

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK KERAJINAN KULIT
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

(Studi Pada : Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul)



NASKAH PUBLIKASI

Disusun Guna Memenuhi Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam
di Program Studi Ekonomi Syari'ah Universitas Alma Ata Yogyakarta

Disusun Oleh:

DENI DWI KURNIASARI

NIM: 142200068

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN
NASKAH PUBLIKASI
ANALISIS PEMASARAN PRODUK KERAJINAN KULIT DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

(Studi Pada : Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul)

Disusun oleh:

DENI DWI KURNIASARI
NIM: 142200068

Telah diseminarkan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
pada tanggal 10 Februari 2018

Pembimbing,



(Abdul Salam, S.H.I.,MA)

Tanggal: 08 Maret 2018

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Alma Ata Yogyakarta



(Abdul Salam, S.H.I.,MA)

PERNYATAAN

Dengan ini kami selaku Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Alma Ata Yogyakarta:

Nama : Deni Dwi Kurniasari

NIM : 142200068

Judul : Analisis Pemasaran Produk Kerajinan Kulit Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul)

Menyatakan setuju/tidak setuju naskah ringkasan yang disusun oleh mahasiswa yang bersangkutan dipublikasikan dengan/tanpa mencantumkan nama pembimbing sebagai *co-author*. Demikian pernyataan ini dibuat untuk dijadikan koreksi bersama.

Yogyakarta, 8 Maret 2018
Pembimbing


(Abdul Salam, S.H.I.,MA)

ABSTRAK

Deni Dwi Kurniasari 2018 “ Analisis Pemasaran Produk Kerajinan Kulit Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul Yogyakarta”. Skripsi. Yogyakarta : Fakultas Agama Islam Universitas Alma Ata Yogyakarta 2018.

Pembimbing : Abdul Salam, S.H.I, M.A

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemasaran produk kerajinan kulit dalam perspektif etika bisnis Islam di desa wisata sentra kerajinan kulit Manding Sabdodadi Bantul.

Subyek dari penelitian ini adalah *showroom* mikro, kecil dan menengah yang berada di kawasan desa wisata sentra kerajinan kulit Manding Sabdodadi Bantul. Batasan usaha mikro, kecil dan menengah menurut badan pusat statistik:

usaha mikro memiliki pekerja krang dari 5 orang, usaha kecil memiliki 5-19 pekerja dan Usaha Menengah memiliki 19-50 pekerja. Usaha mikro diwakili oleh *showroom* Roxy, usaha kecil diwakili oleh Dwi Jaya dan usaha menengah diwakili Dika Collection.

Hasil penelitian untuk pemasaran produk kerajinan kulit dalam perspektif etika bisnis Islam di desa wisata sentra kerajinan kulit Manding dapat disimpulkan pada *showroom* Dika Collection dan Dwi Jaya 89% sudah menerapkan pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam. Sedangkan pada *showroom* Roxy hanya menerapkan 56% pemasaran berdasar etika bisnis Islam.

Kata kunci : pemasaran, kerajinan kulit, etika bisnis Islam.

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Saat ini dunia bisnis tumbuh dan berkembang pesat. Ini terbukti dengan adanya berbagai macam jenis barang dan jasa yang ditawarkan ditengah-tengah masyarakat. Pengembangan industri kulit yang dimulai pada tahun 1970an telah membuktikan, bahwa industri kulit dan produk kulit di dalam negeri telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pertumbuhan di sektor hulu tepatnya di Pulau Jawa misalnya, dari 37 pabrik berskala besar dan menengah pada tahun 1975 menjadi 112 pabrik pada tahun 1995. (Kuncara, 2011:15)

Industri ini telah berkembang di daerah pedesaan pada beberapa provinsi di Indonesia salah satunya di Yogyakarta. Satu-satunya sentra industri kerajinan kulit di Yogyakarta terletak di Jl. Dr. Sudiro Husodo dusun Manding, desa Sabdodadi, Kabupaten Bantul.

Salah satu proses yang erat kaitannya dengan industri adalah pemasaran produk. Pemasaran secara luas bermakna tukar menukar antara individu maupun organisasi yang melibatkan sebagian besar aspek kehidupan dalam masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam

memasarkan produknya (Ema Madiyah, 2010: 2).

Agar kegiatan bisnis yang kita lakukan dapat berjalan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan, maka kita harus menjadikan bisnis yang kita lakukan terwarnai dengan nilai-nilai etik (Aris Badowi, 2011: 5). Etika seorang muslim dalam berbisnis sangat diperlukan sebagai investasi yang dapat menguntungkan dan menjamin kehidupannya di dunia dan akhirat.

Islam telah memberikan arahan yang sangat jelas untuk melaksanakan muamalah yang baik dalam berdagang. Allah SWT telah berfirman dalam AlQuran tentang berdagang agar tidak hanya mendapat untung dan tidak merugikan satu sama lain. Seperti yang tertera dalam surat Al-Baqarah Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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”. (Q.S Al-Baqarah 29)

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwa muslim diperbolehkan mencari nafkah dengan cara jual beli, akan tetapi harus dilakukan sesuai dengan hukum Islam, yaitu harus dengan saling rela, tidak boleh menipu, dan tidak

boleh ada salah satu pihak yang dirugikan.

Namun pada prakteknya fenomena yang terjadi saat ini, manusia semakin egois dan individualistis dalam segala hal. Selama berbisnis mereka hanya memikirkan cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar dan cara menghindar dari kerugian dengan tidak melihat apakah hal itu dapat merugikan orang lain.

Keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh pelaku bisnis dalam beretika. Karena dalam pemasaran produk tentu diperlukan pelaku-pelaku bisnis yang jujur, adil, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli yang saling membutuhkan (Hasan Aedi, 2011: 7). Sehubungan dengan hal ini menarik peneliti untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat judul “ **Analisis Pemasaran Produk Kerajinan Kulit Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**” (Studi Pada Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, dari beberapa fenomena yang terjadi dalam dunia bisnis yang hanya ingin mengambil keuntungan yang besar apakah pelaku bisnis yang berada di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul sudah menerapkan pemasaran sesuai etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis sehari-hari.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan :

1. Bagaimana pemasaran produk kerajinan kulit di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pemasaran produk kerajinan kulit di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul?

D. Tujuan Penelitian

Dari masalah yang telah dirumuskan seperti yang ingin peneliti capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemasaran produk kerajinan kulit di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap pemasaran produk kerajinan kulit di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu ekonomi Islam dalam pemasaran menurut etika bisnis Islam pada pelaku bisnis.
2. Bagi pemerintah Dusun Manding, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk mendukung penjualan yang berdasarkan etika bisnis Islam.
3. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pustaka sebagai pengetahuan khususnya dalam hal implementasi etika bisnis Islam pada pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya, serta dapat digunakan sebagai

pertimbangan dan tambahan informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

4. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan dijadikan sebagai bahan agar lebih meningkatkan kinerja dengan tetap mempertimbangkan etika bisnis islam.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran

Secara umum, pemasaran cenderung didefinisikan sebagai proses distribusi barang atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan atau korporat kepada konsumen. Menurut H. Nystrom pemasaran merupakan kegiatan penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Pengertian pemasaran menurut Asosiasi Amerika Serikat (American Marketing Association) pemasaran adalah pelaksanaan kegiatan usaha perdagangan yang diarahkan pada aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Beberapa ahli mengemukakan pendapatnya mengenai definisi pemasaran antara lain:

a. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong dalam skripsi Erisa Yolanda Madina, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler dan Amstrong, 2007: 4).

b. Menurut Basu Swasta dan Irawan yang dikutip Erisa Yolanda Madina, pemasaran

adalah suatu sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan ditujukan untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli (Erisa Yolanda Madina, 2016: 22)

B. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk menurut Kotler dan Keller yang dikutip Mohamad Rizan dan Fajar Andika mendefinisikan produk sebagai apa saja yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan dalam memenuhi keinginan ataupun kebutuhan para pelanggan (Mohamad Rizan dan Fajar Andika, 2011: 136) Sedangkan menurut Harjanto Produk merupakan obyek yang berwujud (tangible), maupun yang tidak berwujud (intangible) yang dapat dibeli orang. (Deny dan Edwin, 2013 : 14)

C. Kerajinan Kulit

Menurut Haryono istilah kerajinan berasal dari kata "karya" (bahasa sansekerta) yang berarti mengerjakan. Kemudian dari akar kata tersebut menjadi kata karya yang dalam arti khusus adalah mengerjakan sesuatu untuk menghasilkan benda atau obyek. Sedangkan menurut wikipedia, kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Jadi kerajinan kulit adalah kerajinan yang menggunakan bahan baku kulit

yang sudah dimasak, kulit mentah atau sintes.

Kerajinan kulit merupakan seni membuat barang-barang kerajinan dari bahan kulit dengan berbagai teknik pengerjaannya yang dilakukan secara turun menurun. Istilah tradisional pada kerajinan kulit lebih berkaitan dengan proses pembuatan pembuatan proses benda-benda kerajinan, yang dilakukan secara turun menurun menggunakan peralatan kerja sederhana dan dilakukan dengan mengandalkan ketrampilan tangan. (Hanggita, 2015)

D. Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti kebiasaan (Indri, 2015:232).

Pengertian Etika Islam menurut Wikipedia Indonesia adalah adab dan Akhlak Islamiyah yaitu etika dan moral yang dianjurkan dalam ajaran Islam yang tercantum dalam Al-Qur'an dan Sunnah, dengan mengikuti contoh dari teladan Nabi Muhammad, yang akidah Islamiyah dinyatakan sebagai manusia paling sempurna akhlaknya. Akhlak memiliki makna yang sama dengan Adab, dan terbagi menjadi dua yaitu adab yang terpuji dan adab yang tercela. Akhlak secara bahasa maknanya adalah tabiat yaitu gambaran batin yang dijadikan tabiat bagi manusia. (Wikipedia, 2018:https://id.wikipedia.org/wiki/Etika_Islam)

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia

bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus patuh padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya.

Faisal Badron dkk, mendefinisikan etika bisnis Islam berarti mempelajari tentang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. (Faisal Badron dkk, 2012: 61).

Sedangkan menurut Prof. Dr. Amin Suma yang dimaksud dengan etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standar akhlak Islam.

E. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an telah memberikan petunjuk tentang hubungan antara pelaku bisnis. Terdapat beberapa hukum etika bisnis Islam yang tertuang dalam AlQur'an maupun Al-Hadist.

a. Al-Qur'an

Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Baqarah ayat 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۗ

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan

janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya.” (QS. Al-Baqarah ayat 282)

Ayat diatas menjelaskan bagaimana etika menjalankan bisnis dengan cara berhutang. Baik orang yang berhutang maupun pemberi hutang hendaknya menuliskan dengan benar agar tidak terjadi kesalahan baik jumlah hutang kecil maupun hutang besar dan tempo pembayaran agar tidak terjadi perselisihan di kemudian hari.

b. Hadits

Kejujuran merupakan hal yang penting bagi seorang pembisnis. Dalam Islam sangat diajarkan untuk menjunjung tinggi kejujuran. Rasulullah SAW bersabda : “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya”. Hadits ini menunjukkan bahwa hendaklah setiap pedagang untuk berkata jujur mendiskripsikan barang yang ia jual. Jika barang yang ia jual cacat maka katakanlah kepada pembeli.

Abdul Aziz dalam tesis Zahrotul Wakhidah mengungkapkan bahwa Rasulullah SAW juga melarang para pedagang untuk melakukan sumpah palsu demi meyakinkan pembelinya dalam transaksi bisnis. Dalam hadits riwayat Abu Zar Rasulullah SAW mengancam dengan azab yang sangat pedig bagi orang yang melakukan sumpah palsu dalam transaksi bisnisnya, dan Allah tidak akan

memperdulikannya nanti di hari akhir (HR. Muslim).

Dalam HR. Bukhari “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”. (HR. Bukhari).

F. Indikator Pemasaran dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Kartajaya dan Sula dalam jurnal Arie Rahmat Sujono menyebutkan di dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran ada sembilan etika (*akhlak*) pemasar (Arie, 2011 : 9) yaitu :

1. Memiliki Kepribadian Spiritual (Takwa).
2. Berlaku benar dan simpatik (Shidiq).
3. Berlaku Adil dalam Bisnis
4. Bersikap Melayani dan Rendah hati (Khidmah).
5. Menepati janji dan tidak curang
6. Jujur dan terpercaya.
7. Tidak berburuk sangka (Su’udz zhan) dan tidak menjelek-jelekan barang dangan milik orang lain.
8. *Ghibah*
9. Tidak melakukan suap menyuap (riswah).

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu: cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara-cara

masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dengan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu kumpulan data yang diperoleh melalui pengukuran langsung di lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. (Sugiyono, 2012: 14)

B. Subyek Penelitian

Yang dimaksud subyek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran. (Sugiyono, 2012: 32) Subyek dari penelitian ini adalah showroom mikro, kecil dan menengah yang berada di kawasan desa wisata sentra kerajinan kulit Manding Sabdodadi Bantul. Batasan usaha mikro, kecil dan menengah menurut Badan Pusat Statistik adalah:

1. Usaha mikro. Usaha yang memiliki pekerja kurang dari 5 orang, termasuk tambahan anggota keluarga yang tidak dibayar.
2. Usaha kecil. Usaha yang memiliki pekerja 5 sampai 19 orang.
3. Usaha Menengah. Usaha yang memiliki pekerja 19 sampai 99 orang.

(Muchlisin Riadi, 2013 :
<http://www.kajianpustaka.com/>

[2013/01/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html](http://www.kajianpustaka.com/2013/01/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html))

Dalam penelitian

Dan mengingat banyaknya informan dengan waktu penelitian yang begitu singkat dan terbatasnya pembiayaan, serta tenaga yang ada, maka dalam penelitian ini peneliti tidak mungkin untuk meneliti seluruh informan, agar peneliti tetap sesuai dengan tujuannya, maka peneliti perlu mengambil sebagian dari informan yang ada dengan maksud untuk memperkecil subyek yang diteliti. (Suharsimi Atikunto, 2013: 109)

Showroom berskala mikro diwakili oleh *showroom* Roxy, *showroom* berskala kecil diwakili oleh *showroom* Dwi Jaya dan *showroom* berskala menengah diwakili oleh *showroom* Dika Collection.

Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik *showroom* dan karyawan yang berada dibagian pelayanan, sedangkan informan pelengkap untuk keperluan informasi yaitu sebanyak 6 orang, 5 orang konsumen dari *showroom* Dika Collection, Dwi jaya dan Roxy dan 1 tokoh masyarakat yaitu ketua sekertariat desa wisata sentra kerajinan kulit Manding Sabdodadi Bantul.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di *showroom* Dika Collection, Dwi Jaya dan Roxy yang berada di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember – Januari 2018.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan beberapa

metode guna menunjang penelitian ini :

1. Observasi

Metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan sesuatu objek dengan sistematika fenomena yang diselidiki. (Sarifudin, 2010: 36) Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan. Wawancara dilakukan dengan cara kontak langsung (*face to face relationship*). (Hadari, 2012: 111)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan penting yang sangat erat hubungannya dengan objek penelitian. Teknik ini digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara yang mendalam.

E. Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan cara menganalisa atau memeriksa data, mengorganisasikan data, memilih dan memilahnya menjadi sesuatu yang dapat diolah, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting berdasarkan kebutuhan dalam penelitian dan memuuskan apa yang dapat dipublikasikan. Langkah analisis data aka melalui beberapa tahap yaitu : pengumpulan data, mengelompokkannya, memilih

dan memilah data, lalu kemudian menganalisisnya. (Sugiyono, 2012: 245)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data kualitaif yaitu:

1. Reduksi Data

Pada tahap ini peneliti mereduksi segala informasi dengan melakukan proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis lapangan.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan hasil reduksi data yang disajikan dalam laporan secara sistematis yang mudah dibaca atau dipahami baik sebagai suatu kesatuan. Setelah data yang diperoleh peneliti direduksi maka langkah selanjutnya adalah display data. Dalam penelitian kualitatis, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchard*, dan sejenisnya. (Sugiyono, 2013: 339)

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan peneliti harus memaknai data yang terkumpul kemudian dibuat dalam bentuk penyajian pernyataan singkat dan mudah dipahami dengan mengacu pada masalah yang diteliti. Selanjutnya membandingkan dan menghubungkan data dengan yang lainnya, sehingga mudah dalam menarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan. (Sugiyono, 2013: 231)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding

1. Sejarah Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding

Adalah Bapak Prapto Sudarmo bertekad untuk meningkatkan taraf hidup di desanya dan bercita-cita untuk bisa menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi para pemuda sebayanya.

Kemudian beliau bertekad bulat untuk menimba ilmu tepatnya belajar proses pembuatan kerajinan kulit di tempat saudaranya di daerah Rotowijayan (sebelah barat alun-Alun kota Yogyakarta), bertahun-tahun beliau belajar dengan tekun dan serius. Setelah dirasa cukup pengetahuannya, akhirnya beliau memutuskan pulang ke desanya untuk mengembangkan dan mengamalkan pengetahuannya. Dengan berbekal pengetahuan yang dimiliki pada tahun 1953, Bapak Prapto Sudarmo memulai usaha di kampung halamannya yaitu di desa Manding, Sabdodadi, Bantul. Dengan hanya dibantu beberapa orang karyawan untuk memproduksi kerajinan kulit berupa sepatu, tas, ikat pinggang hingga akhirnya berkembang pesat.

2. Letak Geografis

Secara geografis Dusun Manding merupakan bagian dari wilayah Desa Sabdodadi, Kecamatan Bantul, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Luas wilayah Desa Sabdodadi kurang lebih 232,50 Ha. Desa Sabdodadi memiliki lima pedukuhan yaitu Kadibeso, Keyongan, Manding, Dukuh dan Neco. Dusun Manding terletak di jalan Dr. Wahidin Sudiro Husodo

sebelah barat jalan parangtritis km 11,5 atau dari arah Gabusan ke selatan sekitar 2 km.

3. Kondisi Demografi Dusun Manding

a. Demografi Penduduk di Dusun Manding

Secara demografi jumlah penduduk di Dusun Manding yaitu 1821 jiwa dengan jumlah kepala rumah tangga 631 KK.

b. Komposisi Penduduk Dusun Manding seluruhnya 1.821 jiwa terdiri dari 902 jiwa penduduk laki-laki dan 919 jiwa penduduk perempuan.

c. Komposisi penduduk Dusun Manding menurut mata pencaharian dapat dilihat pada tabel 1.1

No	Mata Pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	70	7,39 %
2	Buruh Pabrik	130	13,71 %
3	Buruh Bangunan	127	13,40 %
4	Pedagang	386	40,73 %
5	Transportasi	12	1,26 %
6	Jasa	185	19,52 %
7	Lainya	38	4,0 %
	Total	948	100 %

Sumber : data monografi Dusun Manding tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk Dusun Manding bermata pencaharian sebagai pedagang yaitu sebanyak 286

jiwa (40,72%). Sebagian besar pedagang menjual barang-barang kerajinan kulit seperti : sepatu, tas, jaket, topi, ikat pinggang, dan souvenir-souvenir kulit. Sedangkan penduduk yang berprofesi dibidang transportasi paling rendah yaitu 12 jiwa (1,26%). Hal ini disebabkan karena Dusun Manding merupakan pusat industri kerajinan kulit, sehingga sebagian besar warganya bekerja sebagai buruh industri atau pengrajin dan juga pedagang produk kerajinan kulit. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk Dusun Manding bermata pencaharian sebagai pedagang atau pengusaha kerajinan kulit.

4. Visi dan Misi

Visi didirikannya desa wisata sentra kerajinan kulit Manding adalah "terwujudnya Manding sebagai Desa yang mandiri berbasis kerajinan untuk mencapai masyarakat yang sehat, cerdas dan lebih sejahtera.

Misi

1. Meningkatkan pembangunan infrastruktur yang mendukung perekonomian desa, seperti jalan, jembatan serta infrastruktur strategis lainnya.
2. Meningkatkan pembangunan di bidang kesehatan untuk mendorong derajat kesehatan masyarakat agar dapat bekerja lebih optimal dan memiliki harapan hidup yang lebih panjang.
3. Meningkatkan pembangunan di bidang pendidikan untuk mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia agar memiliki kecerdasan dan daya saing yang lebih baik. dan daya saing

4. Meningkatkan pembangunan ekonomi dengan mendorong semakin tumbuh dan berkembangnya pembangunan di bidang kerajinan kulit industri, perdagangan dan pariwisata. it industri, perdagangan dan pariwisata.

5. Menciptakan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance) berdasarkan demokratisasi, transparansi, penegakan hukum, berkeadilan, kesetaraan gender dan mengutamakan pelayanan kepada masyarakat.

B. Hasil dan Pembahasan

1. Pemasaran Produk Kerajinan Kulit di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul

Pemasaran Produk Kerajinan Kulit Pada Showroom Menengah, Kecil dan Mikro di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul

a. Pemasaran produk kerajinan kulit pada *showroom* Menengah (Dika Collection)

Untuk sampai ketangan konsumen terlebih dahulu produk kerajinan kulit yang di jual di showroom Dika Colection melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Pembuatan produk.

Tahapan Pembuatan produk kerajinan kulit harus melalui proses yang panjang mulai dari menentukan produk apa yang akan dibuat, penyiapan bahan baku, pengecatan awal, penjemuran, pengepresan/setrika, membuat pola dengan karton, mengunting bahan sesuai dengan pola, pengecatan tahap kedua, mengelem, menjahit, memasang aksesoris, pengecekan, dan kemudian finishing.

2. Pengemasan Produk

Produk kerajinan kulit yang sudah di cek dan melalui tahap finishing kemudian di packing.

3. Penentuan harga

Menentukan harga jual setelah mempertimbangan berbagai biaya yang diperlukan selama proses produksi, membayar tenaga, dan memperhitungkan resiko.

4. Display produk

Meletakkan produk kerajinan di etalase-etalase yang ada di showroom agar pembeli bisa melihat dan memilih produk kerajinan yang dijual oleh *showroom* Dika Collectin.

5. Pelayanan kepada konsumen.

Memberikan pelayanan kepada konsumen yang datang ke showroom untuk membeli produk kerajinan kulit.

Pemasaran produk yang ada di *showroom* Dika Collection sebagian besar hanya mengandalkan pembelian langsung di *showroom* dan pesanan yang berasal dari luar kota. Pemasaran luar kota bisa memesan barang via telephone atau *whats app* kemudian mengambil barang pesanan ke showroom langsung dengan menggunakan mobil box karena biasanya pemesanan dari luar kota memesan dalam jumlah yang banyak. Sedangkan untuk pesanan yang berjumlah sedikit dikirim lewat jasa pengiriman barang. Pemasaran ke luar negeri umumnya didasari oleh pemesanan dari pihak asing sendiri. Jumlah, mutu dan model sesuai dengan keinginan pemesan. Media untuk memasarkan produk kerajinan kulit Dika Collection adalah dengan kartu nama. Dika

Collection dahulu juga memasarkan produknya dengan bergabung dalam komunitas *E-shop*. *E-shop* Manding merupakan sebuah *website* yang anggotanya terdiri dari beberapa pemilik showroom kerajinan kulit yang berada di kawasan Manding. Akan tetapi sekarang website itu tidak digunakan karena dirasa kurang maksimal dalam memasarkan produknya. (Sudarmi, wawancara, Januari 19, 2018)

b. Pemasaran produk kerajinan kulit pada *showroom* Dwi Jaya

1. Pembuatan produk

Produk kerajinan kulit yang di jual di *showroom* Dwi Jaya melalui proses yang panjang mulai dari menentukan produk apa yang akan dibuat, penyiapan bahan baku, pengecatan awal, penjemuran, pengepresan/setrika, membuat pola dengan karton, mengunting bahan sesuai dengan pola, pengecatan tahap kedua, mengelem, menjahit, memasang aksesoris, pengecekan, dan kemudian *finishing*.

2. Pembelian produk kerajinan kulit dari salles.

Showroom Dwi Jaya tidak memproduksi sendiri semua hasil kerajinan yang di jual di *showroom*nya. Pembuatan produk yang dilakukan oleh *showroom* hanya berdasarkan pesanan yang masuk. Sebagian produk kerajinan kulit yang dibeli dari salles yang datang untuk menyetorkan barang seperti sandal, sepatu, ikat pinggang, dompet dan lain-lain.

3. Pengemasan Produk,

Produk kerajinan kulit yang sudah di cek dan melalui tahap finishing kemudian di *packing*.

4. Penentuan harga

Menentukan harga jual setelah mempertimbangan berbagai biaya yang diperlukan selama proses produksi ataupun biaya untuk pembelian produk kerajinan dari pengrajin yang lain, membayar tenaga, dan memperhitungkan resiko.

5. *Display* produk

Meletakkan produk kerajinan di etalase-etalase yang ada di showroom agar pembeli bisa melihat dan memilih produk kerajinan yang dijual oleh *showroom* Dwi Jaya.

6. Pelayanan kepada konsumen

Memberikan pelayanan kepada konsumen yang datang ke *showroom* untuk membeli produk kerajinan kulit.

Pemasaran produk yang ada di *showroom* Dwi Jaya adalah dengan menjual produk kerajinan kulit di *showroom*. Dwi Jaya juga melakukan pemasaran via media sosial yaitu instagram dan juga facebook. Alamat isntagram *showroom* Dwi Jaya @dwijaya_shop adalah dan facebook

<https://www.facebook.com/dwi.jaya> untuk pemesanan bisa dilakukan via *whats app*, *e-mail* dan telephone. Untuk pemesanan luar kota dan luar negeri bisa dilakukan via *whats app* dan telephone dengan menggunakan jasa pengiriman barang. (Sudibyo, Wawancara, Januari 19, 2018)

c. Pemasaran produk kerajinan kulit pada *showroom* Roxy

Tahapan pemasaran yang dilakukan oleh *showroom* Roxy adalah dengan :

1. Pembelian produk .

Showroom Roxy hanya menjual produk kerajinan dan tidak memproduksi sendiri hasil

kerajinan yang di jual di *showroom*nya. Untuk produk kerajinan kulit pemilik *showroom* memesan kepada mitra bisnisnya yang berada di Jawa Barat.

2. Pengemasan Produk

Produk kerajinan kulit yang sudah di cek dan melalui tahap finishing kemudian di packing.

3. Penentuan harga

Menentukan harga jual setelah mempertimbangan berbagai biaya yang diperlukan selama proses pembelian produk kerajinan dari Jawa Barat, membayar tenaga, dan memperhitungkan resiko.

4. *Display* produk

Meletakkan produk kerajinan di etalase-etalase yang ada di showroom agar pembeli bisa melihat dan memilih produk kerajinan yang dijual oleh *showroom* Roxy.

5. Pelayanan kepada konsumen.

Memberikan pelayanan kepada konsumen yang datang ke *showroom* untuk membeli produk kerajinan kulit.

Pemasaran yang dilakukan oleh *showroom* Roxy hanya terbatas dengan menjual barang yang ada di *showroom* saja. *Showroom* Roxy juga belum melakukan pemasaran dengan menggunakan media lain. Akan tetapi *showroom* Roxy percaya bahwa dengan menjaga kualitas barang yang dijual *showroom* Roxy mampu bersaing dengan *showroom- showroom* lain yang berada dikawasan ini. (Wendi, Wawancara, Januari 19, 2018)

2. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Produk Kerajinan Kulit di Desa Wisata Sentra Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Bantul

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil subyek 3 *showroom* dengan skala yang berbeda yaitu *showroom* berskala mikro, kecil dan menengah. Adapun pemasaran produk kerajinan kulit dalam perspektif etika bisnis Islam kepada 3 *showroom* diperoleh hasil,

a. *Showroom* berskala Menengah (Dika Collection)

1. Memiliki kepribadian spiritual

Dari hasil observasi di lapangan yang dilakukan kepada pemilik *showroom*, peneliti melihat bahwa pemilik *showroom* yaitu ibu Sudarmi melaksanakan kewajibannya sebagai seorang muslim dengan melaksanakan sholat tepat pada waktunya. Karyawan yang bekerja di *showroom* bergantian mengerjakan sholat sesaat setelah adzan berkumandang. Hal ini membuktikan bahwa pemilik maupun karyawan memiliki kepribadian spiritual.

2. Berperilaku benar dan simpatik (*Shidiq*).

Susilawati karyawan yang bekerja di *showroom* Dika Collection mengaku jika selama 11 tahun bekerja di sana jika ada keperluan yang mendesak pasti mendapatkan ijin dari Ibu Sudarmi.

Pada perayaan hari besar Islam seperti hari raya Idul Fitri maupun Idul adha karyawan yang bekerja di *showroom* Dika Collection diliburkan 1 hari tepat pada hari dilaksanakannya sholat idul fitri maupun idul adha. Seperti yang di ungkapkan Oleh Heni karyawan Dika Collection :
" pas lebaran libur mbak satu hari pas sholat itu, trus besoknya masuk karena kan habis lebaran itu rame mbak sudah

pada liburan." (Heni, Wawancara, Januari 19, 2018)

Dalam kosep berlaku simpatik *showroom* Dika Collection telah melakukannya dengan baik hal ini dapat dilihat dari pemberian hari libur untuk karyawan untuk merayakan Idul Fitri maupun Idul Adha.

Dalam konsep berperilaku benar Dika Collection menerapkan garansi pada sebagian produk yang dijual di *showroom* dengan syarat produk yang dibeli di toko belum dipakai. Susilawati karyawan *showroom* Dika Collection mengatakan: " iya ada garansinya kalo mau tukar kayak misalnya sepatu ukurannya ternyata nggak pas, nanti bisa ditukar asal barangnya belum dipakai. Nah kalo dompet dari kulit asli ada garansinya mba soalnya kelihatan dompet yang sudah dipakai atau belum nanti juga ada tenggang waktunya biasanya seminggu, kalo dompet dari kulit sintetis tidak ada garansinya soalnya mau melihat dipakai apa belum susah." (Susilawati, Wawancara, Januari 19, 2018)

Dari hasil percakapan dengan pemilik *showroom* ataupun dengan karyawan Dika Collection mengungkapkan bahwa di *showroom*nya telah menerapkan garansi produk untuk konsumen.

3. Berlaku Adil dalam Bisnis.

Konsep keadilan yang diterapkan oleh *showroom* Dika Collection adalah dengan menerapkan harga yang sama untuk konsumen dari luar negeri maupun konsumen lokal. Susilawati mengungkapkan :
" sama mbak, ibuk juga pesen kalau ada bule dikasih harganya sama". (Susilawati, Wawancara, Januari 19, 2018)

4. Bersikap Melayani dan Rendah hati (*Khidmah*).

Pada hasil observasi dilapangan, peneliti melihat karyawan berdiri dan mengucapkan salam pada saat ada konsumen yang datang. Karyawan Dika Collection juga berdiri dan segera menghampiri konsumen untuk menanyakan apakah ada yang bisa dibantu.

5. Menepati janji dan tidak curang.

Dalam hal menepati janji pemilik ataupun karyawan *showroom* Dika Collection, mengaku bahwa untuk pemesanan produk, konsumen akan memberikan spesifikasi yang diinginkan seperti jenis bahan, warna, ukuran dll. Hasil wawancara dengan Bapak Ikhsan pembeli Dika Collection :

"saya ini pesan dulu mbak sepatunya, pelayannya bilang satu minggu jadi ini baru lima hari saya dikabari kalau sudah jadi".(Ikhsan, Wawancara, Januari 23, 2018)

Dalam hal menepati janji *showroom* Dika Collection telah menerapkannya.

6. Jujur dan Terpercaya

Dalam hasil observasi dilapangan peneliti menemukan bahwa di *showroom* Dika Collection terdapat tempat khusus untuk barang rject atau cacat. Menurut Heni karyawan yang bekerja di Dika Collection nantinya barang yang rject itu akan di perbaiki atau di olah lagi menjadi produk yang lain.

7. Tidak berburuk sangka (*Su'udz zhan*) dan tidak menjelek-jelekan barang dengan milik orang lain.

Karyawan Dika Collection mengungkapkan jika ada konsumen yang mencurigakan hanya diawasi dari jauh saja.

Seperti yang diubgkapkan oleh Heni :

" dilihat dari jauh saja, tokonya juga ada CCTV nya nanti misalnya ada yang mengambil saya tegur atau suruh bayar saja barang yang diambil".(Heni, Wawancara, Januari 19, 2018)

8. *Ghibah*.

Dalam konsep ini peneliti melihat dan mendengar karyawan *showroom* Dika Collection sedang membicarakan konsumen yang baru saja mampir ke *showroom* untuk membeli produk, akan tetapi pada saat proses tawar menawar konsumen tersebut menawar dengan harga yang rendah. Setelah konsumen tersebut pergi, karyawan bercerita kepada temannya dengan nada megejek. Mesti dalam pelayanan karyawan tersebut sudah baik namun kegiatan ini termasuk dalam kategori gibah.

9. Tidak melakukan Suap

Dalam pelaksanaan pemasaran produk kerajinan kulit *showroom* Dika Collection peneliti tidak menemukan adanya praktek suap yang dilakukan pemilik ataupun karyawan di *showroom* Dika Collection yang diteliti. Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Zaki Pembeli di Showroom Dika Collection beliau mengatakan:

" tadi saya beli produk ya seperti biasanya saya melihat-lihat dulu dan tanya kepada palayannya. Ini saya beli sepatu untuk anak saya. Janji yang diberikan ya cuma garansi produk aja mbak tidak ada yang lain". (Wiyono, Wawancara, Januari 23, 2018)

Kegiatan tidak melakukan suap sudah diterapkan oleh *showroom* Dika Collection.

b. *Showroom* berskala kecil (Dwi Jaya)

1. Memiliki kepribadian spiritual

Dari hasil observasi di lapangan kepada karyawan showroom, peneliti menemukan bahwa dalam memiliki kepribadian spiritual karyawan dan pemilik *showroom* sudah menerapkannya dalam bisnis. Hal ini dibuktikan dengan adanya kegiatan doa pagi yang dilakukan oleh pemilik *showroom* dan karyawan sebelum melaksanakan kegiatan. Dalam konsep berperilaku benar pada *showroom* Dwi Jaya adalah dengan menerapkan garansi pada produk tertentu yang dijual di *showroom*. Seperti yang diungkapkan oleh Mimin: “garansi ada mbak biasanya itu sepatu, minta tukar karena ukurannya tidak pas”.(Mimin, Wawancara, Januari 19, 2018)

2. Berlaku Adil dalam Bisnis

Dalam konsep keadilan yang dilakukan pemilik *showroom* Dwi Jaya karena semua *showroom* yang berada di kawasan ini buka jam 9.00 WIB sampai jam 20.00 WIB dan di *showroom* ini hanya 3 orang karyawan yang bertugas dibagian pelayanan semua karyawan ini tinggal di rumah sekaligus *showroom*, maka jika normalnya karyawan hanya 8 jam kerja, karyawan *showroom* Dwi Jaya di bagian pelayanan bekerja 11 jam, maka dari itu Ibu Joyo Sudibyو mengatakan jika akan menambah gaji kepada karyawan dibagian pelayanan. Seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Joko Sudibyو :

“karyawan yang dibagian pelayanan itu perempuan tinggal disini semua mbak, makan tidur disini nah kalo normalnya orang kerja itu 8 jam ditoko saya 11 jam untuk masalah gajinya pasti

ditambahkan” (Sudibyو, Wawancara, Januari 19, 2018)

3. Bersikap Melayani dan Rendah hati (*Khidmah*).

Dalam menjalankan bisnisnya pedagang di tuntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan yang baik akan menjadikan konsumen untuk membeli produk yang dijual. Sebagaimana dalam wawancara semua karyawan mengaku melakukan pelayanan yang baik untuk konsumennya. Akan tetapi dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti pada *showroom* Dwi Jaya pada saat konsumen datang semua karyawan terlihat bermain dengan handphonenya dan tidak segera mendatangi konsumen untuk membantu atau sekedar menyapa. Ini menunjukkan bahwa *showroom* Dwi Jaya tidak menerapkan konsep melayani dengan rendah hati.

6. Jujur dan Terpercaya

Konsep jujur yang diterapkan oleh *showroom* Dwi Jaya adalah dengan memisahkan barang yang cacat baik fisik ataupun barang yang sudah lama terpajang di *showroom* dan belum laku terjual dengan memberikan harga khusus. Pada *showroom* Dwi Jaya tidak mencampur produk dengan kualitas baik dengan kualitas yang kurang baik, hal ini menunjukkan bahwa *showroom* Dwi Jaya telah menerapkan konsep jujur dan terpercaya dengan baik dalam bisnisnya.

7. Tidak berburuk sangka (Su’udz zhan) dan tidak menjelek-jelekan barang dengan milik orang lain.

Dalam hasil observasi dilapangan peneliti melihat bahwa karyawan yang bekerja di

Dwi Jaya tidak mengikuti pembeli pada saat memilih milih produk yang ada di showroom. Karyawan hanya mengawasi pembeli dari jauh.

8. Tidak Melakukan Gibah

Praktik gibah tidak ditemukan pada *showroom* Dwi Jaya. Dalam menghadapi persaingan Ibu Joyo Sudibyو selalu menerapkan kejujuran kepada setiap transaksi beliau percaya bahwa kejujuran adalah kunci sukses untuk memajukan usahanya.

"tidak mbak saya tidak pernah bilang sama konsumen bilang disini lebih bagus barangnya dari pada sebelah itu namanya jahat bisa mematikan usaha orang, kuncinya itu kepercayaan konsumen asal kita jujur pasti konsumen juga bakal percaya." (Sudibyو, Wawancara, Januari 19, 2018)

9. Tidak melakukan suap

Dalam pelaksanaan pemasaran produk kerajinan kulit *showroom* Dwi Jaya peneliti tidak menemukan adanya praktek suap yang dilakukan pemilik ataupun karyawan di *showroom* Dwi Jaya. Seperti yang diungkapkan Ibu Dita :

" tidak ada yang berlebihan mbak, untuk menawarkan produknya saya rasa normal" (Dita, Wawancara, Januari 2, 2018)

c. *Showroom* bersklala mikro (Roxy)

1. Memiliki kepribadian spiritual

Dalam hasil observasi dilapangan peneliti tidak menemukan pada pemilik maupun karyawan yang memiliki kepribadian spiritual. Peneliti melihat bahwa pemilik maupun karyawan di *showroom* tidak mengerjakan sholat dengan tepat waktu padahal saat itu sudah memasuki waktu untuk sholat

magrib, padahal mereka mengaku jika beragama Islam,
2. Berperilaku benar dan simpatik (Shidiq)

Dalam konsep berperilaku benar pada *showroom* Roxy telah menerapkan garaansi produk. Pada konsep simpatik karyawan *showroom* Roxy menungkapkan bahwa dalam sebulan hanya memperoleh 1 hari libur. Dalam perayaan hari besar Islam seperti Idul Fitri Maupun Idul Adha toko Roxy buka. Wendi mengatakan:

"toko tetep buka teh nanti habis kita sholat, pas lebaran kan sebagian toko disini tutup sedangkan orang banyak yang libur jadi kita membuka toko, nah buat mas Asep liburnya nanti setelah liburan lebaran." (Wendi, Wawancara, Januari 19, 2018)

Showroom roxy belum sepenuhnya menerapkan dengan baik berperilaku benar dan simpatik.

3. Berlaku Adil dalam Bisnis.

Konsep keadilan kurang diterapkan pada *showroom* Roxy, pada *showroom* Roxy tidak ada kejelasan waktu buka dan tutup toko dikarenakan di *showroom* Roxy hanya mempunyai satu karyawan.

4. Bersikap Melayani dan Rendah hati (Khidmah).

Dalam hasil observasi dilapangan peneliti mrlihat karyawan *showroom* Roxy selalu memberikan informasi mengenai kualitas, harga, bahan yang digunakan dan juga garansi. Karyawan itu juga dengan sabar menghadapi konsumen yang menawar dengan harga yang rendah.

5. Menepati Janji dan Tidak Curang.

Showroom Roxy menerapkan garansi produk juga merupakan

bentuk janji pemilik *showroom* Roxy kepada konsumen apabila ada produk yang rusak ataupun cacat dengan catatan tidak melawati masa garansi dan menyerahkan nota pembelian barang. Dalam hal menepati janji *showroom* Roxy telah menerapkannya.

6. Jujur dan Terpercaya

Dalam hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti baik karyawan maupun pemilik *showroom* terlihat jika dalam menjelaskan produk yang dijual pada *showroom*nya pemilik maupun karyawan memberitahukan apa bahan baku dari produk yang ia jual.

7. Tidak berburuk sangka (Su'udz zhan) dan tidak menjelek-jelekan barang dengan milik orang lain.

Pada prakteknya, pada saat sesi wawancara dengan karyawan *showroom* Roxy yaitu Asep mengatakan jika ia waktu awal membuka *showroom* di Manding ia melakukan survei di *showroom - showroom* yang lain dengan tujuan untuk mengetahui harga produk yang umum di tawarkan oleh *showroom* yang lain. Wendi mengatakan bahwa ada salah satu *showroom* yang tidak jujur mendiskripsikan bahan baku yang dan berusaha untuk menipunya. Secara tidak langsung pemilik sekaligus karyawan *showroom* Roxy telah menjelek-jelekan *showroom* yang lain. Dalam hal tidak berburuk sangka dan tidak menjelek-jelekan barang dagangan milik orang lain baik pemilik dan karyawan belum menerapkan dalam usahanya.

8. Tidak melakukan kegiatan Gibbah

Praktek gibah ditemukan pada *showroom* Roxy, pemilik berusaha untuk menjatuhkan pengusaha lain.

Pada hasil wawancara dengan pemilik *showroom* ditemukan bahwa pemilik *showroom* berusaha untuk menjatuhkan usaha milik orang lain dengan mengatakan bahwa produk yang dijual pengusaha itu sebagian besar terbuat dari kulit sintetis namun dijual dengan harga seolah bahan yang dipakai adalah kulit asli.

9. Tidak melakukan suap.

Dalam pelaksanaan pemasaran produk kerajinan kulit *showroom* Roxy peneliti tidak menemukan adanya praktek suap yang dilakukan pemilik ataupun karyawan *showroom* Roxy.

Dari hasil observasi dilapangan dan wawancara kepada sejumlah responden dari *showroom* Dika Collection, Dwi Jaya dan Roxy dapat dilihat pemasaran produk kerajinan kulit dalam perspektif etika bisnis Islam pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2

Indikator	Dika	Dwi	Roxy
Memiliki kepribadian Spiritual	√	√	√
Berperilaku benar dan simpatik	√	√	√
Berlaku adil dalam bisnis	√	√	-
Bersikap melayani dan rendah hati	√	-	√
Menepati janji dan tidak	√	√	√

curang			
Jujur dan terperaya	√	√	√
Tidak berburuk sangka (<i>su'udz zhan</i>) dan tidak menjelek-jelekan barang dagangan milik orang lain	√	√	-
Tidak melakukan Gibah	-	√	-
Tidak melakukan suap (<i>riswah</i>)	√	√	√

Tabel diatas menunjukkan bahwa *showroom* Dika Collection telah menerapkan 8 dari 9 indikator pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam. Showroom Dwi Jaya juga menerapkan 8 dari 9 indikator pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam. Sedangkan *showroom* Roxy hanya menerapkan 5 dari 9 indikator pemasaran dalam perspektif etika Bisnis Islam. Jika diprosentasekan pada *showroom* Dika Collection telah menggunakan 89% pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam. *Showroom* Dwi Jaya juga telah menggunakan 89% pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam. Sedangkan *showroom* Roxy hanya menggunakan 56% pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pemasaran produk kerajinan kulit di desa wisata sentra kerajinan kulit Manding Sabdodadi Bantul adalah :

a. Pemasaran yang dilakukan oleh *showroom* berskala menengah yaitu Dika Collection sebagian besar dilakukan langsung pada *showroom*, akan tetapi Dika Collection juga melakukan pemasaran luar kota dan luar negeri dengan menggunakan jasa pengiriman barang atau pemesan mengambil sendiri dengan mobil box.

b. Pemasaran yang dilakukan oleh *showroom* berskala kecil yaitu Dwi Jaya sebagian besar dilakukan langsung pada *showroom*, Dwi Jaya juga melakukan pemasaran luar kota dan luar negeri dengan menggunakan jasa pengiriman barang. Dwi Jaya juga melakukan pemasaran online yaitu dengan menggunakan media sosial.

c. Pemasaran yang dilakukan oleh *showroom* berskala mikro yaitu *showroom* Roxy hanya sebatas memasarkan produknya di *showroom*. Untuk pemesanan atau pembelian konsumen bisa datang langsung ke *showroom*.

2. Berdasarkan temuan-temuan di atas sebagaimana peneliti paparkan, tinjauan etika bisnis Islam terhadap pemasaran produk kerajinan kulit di desa wisata sentra kerajinan kulit Manding Sabdodadi bantul adalah:

a. Pada *showroom* berskala menengah yaitu Dika Collection menerapkan 89% pemasaran sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam.

- b. Pada *showroom* berskala kecil yaitu Dwi Jaya menerapkan 89% pemasaran sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam.
- c. Pada *showroom* berskala mikro yaitu Roxy menerapkan 56% pemasaran sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam.

B. Saran

1. Bagi pemilik showroom dan karyawan

Sebaiknya pemilik showroom menjalankan bisnisnya selalu berpegang teguh pada etika bisnis Islam dalam kondisi bisnis apapun. Hal tersebut dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.

2. Bagi Pengelola Desa Wisata

Diharapkan mampu memberikan pengarahan kepada pemilik showroom untuk menerapkan pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aedi, Hasan. 2011. *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* Cet. Ke, I. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. Armstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ke 6, Jakarta: Erlangga
- Badroen, Faisal, Suhendra,dkk. 2012. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet ke 3. Jakarta: Kencana Prenada Media group.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsini. 2013. *Prosedur Penelitian Ilmiah : Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugiyono. 2013. *Cara Mudah menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Bandung: Alfabeta.

Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Nawawi, Hadari. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University PRESS

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: AlfaBeta

Jurnal

Baidowi, Aris. 2011. *Etika bisnis Perspektif Islam*, JHI, Volume 9, Nomor 2, Desember.2011.

Irawan, Deny. Japariato, Edwin. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Palanggan Restoran Por Kee Serabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1, No. 2, Januari 2013

Rizan, Mohamad. Andika, Fajar. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Volume 2, No 1, 2011.

Rahmad Sunjoto, Arie. 2011. *Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam*, JESI Volume1 No 2 Desember 2011

Skripsi

Kuncara, 2011. *Pengaruh Faktor Produksi Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Kerajinan Kulit*, Skripsi, Yogyakarta : UGM

Mardiyah, Ema. 2010. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*,

Skripsi, (Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya.
Yolanda Madina, Erisa. 2016. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. Skripsi (Palembang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uvirsitas Islam Megeri Raden Fatah.
anggita Luhung Paesthi, 2015. Kajian Kaligrafi Huruf Arab Pada Produk Kerajinan Kulit kambing di Bina Sakti Sonorejo Sukoharjo, Pendidikan Seni Rupa JPBS FKIP Universitas Sebelas Maret

Internet

<http://id.wikipedia.org/wiki/bisnis>
<http://www.kajianpustaka.com/2013/01/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.htm>

Wawancara

Wawancara Ibu Sudarmi
Wawancara Ibu Joyo Sudibyoy
Wawancara Wendi
Wawancara Heni
Wawancara Susilawati
Wawancara Bapak Ikhsan
Wawancara Bapak Zaki
Wawancara Mimin
Wawancara Ibu Dita
Wawancara Eva
Wawancara Wendi