

**STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK
HOME INDUSTRI KERUPUK GENDAR DESA KLAHANG
KECAMATAN SOKARAJA KABUPATEN BANYUMAS
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan dan disusun kepada Institut Agama Islam Negeri
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah

Oleh:
IAIN PURWOKERTO
SELVLEVRANI MAHARANI
NIM.1123205009

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2016**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Teori Strategi.....	15
1. Definisi Strategi.....	17
2. Manajemen Strategis	18
B. Peningkatan Kualitas Produk	21
1. Pengertian Kualitas Produk	21
2. Tujuan Produksi	24
3. Dampak Kualitas Produk.....	26
4. Strategi Peningkatan Kualitas Produk.....	28
C. Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	34
1. Produk Dalam Islam	34
2. Prinsip Produksi Dalam Islam	37
3. Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian.....	45

B. Subyek Penelitian.....	45
C. Teknik <i>Sampling</i> dan Informan.....	46
D. Metode Pengumpulan Data	47
E. Teknik Analisis Data.....	48
F. Uji Keabsahan Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Profil Obyek Penelitian	52
1. Sejarah <i>Home</i> Industri Kerupuk Gendar Klahang.....	52
2. Produk Kerupuk Gendar di Desa Klahang	54
B. Data Strategi Peningkatan Kualitas Produk <i>Home</i> Industri Kerupuk Gendar Desa Klahang dalam Perspektif Ekonomi Islam	69
C. Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk <i>Home</i> Industri Kerupuk Gendar Desa Klahang dalam Perspektif Ekonomi Islam	84
D. Pembahasan Hasil Penelitian	90
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran-Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	101
DAFTAR RUYAYAT HIDUP.....	108

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial, yaitu makhluk yang berkodrat hidup dalam masyarakat. Sebagai makhluk sosial, dalam hidupnya manusia sangat memerlukan adanya manusia lain yang bersama-sama hidup dalam masyarakat. Dalam hidup bermasyarakat, manusia selalu berhubungan satu sama lain, disadari atau tidak, untuk mencukupkan kebutuhan-kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan hidup yang bersifat materil seperti makan, minum, pakaian, tempat tinggal, serta keperluan materi yang lain, maupun kebutuhan spiritual seperti ilmu pengetahuan dan lain-lain.¹

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia melakukan berbagai aktivitas usaha. Berjalannya suatu usaha tidak lepas dari pentingnya sebuah strategi untuk dapat mempertahankan suatu keunggulan kompetitifnya dengan cara mengembangkan produknya serta meningkatkan kualitas yang diberikan kepada setiap konsumen. Untuk itu *home* industri hendaknya memberikan jaminan kualitas produksinya merupakan aspek yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan khususnya pada *home* industri. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada setiap konsumen.

Meningkatkan kualitas produk untuk memuaskan konsumen merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih produk-produk *home* industri. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam

¹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu'amalat*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Press, 2000), hlm. 11.

jenis, mutu, serta bentuk, di mana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat konsumen, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Oleh karena itu setiap *home* industri dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi secara optimal.

Hal tersebut menuntut *home* industri untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu dengan segala kiatnya perusahaan juga harus berupaya agar pelanggan dapat menjadi setia terhadap produk tersebut.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan *home* industri. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian *home* industri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana *home* industri memaksimalkan pengalaman para pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.²

Produk merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, di samping harga dan jangkauan distribusinya. Oleh karena itu setiap *home* industri mengembangkan produknya, agar mampu

² M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 22.

bersaing dengan produk-produk perusahaan di pasar. Unsur yang terpenting dalam produk adalah mutu atau kualitas. Sering terdapat perbedaan penafsiran tentang apa yang dimaksud dengan kualitas. Dari segi pandangan produsen, mutu atau kualitas sering diartikan sebagai komposisi teknis yang didasarkan pada spesifikasi teknis dari suatu produk. Sedangkan dari segi pandangan konsumen, kualitas dimaksudkan sebagai tingkat kemampuan produk untuk memenuhi apa yang diharapkan konsumen terhadap produk yang dimilikinya.

Apa yang diharapkan si konsumen dapat berupa daya tahan atau umur dari suatu produk serta kualitas produk itu sendiri dengan harga yang lebih terjangkau namun tetap berkualitas. Oleh karena itu dari sisi pandangan konsumen, kualitas produk sangat terkait dengan kepuasan konsumen. Dengan terdapatnya kepuasan dari suatu produk oleh konsumen, maka makin baiklah posisi produk itu dalam persaingan, karena makin banyak dicari dan diminta produk tersebut oleh para konsumen.

Peningkatan produktivitas pada *home* industri dapat dilakukan dengan memaksimalkan pemanfaatan waktu yang tersedia untuk menghasilkan *out put* yang lebih besar atau mengurangi penggunaan waktu kerja untuk menghasilkan *out put* yang tepat. Kompetensi tenaga kerja, metode dan peralatan kerja yang sesuai dengan pekerjaan mampu meningkatkan waktu kerja yang efisien, sehingga dapat menghasilkan produk yang maksimal. Serta dapat meminimalkan kesalahan untuk meningkatkan hasil produksi.

Pada prinsipnya kegiatan produksi dalam Islam, adalah harus sejalan dengan tujuan dari konsumsi itu sendiri. Konsumsi dalam Islam dilakukan untuk mencari *falah* (kebahagiaan), demikian pula produksi dilakukan untuk

menyediakan barang dan jasa guna *falah* tersebut. Ekonomi Islam merupakan suatu ekonomi *Ilahiyyah*, karena titik berangkatnya dari Allah, tujuannya untuk mencari ridha Allah SWT, dan cara-caranya tidak bertentangan dengan syari'at-Nya. Kegiatan ekonomi baik produksi, konsumsi, penukaran, dan distribusi diikatkan pada prinsip *Ilahiyyah* dan pada tujuan *Ilahi*.³

Kegiatan ekonomi adalah kegiatan dalam upaya memudahkan manusia memenuhi setiap kebutuhan hidupnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia senantiasa bertarung dengan kekuatan alam untuk mengeluarkan daripadanya makanan, minuman, pakaian dan tempat tinggal. Karena adanya berbagai macam kebutuhan, situasi dan lingkungan hidup yang berbea-beda, maka terjadilah antara sesama warga masyarakat berbagai macam aktivitas produksi dan perhubungan (*mu'amalah*) yang dapat membawa manfaat bagi umat pada umumnya.

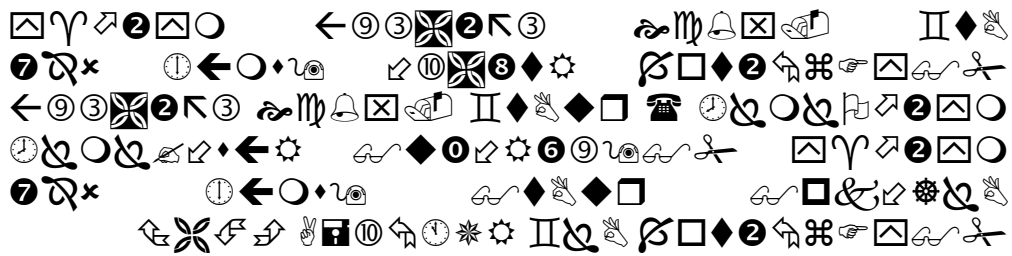
Islam telah mengharamkan aktivitas produksi dengan unsur riba, kadang untuk memperoleh keuntungan yang didambakan, ada banyak cara yang dilakukan produsen dengan memberikan bahan baku yang dapat menekan biaya produksi. Untuk itu dalam Islam sangat dilarang aktivitas produksi dengan menggunakan bahan baku yang sifatnya diharamkan dalam al-Qur'an dan Hadits. Cara lain untuk mendapatkan keuntungan yang mungkin dilakukan produsen biasanya dengan menjual produk jauh lebih murah dari harga pasar. Setelah saingannya bangkrut, lambat laun si produsen tersebut mulai menguasai pasar dan memonopolinya, maka dengan leluasa si penjual akan menaikkan harga dengan harga yang tidak wajar.

³ Yusuf al-Qardaawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafiduddin dkk, (Jakarta: Rabbani Press, 1997), hlm. 25.

Oleh karena itu, menurut konsep ekonomi Islam adalah bagaimana relevansi Islam tentang hukum keuntungan jual beli jika dikaitkan dengan konteks kekinian. Islam memang tidak memberikan batasan tertentu terhadap laba sebagai keuntungan dalam aktivitas produksi atau dalam jual beli. Hal tersebut diserahkan kepada masing-masing pedagang dan tradisi masyarakat sekitar, dengan tetap memelihara kaidah keadilan, kebijakan serta larangan memberikan *madarat* terhadap diri sendiri ataupun terhadap orang lain.

Oleh karena itu, menurut konsep ekonomi Islam, nilai-nilai keimanan, akhlak, dan tingkah laku seorang produsen memegang peranan utama dalam mempengaruhi kadar laba dalam transaksi atau muamalah. Islam tidak memisahkan antara dunia ekonomi dan akhlak. Berbeda dengan falsafah kapitalisme yang menjadikan keuntungan materi sebagai tujuan utama dan pemberi motivasi terbesar untuk melakukan kegiatan perekonomian yang tidak banyak terikat dengan ikatan, sehingga mereka tidak melarang mencari keuntungan dengan jalan riba atau menimbun barang yang sangat dibutuhkan masyarakat atau menjual barang memabukkan yang menimbulkan *madarat* untuk orang banyak dan mendaatangkan keuntungan bagi pribadi tertentu.

Agama Islam bukan berarti melarang kepada umatnya untuk mencari keuntungan dalam aktivitas produksi. Keuntungan yang diperbolehkan oleh ajaran Islam adalah laba yang diperoleh secara wajar, tidak merugikan dan mengurangi hak-hak bagi kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli. Ekonomi Islam tidak hanya memfokuskan pada keuntungan materi atau duniawi semata, tetapi juga keuntungan ukhrawi. Allah SWT menegaskan dalam al-Qur'an surat al-Syura ayat 20 yang berbunyi.



Artinya: Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bahagianpun di akhirat (Q.S. Al Syura:20)⁴

Berdasarkan ayat di atas, maka sebagai masyarakat muslim sudah seharusnya dalam melakukan aktivitas produksi tidak hanya mengejar keuntungan duniawi semata, tetapi juga keuntungan ukhrawi, yaitu bertindak secara jujur yakni menggunakan bahan baku yang dihalalkan oleh agama dan amanah bukan sebaliknya.

Berdasarkan penjelasan di atas, menarik untuk dikaji permasalahan yang dihadapi *home* industri kerupuk gendar Klahang dan bagaimana strategi peningkatan kualitas produk dengan judul “Strategi Peningkatan Kualitas Produk *Home* Industri Kerupuk Gendar Desa Klahang Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas dalam Perspektif Ekonomi Islam.”

IAIN PURWOKERTO

B. Definisi Operasional

Untuk memperjelas pemahaman guna menghindari dan mencegah timbulnya kesalah penafsiran tentang judul skripsi yang disusun, terlebih dahulu penulis didefinisikan beberapa istilah dalam judul.

1. Strategi Peningkatan

⁴ Departemen Agama (Tim Tashih), *Al Qur'an dan Tafsirnya*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf UII, 1997), hal. 182.

Strategi adalah proses untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berorientasi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran yang tepat. Strategi dibutuhkan oleh semua perusahaan atau organisasi termasuk lembaga pendidikan dan bahkan diperlukan oleh individu dalam pencapaian suatu tujuan, karena dengan adanya strategi yang dibuat atau direncanakan akan mudah untuk mencapai suatu sasaran yang diperlukan.⁵

Peningkatan adalah menambah kemampuan, mempertinggi, cara, hasil, proses kerja meningkatkan atau peningkatan adalah proses, cara peruatan meningkatkan dengan cara usaha.⁶

Strategi peningkatan yang penulis maksud adalah proses untuk menghasilkan dan mencapai suatu tujuan yang berorientasi pada masa depan guna meningkatkan kualitas produk dengan cara usaha dalam perspektif Islam.

2. Kualitas Produk

Kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi, dan barang jadi.⁷

⁵ John M Bryson, *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*, cet.1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hlm. 24.

⁶ J.S. Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal. 1514.

⁷ David R Fred, *Manajemen Strategis*, cet. 9, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), hlm. 15.

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁸

Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.⁹

Kualitas produk yang penulis maksud adalah segala sesuatu yang dihasilkan oleh seseorang sehingga mendapat perhatian, dibeli, digunakan, atau dapat dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk merupakan *output* dari kegiatan produksi karenanya setiap perusahaan berupaya mengembangkan kualitas produknya agar mampu bersaing dengan produk saingannya di pasaran.

3. *Home* Industri

Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian mendefinisikan bahwa industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perakayasaan industri.¹⁰

Home industri yang penulis maksud adalah industri rumaham atau industri kecil dengan modal yang relatif sedikit sebagai sektor ekonomi masyarakat yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah

⁸ Kotler dan Armstrong, *Pinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid ke 1, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 83.

⁹ Agus Ahyari, *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 65.

¹⁰ Tim Fokus Media, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, (Bandung: Fokus Media, 2010), hlm. 28.

berbagai bahan mentah menjadi barang jadi atau menjadi barang setengah jadi khususnya dalam strategi peningkatan produksi home industri kerupuk gendar di Desa Klahang Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas dalam perspektif Islam.

4. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang berlandaskan kepada al-Qur'an dan al-hadis, yang menekankan kepada nilai-nilai keadilan dan keseimbangan, sebab Islam adalah agama yang memandang betapa pentingnya keadilan demi terciptanya masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera.¹¹

Ekonomi Islam yang penulis maksud adalah kajian terhadap aktivitas produksi ditinjau dari perspektif ekonomi Islam apakah dalam kegiatan produksinya menjamin kualitas produk tersebut sehingga dapat menarik konsumen. Dengan demikian Islam menginginkan agar sistem ekonominya terorganisir sedemikian rupa sehingga harta tidak hanya ada dalam genggamannya orang kaya saja.

Menujuk pada definisi operasional yang dipaparkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud strategi peningkatan kualitas produk *home* industri kerupuk gendar adalah suatu penelitian lapangan yang mengkaji dan menggali secara mendalam tentang strategi dalam peningkatan kualitas produk pada *home* industri kerupuk gendar Desa

¹¹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, cetakan ke-1 (Jakarta: Gaya Media Pramana, 2000), hlm. 120-125.

Klahang Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas dalam perspektif ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan definisi operasional yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini rumusan masalah adalah: Bagaimana strategi peningkatan kualitas produk *home* industri kerupuk gendar Desa Klahang Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas dalam perspektif ekonomi Islam?.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berangkat dari latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut. Untuk mengetahui strategi peningkatan kualitas produk *home* industri kerupuk gendar Desa Klahang Kecamatan Sokaraja Banyumas dalam perspektif ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terkait strategi peningkatan kualitas produksi *home* industri dalam perspektif ekonomi Islam.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pustaka atau bahan rujukan dan informasi untuk permasalahan ekonomi Islam pada masa-masa yang akan datang.

b. Secara praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi atau masukan kepada pihak pemerintah daerah khususnya Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Banyumas, guna melakukan pembinaan pada home industri sehingga mampu bersaing dengan perusahaan besar.
- 2) Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan sumbangan pemikiran bagi *home* industri kerupuk gendar Desa Klahang dalam menyusun suatu strategi menyangkut peningkatan produksi kerupuk gendar.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustka pada dasarnya digunakan untuk memperoleh suatu informasi yang ada kaitannya dengan judul penelitian yang peneliti ambil dan digunakan untuk memperoleh landasan penelitian secara ilmiah. Dalam tinjauan pustka pustaka ini peneliti menelaah beberapa hasil penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut:

Pertama karya Karunia Fadiana berjudul “Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kualitas Produk Kerupuk (Studi Kasus di *Home* Industri Kerupuk Rambak Sumber Rejeki Desa Bawang Kabupaten Banjarnegara)” Berdasarkan hasil analisis SWOT diketahui bahwa posisi perusahaan

berdasarkan kekuatan faktor internal dan eksternal pabrik kerupuk rambak menunjukkan strategi pertumbuhan konsentrasi melalui integrasi horisontal, yang dilakukan dengan memperluas perusahaan dan meningkatkan jenis produk jasa. Perencanaan strategi pemasaran jangka pendek dan strategi pemasaran jangka panjang, upaya ini dilakukan agar dapat meningkatkan produksinya sehingga dapat bersaing di pasaran.

Pada analisis tersebut dapat diketahui bahwa resiko kegagalan yang terjadi pada parameter atau komponen pencetakan dan pengemasan. Pada komponen pencetakan dikarenakan ketidakkonsistensinya pekerja melakukan dalam melakukan pencetakan. Hal ini berakibat, banyak bentuk serta ukuran yang tidak seragam sesuai dengan alat pencetakannya. Sedangkan untuk komponen pengemasan dikarenakan pengemasan yang digunakan tidak tebal. Kemasan yang digunakan berupa kemasan tipis dan mudah sobek, sehingga tidak bisa melindungi produk di dalamnya dengan maksimal dan sering menyebabkan produk tidak renyah atau melempem.¹²

Jadi pabrik kerupuk rambak merupakan salah satu usaha home industri yang memproduksi kerupuk rambak. Produksi yang dilakukan oleh pabrik kerupuk rambak saat ini masih kurang maksimal sehingga pemasaran yang dilakukan pun belum maksimal. Hal ini ditunjukkan dari kapasitas produk yang masih rendah dan cenderung menurun setiap bulannya. Oleh karena itu, perlu direncanakan dan diformulasikan strategi pemasaran yang tepat dan

¹² Karunia Fadiana, *Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kualitas Produk Kerupuk (Studi Kasus di Home Industri Kerupuk Rambak Sumber Rejeki Bawang)*, (Skripsi: 2012), hlm. 82.

peningkatan kualitas produk dalam upaya peningkatan penjualan kerupuk pada *home* industri kerupuk.

Kedua karya Mohamad Fuad berjudul “Strategi Meningkatkan Kualitas Produk *Home* Industri Suka Niki Mandiraja. Hasil penelitian dijelaskan untuk meningkatkan kualitas produk meliputi performa, keistimewaan, keandalan, konformasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan sehingga dampak yang ditimbulkan dengan kualitas produk yang tinggi adalah produk tetap diminati konsumen sehingga tetap eksis di pasaran. Selain itu strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk adalah melalui penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk dan atribut produk.¹³

Jadi sistem ekonomi muncul karena adanya upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga terbentuklah aktifitas ekonomi, diantaranya adalah produksi, distribusi dan konsumsi. Konsumsi merupakan aktifitas penting bahkan bisa dikatakan sangat penting dalam peranannya. Segala aktifitas tersebut khususnya perilaku konsumen tidak bisa lepas dari aturan dan tuntutan yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam. Dalam Islam perilaku konsumsi tidak dibatasi pada kebutuhan hidupnya dan kesenangan-kesenangan yang menekankan pada aspek materialnya saja, akan tetapi harus ada keseimbangan antara aspek material dan aspek spiritual. Aktifitas dalam konsumsi menghindari sifat kikir tidak boleh melakukan kemubaziran dan harus menanamkan sifat kasederhanaan.

¹³ Mohamad Fuad, *Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Home Industri Suka Niki Mandiraja* (Skripsi, 2011), hlm. 96.

F. Sistematika Pembahasan

1. Bagian Awal

Bagian awal berisikan dari halaman judul, pernyataan keaslian, pengesahan, nota dinas pembimbing, abstrak, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel.

2. Bagian Inti

Bagian utama merupakan bagian inti atau isi dari skripsi yang terbagi dalam bab-bab sebagai berikut.

Bab pertama merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan landasan teori yang meliputi konsep strategi, konsep peningkatan kualitas produksi, konsep manajemen produksi kerupuk gendar, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

Bab ketiga merupakan metode penelitian meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, fokus kajian, validitas data dan teknik analisis data.

Bab keempat merupakan penyajian data dan analisis data, yang meliputi gambaran obyek penelitian, gambaran umum *home* industri kerupuk gendar, sarana dan prasarana, karakteristik informan, data hasil penelitian dan analisis hasil penelitian.

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan, dan saran-saran merupakan bab terakhir dari skripsi ini.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini terdiri dari daftar kepustakaan dan lampiran, biografi dan daftar ralat dibagian akhir penulisan skripsi ini jika dibutuhkan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis studi tentang strategi peningkatan kualitas produk *home* industri kerupuk gendar Desa Klahang Kecamatan Sokaraja Banyumas dalam perspektif ekonomi Islam dapat disimpulkan sebagai berikut.

Strategi peningkatan kualitas produksi *home* industri kerupuk gendar desa klahang dengan melakukan tiga cara yaitu strategi peningkatan kualitas bahan baku, strategi peningkatan pengolahan dan strategi peningkatan produk. Kualitas dari produk kerupuk gendar hasil dari *home* industri Desa Klahang tidak diragukan karena menggunakan bahan baku alami tanpa ada campuran bahan pengawet maupun bahan kimia lainnya (bleng/boraks), kualitas kerupuk gendar juga dapat dilihat dari proses produksi serta alat yang dapat menunjang dalam produksi kerupuk gendar. Dalam peningkatan kualitas produk kerupuk gendar di *home* industri Desa Klahang berfokus pada tiga dimensi produk pangan yaitu, bentuk fisik, keadaan, cita dan rasa. Islam menganjurkan umatnya untuk memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi perindustrian dan perdagangan.

Islam memberkati pekerjaan dunia ini dan menjadikannya bagian dari pada ibadah dan jihad. Bekerja adalah bagian dari ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah SWT, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, masyarakat bisa melaksanakan tugas kekhalfahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang lebih besar. Berdasarkan tinjauan ekonomi Islam, bahwa usaha yang dilakukan oleh

pengusaha *home* industri di desa Klahang dilakukan dengan baik dan sejalan dengan syariat Islam, baik pada bahan baku, modal, proses produksi dan pemasaran, hanya saja masih sederhana dalam berbagai hal, sehingga belum maksimal dalam meningkatkan kesejahteraan. Oleh karena perlu ditingkatkan lagi proses produksi dan pemasaran tersebut, tetapi tetap sesuai dengan aturan ekonomi Islam.

B. Saran-Saran

1. Agar pemerintah daerah Kabupaten Banyumas memperhatikan produk yang diusahakan oleh masyarakat desa Klahang dengan memberikan pelatihan-pelatihan, baik untuk produksi dan pemasaran produk yang di hasilkan.
2. Agar pemerintah memudahkan pengusaha *home* industri untuk mendapatkan pinjaman demi mengembangkan usaha produksinya.
3. Agar meningkatkan kualitas produk kerupuk udang yang mereka produksi atau setidaknya menjaga kualitasnya agar tetap sama.
4. Agar merencanakan dan melakukan kerja sama dengan beberapa instansi pemerintah yang terkait maupun pihak swasta.
5. Agar pengusaha *home* industri memperhatikan etika dalam memproduksi suatu usaha dan melakukan usaha sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Bekerja pada jalur halal dan tidak hanya mengambil keuntungan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Zainal Abidin. 2007. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Ahyari, Agus. 2000 *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*, Yogyakarta: BPFE.
- Allison, Michael dan Kaye, Jude. 2005. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Badudu, J.S. 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Bakry, Nazar. 2002. *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bryson, M. Jhon. 1999. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*, Terj. Miftahudin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basyir, Ahmad Azhar. 2000. *Asas-Asas Hukum Mu'amalat*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Press.
- Buffa, Elwood S dan Rakesh K. 1996, *Manajemen Operasi dan Produksi Modern*, Jakarta: Bina Aksara.
- Dahlan, Ahmad. 2010. *Pengantar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Fajar Media Press.
- _____, . 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras.
- David, Hunger dan Wheelen, Thomas. 2003. *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: ANDI.
- Efendi, Rustam. 2003. *Produksi Dalam Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Engineer, Ali Asghar. 1999. *Islam dan Teologi Pembebasan*, alih bahasa Agung Prihantoro, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Feigenbaum, Armand. 1991. *Total Quality*, New York: Mc Graw Hill Book Inc.
- Fred, R David. 2004. *Manajemen Strategis*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodologi Research Jilid I*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Hakim, Cecep Maskanul. 2011. *Belajar Mudah Ekonomi Islam*, Tangerang: Shuhuf Media Insani.
- Haroen, Nasrun. 2000. *Fiqh Muamalah*, cetakan ke-1, Jakarta: Gaya Media Pramana.

- Haritsi, Jubair Bin Ahmad. 2006. *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khathab*, Penerjemah Asmuni Solihan, Jakarta: Khilafa.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasyim, Ahmad Umar. 2004. *Shakhsiyyat al Muslim*, Makkah Mukramah, Maktabat Al-Tijariyah.
- Indriyo, Gitosudarmo. 2002. *Manajemen Operasi*, Edisi Kedua Yogyakarta: BPFE.
- Karim, Adiwarmanto. 2007. *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khaldun, Ibnu. 2003. *Ibnu Khaldun tentang Sosial dan Ekonomi*, editor Rus'an Jakarta: Bulan Bintang.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Pinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Metwally. 1995. *Teori dan Model Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Bangkit Daya Insana.
- Moleong, Lexy J. 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE.
- Muhammad al-Assal, Ahmad. 2000. *Sistem Ekonomi Islam, Prinsip-Prinsip dan Tujuannya*, alih bahasa Ahmadi, Surabaya: Bina Ilmu.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2007. *dkk Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana
- Nasution, M.N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pearce dan Robinson. 2007. *Manajemen Strategi*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2009, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Prawiranegara, Syarifuddin. 1998. *Ekonomi dan Keuangan (Makna Ekonomi Islam)*, Jakarta: Haji Masagung.
- Qardawi, Yusuf. 1997. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafiduddin dkk, Jakarta: Rabbani Press.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business*, Cetakan Pertama, Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Rahman, Afzalur. 1998. *Al-Qur'an Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, Jakarta: LP3ES.
- Rakhmawaty. 2011. *Anita Ekonomi Mikro Islam*, Kudus: Nora Media Enterpress.
- Rianto, Yatim. 2001. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Surabaya: SIG.

- Rudianto. 2006. *Akutansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*, Jakarta: PT Grasindo.
- Salusu, J. 2002, *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Profit*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Siagian, P Sondang. 2000. *Manajemen Strategik*, Cetakan III, Jakarta: Bumi Aksara.
- Soenarjo, R.H.A dkk. 1991. *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Yayasan Penafsir Al Qur'an.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- _____, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukino. 2010. *Membangun Pertanian Dengan Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Lembah Manah.
- Supriyadi, Agus. 2012. *Strategi Pengaturan Perilaku Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Tangkilisan, Hesel Nogi. 2003. *Manajemen Modern Untuk Sektor Publik*, Yogyakarta: Balairung.
- Tim Fokus Media. 2010. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, (Bandung: Fokus Media.
- Wirartha, I. Made. 2005. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Andi.
- Zulian, Yamit. 2007. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta: Ekonesia Fakultas Ekonomi UII.



IAIN PURWOKERTO