produsen yang menggunakan satu nomor PIRT untuk beberapa jenis produk.¹⁷

Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri sendiri, terdapat beberapa industri rumah tangga yang memproduksi makanan ringan. Sumber daya alam yang melimpah dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk dijadikan variasi olahan makanan ringan, yang memiliki nilai jual tinggi.

Dalam satu industri rumah tangga, tak jarang ditemui produsen yang memproduksi beberapa jenis produk, di antaranya adalah roti jahe, roti semprong, kembang goyang serta aneka olahan dari singkong, umbi-umbian dan pisang. Dengan variasi makanan ringan yang diproduksi, serta kemasan yang menarik konsumen, penjualan produk produksi industri rumah tangga di Desa Poh Jajar memiliki pangsa pasar yang luas.¹⁸

Dari beberapa uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penerapan etika bisnis Islam oleh produsen di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dalam pelabelan produk yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa, serta menggunakan satu nomor PIRT pada beberapa jenis produk. Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri

¹⁷ Observasi, 3 Januari 2019, pukul 09.00 WIB.

¹⁸ Observasi, 3 Januari 2019, pukul 09.30 WIB.

dipilih sebagai lokasi penelitian, karena di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri terdapat banyak industri rumah tangga. Selain itu pada industri rumah tangga di Desa Poh Jajar terdapat praktik produsen yang tidak sesuai aturan, sehingga dapat menjawab masalah pokok dalam penelitian ini.

Dari konteks penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang etika bisnis Islam dengan judul: “PERILAKU PRODUSEN TEPUNG TAPIOKA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)”.

B. Fokus Penelitian

Berangkat dari latar belakang masalah, maka ada sejumlah pertanyaan penelitian penting yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku produsen tepung tapioka di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang menggunakan satu nomor P-IRT untuk beberapa jenis produk dan cara menerapkan faktor-faktor produksi yang meliputi tanah, modal, tenaga kerja dan organisasi?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku produsen tepung tapioka di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa pada label produknya?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perilaku produsen tepung tapioka di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang menggunakan satu nomor P-IRT untuk beberapa jenis produk dan cara menerapkan faktor-faktor produksi yang meliputi tanah, modal, tenaga kerja dan organisasi.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku produsen tepung tapioka di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa pada label produknya.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam, serta menjadi rujukan penelitian tentang etika bisnis Islam.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan bisnis lebih, khususnya lagi dalam meningkatkan kualitas pembelajaran melalui perilaku produsen dalam suatu bisnis.
2. Secara praktis
 - a. Bagi Perpustakaan IAIN Kediri, hasil penelitian ini bagi perpustakaan IAIN Kediri untuk menambah literatur di bidang ekonomi dan bisnis terutama yang bersangkutan dengan perilaku produsen.

- b. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam rangka meningkatkan dan juga mengembangkan produk dan juga kualitas produknya agar masyarakat lebih percaya menggunakan produknya tersebut.
- c. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi masyarakat agar dapat mendapatkan hasil produksi yang berkualitas.
- d. Bagi Peneliti berikutnya, hasil penelitian ini diharapkan agar peneliti lain bisa mengkaji lebih dalam ataupun membuat studi perbandingan mengenai permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan perilaku produsen.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Selama peneliti melakukan penelusuran terhadap beberapa skripsi dan karya ilmiah lainnya yang ada, peneliti belum mendapatkan karya yang mirip dengan penelitian yang akan penyusun teliti. Namun ada beberapa karya yang cukup berkaitan yang membahas mengenai perilaku produsen ditinjau dari etika bisnis, yaitu:

1. Skripsi Nining Isnayni, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo”. Skripsi ini menyoroti masalah kemungkinan terjadinya praktek persaingan antar produsen tahu di daerah sentra industri tahu yang ada di Kabupaten Sukoharjo. Sedangkan persaingan bisnis yang diperbolehkan dalam Islam hanyalah persaingan

yang sehat. Skripsi ini menggunakan pendekatan teoritik Etika Bisnis, dan pendekatan metodologi kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa persaingan yang terjadi di Desa Karanganyar adalah meliputi persaingan produksi, persaingan produk, persaingan harga, dan persaingan pemasaran. Kemudian persaingan antar produsen tahu yang terjadi di Desa Karanganyar sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis, terbukti dengan praktek-praktek persaingan yang terjadi tidak menyimpang dari ajaran Islam, namun masih ada beberapa aktivitas-aktivitas dari produsen yang menyimpang dari ajaran Islam.¹⁹

2. Skripsi Zabirotun Muniroh, UIN Walisongo Semarang yang berjudul “Analisis Perilaku Produsen Muslim pada Bisnis Aneka Keripik dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UMKM Mekar Abadi Klambu, Grobogan)”. Skripsi ini berangkat dari masalah munculnya industri-industri kecil di Grobogan yang memproduksi aneka keripik. Dengan banyaknya industri kecil yang muncul, maka perilaku produsen disini mulai dipertanyakan. Dalam Islam tentu telah diatur tentang perilaku yang seharusnya diterapkan oleh para produsen. Skripsi ini menggunakan pendekatan teoritik Ekonomi Islam, dan pendekatan metodologi kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Kesimpulan skripsi ini adalah perilaku produsen Muslim pada produksi aneka keripik UMKM Mekar Abadi ada

¹⁹ Nining Isnayni, “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo” (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

yang sesuai dan ada pula yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam. Perilaku yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam yaitu kurang menjaga kebersihan peralatan dan lingkungan, kurangnya menjaga keramahan dalam lingkungan serta UMKM Mekar Abadi tidak menepati janji, dalam hal pelaksanaan jam kerja. Sedangkan perilaku yang sesuai dengan ekonomi Islam adalah produsen proaktif, kreatif dan inovatif, terbukti bahwa produsen tidak mencampur bahan-bahan yang berbahaya dalam produknya. Orientasi produk kemaslahatan diterapkan dengan baik karena tidak mencampurkan bahan berbahaya.²⁰

3. Skripsi Rohmatul Mega, STAIN Ponorogo yang berjudul Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Mobile Marketing pada “Kyla OL Shop” di Ponorogo. Skripsi ini mengangkat masalah tentang pemanfaatan mobile marketing yang dilakukan oleh Kyla OL Shop di Ponorogo sebagai media pemasarannya. Fungsi pemasaran dalam etika bisnis terbagi menjadietika pemasaran dalam konteks produk, harga, distribusi dan produksi. Selain itu, pelaku bisnis harus memiliki etika dalam menjalankan fungsi pemasarannya. Skripsi ini menggunakan pendekatan teoritik Etika Bisnis, dan pendekatan metodologi kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Kesimpulan dari skripsi ini adalah dalam menjalankan pemasarannya dengan mobile marketing Kyla OL Shop sudah sesuai dengan etika pemasaran baik dalam konteks produk, harga, distribusi, maupun promosi.

²⁰ Zabirotun Muniroh, “Analisis Perilaku Produsen Muslim pada Bisnis Aneka Keripik dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UMKM Mekar Abadi Klambu, Grobogan) (Skripsi: UIN Walisongo Semarang 2016).

Serta Kyla OL Shop sebagai pelaku bisnis sudah memiliki etika (akhlak) dalam menjalankan fungsi pemasaran, tetapi ada etika yang kurang etis yaitu tidak memberikan hak khiyar kepada pembeli.²¹

4. Penelitian Agam Santa Atmaja yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)” menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika bisnis relevan diterapkan pada setiap pedagang khususnya para pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang saja, akan tetapi berdampak pula pada para konsumen, supplier, dan produsen. Selain itu, Adanya dampak langsung penerapan etika berdagang dalam perspektif ekonomi Islam di pasar pagi Kaliwungu secara nyata terlihat dari para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.²²

Dari pemaparan telaah pustaka di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Namun, belum pernah ditemukan penelitian tentang perilaku produsen tepung tapioka ditinjau dari etika bisnis di Desa Poh Jajar Kecamatan Papar Kabupaten Kediri.

²¹ Rohmatul Mega, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Mobile Marketing pada “Kyla OL Shop” di Ponorogo (Skripsi: STAIN Ponorogo 2015).

²² Agam Santa Atmaja, “Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)” (Skripsi: IAIN Walisongo Semarang, 2014).