

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Secara umum bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.<sup>1</sup> Barang-barang yang dimaksud adalah suatu produk secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya. Dalam kehidupan manusia, pekerjaan bisnis adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan. Karena kegiatan memenuhi kebutuhan hidup merupakan kewajiban bagi seluruh umat manusia. Bekerja/berbisnis demi mendapatkan penghasilan, merupakan kegiatan manusia yang paling dominan di dunia ini. Semua manusia yang ada di muka bumi ini akan berlomba-lomba mencari dan mengumpulkan uang.

Perkembangan dunia bisnis yang begitu cepat dan dinamis pada saat ini, tentunya harus diimbangi dengan aturan-aturan atau norma-norma yang dapat mengatur bisnis itu sendiri. Sehingga pihak-pihak yang berhubungan untuk melakukan kegiatan bisnis dapat berjalan baik, lancar, dan berkesinambungan. Bahkan kegiatan tersebut dapat mendatangkan manfaat dan laba yang optimal bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Persaingan antar pelaku juga merupakan sebuah keharusan dalam dunia bisnis. Bahkan dalam Islam, tidak melarang umatnya untuk bersaing dalam kebaikan. Secara umum Islam telah menetapkan etika dalam berbisnis maupun pemasaran yang baik sebagai pijakan dalam melakukan persaingan dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, walaupun dalam kondisi persaingan, pebisnis muslim harus menghadapinya dan tanpa merugikan orang lain.

---

<sup>1</sup>Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, ALFABETA, Bandung, 2009, hlm. 115-116.

Dewasa ini aktivitas bersaing dalam bisnis antara pembisnis satu dengan pembisnis yang lain tidak dapat dihindarkan. Persaingan atau kompetisi dalam bisnis telah berkembang mengarah pada praktik-praktik persaingan liar yang menghalalkan segala cara, bersaing secara tidak sehat dengan saling menjatuhkan antara satu dengan yang lain hanya untuk menyediakan apa yang pembeli cari dengan cara yang memungkinkan perusahaan dalam memperoleh keunggulan bersaing dan menghalalkan pesaing dalam persaingan dengan mengabaikan etika-etika dan norma sesuai dengan syari'ah. Padahal perusahaan atau bisnis yang ingin mencapai tujuannya secara berkelanjutan perusahaan harus menjaga efektifitas interaksi yang berkelanjutan dengan cara-cara yang berdasarkan nilai-nilai dan norma-norma dalam menjalankan suatu usaha.<sup>2</sup>

Agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis, baik persaingan dari segi harga, pelayanan, maupun dari produk yang dihasilkan, maka perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan konsumen. Namun, pencapaian tujuan tersebut tidak mudah karena banyaknya pesaing. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat ini perusahaan harus mengambil langkah-langkah untuk dapat memenangkan persaingan yang sehat dan efektif. Dengan demikian untuk menciptakan daya saing guna mempertahankan eksistensinya dalam persaingan pada aktivitas perekonomian. Perusahaan dituntut cepat tanggap terhadap persaingan dan perubahan pasar.

Perusahaan dihadapkan pada kenyataan bahwa diperlukan suatu strategi untuk mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan usahanya. Secara teoritis terdapat banyak cara untuk mencapai kemenangan dengan para pesaing dan mempertahankan eksistensinya, salah satu diantaranya adalah strategi bersaing. Dengan strategi bersaing suatu perusahaan dapat mencapai sasaran dan memenangkan persaingan. Strategi bersaing merupakan strategi yang khas yang dimiliki perusahaan untuk

---

<sup>2</sup> Muhammad, Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta, 2004, hlm. 264-265.

mengalahkan pesaing dan meraih target konsumennya. Adapun strategi yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan suatu perusahaan ialah dalam hal pemasaran.

Untuk memenuhi sebuah usaha, diperlukan modal baik modal yang berupa materi maupun modal non materi dalam hal ini adalah *skill*, adakalanya orang mendapatkan modal dari simpanan atau dari keluarga. Adapula meminjam kepada rekan-rekannya. Tetapi hal yang perlu kita ingat bersama adalah harta kekayaan pada hakekatnya merupakan milik Tuhan dan kepemilikan yang diakui manusia hanyalah amanah yang dipercayakan kepada manusia agar menyadari tujuan Tuhan.

Dalam arus global di tengah krisisnya perekonomian yang berkepanjangan di Indonesia, setiap perusahaan pada hakekatnya mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba sebanyak-banyaknya. Tujuan tersebut dapat tercapai apabila perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya yang ada, dengan mengolah secara terstruktur, terarah, terkendali, serta efektif dan efisien. Oleh karena itu perusahaan harus senantiasa berhati-hati dalam menghadapi persaingan dagang yang semakin ketat. Berbagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan yang bonafide dalam menetapkan kebijaksanaan yaitu dengan harapan dapat meraih kesuksesan dalam peningkatan penjualan produksinya, dan menguasai pasar yang lebih luas sehingga pada akhirnya keuntungan berlimpah dapat diraihnya.

Tidak ada perusahaan yang mampu bertahan secara terus menerus, apabila perusahaan tersebut tidak dapat memasarkan atau menjual produknya serta berbagai macam barang yang dihasilkannya. Untuk itu salah satu unsur yang pokok dalam penjualan adalah pemasaran dengan berbagai saluran distribusi yang handal. Peran kegiatan pemasaran perusahaan sangat penting, maka saluran distribusi yang merupakan jalur arus barang-barang dan produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada konsumen harus benar-benar lancar. Oleh karena itu perusahaan harus senantiasa berhati-hati dalam menghadapi persaingan dagang yang semakin ketat. Dalam hal ini tentunya sebagai harapan dari perusahaan

adalah dapat meraih peningkatan penjualan produksinya, dan menguasai pasar yang lebih luas sehingga pada akhirnya keuntungan berlimpah dapat diraihinya.

Untuk dapat mendukung keberhasilan yang pada akhirnya akan berdampak terhadap keberhasilan kegiatan penjualan, maka hal ini akan tergantung pada kemampuan manajemen dalam menganalisis dan memanfaatkan berbagai variabel yang dimilikinya serta merancang secara strategis program-program pemasaran dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan dan kemudian menjalankan rencana tersebut. Kelancaran pemasaran barang mempunyai peranan yang penting karena maju mundurnya perusahaan tersebut tergantung laku atau tidaknya barang yang diproduksi di pasaran. Maka didalam memasarkan barang hasil produksi, diperlukan adanya berbagai promosi yang benar-benar sesuai dengan produk yang dibuat oleh perusahaan, sehingga para konsumen banyak yang tertarik untuk membeli barang yang telah ditawarkan.

Perusahaan (perdagangan) dalam bentuk apapun, besar atau kecil, kapan atau dimanapun saja, dalam keadaan normal atau netral, berkecenderungan akan memenuhi tuntutan moral universal. Namun dalam keadaan itu bisa sewaktu-waktu berubah oleh berbagai kepentingan. Dalam perusahaan kepentingan itu tidak lepas dari mainstream kepentingan bisnis. Justru karena kepentingan itu seorang pelaku bisnis dituntut kearifannya agar kedua kepentingan tidak bertabrakan, atau salah satunya dikorbankan. Sehingga dalam hal ini diperlukan etika dalam berbisnis, semakin baik etika semakin baik pula penjualan karena tugas utama etika bisnis adalah menemukan cara-cara untuk menjadi penengah antara permintaan moral dan kepentingan strategi perusahaan.<sup>3</sup> Dengan kata lain, fungsi etika bisnis adalah menengahi antara tuntutan moral dan kepentingan perusahaan (*corporate*) untuk memperoleh laba dari penyerahan jasa dan perdagangan agar tetap survive dan eksis.

---

<sup>3</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami*, UIN-Malang Press, Malang, 2008, hlm.283.

Sehingga dalam hal ini berbisnis tentulah membutuhkan etika dalam melakukan suatu kegiatannya agar bisa berjalan sesuai dengan ajaran Islam. Karena etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, yang dinilai baik dan jahat.

Aktivitas bisnis telah mengantongi izin sejak awal munculnya Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya dalil-dalil Al-Qur'an yang menjelaskan mengenai kehalalannya, salah satunya seperti yang tertera dalam QS. Al-Baqarah: 275 yang berbunyi:<sup>4</sup>

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



*Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

Ayat diatas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam

<sup>4</sup>Al-Qur'an Surat Al- Baqarah (2) :275 dalam Al-Qur'an dan terjemahannya.

bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa. Sementara itu, Allah mengharamkan segala bentuk transaksi yang mengandung riba. Riba merupakan bentuk mal praktek bisnis yang memuat unsur bathil, fasad dan dzalim yang pada akhirnya akan mengakibatkan penderitaan bagi salah satu pihak.

Islam tidak menghendaki adanya pengangguran, namun Islam menuntut umatnya untuk bekerja keras agar kebutuhan hidupnya dapat dipenuhi. Salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan tersebut antara lain dengan melakukan aktivitas bisnis.<sup>5</sup> Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.<sup>6</sup>

Etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.<sup>7</sup> Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan.

Visi misi bisnis dalam ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada memaksimalkan laba, seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar, melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan. Sebagaimana firman Allah yang termaktub dalam QS. Al-Isra' (17): 18-19, yang berbunyi:

---

<sup>5</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Cet ke-I*, UIN Malang Press, Malang, 2007, hlm. 22.

<sup>6</sup> Muhammad Djakfar, *Agama, Etika Dan Ekonomi*, UIN-Malang Press, Malang, Cet ke-1, 2007, hlm. 16.

<sup>7</sup> Muhammad Djakfar, *Op. Cit.*, hlm. 22-23.

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ يَصْلَاهَا مَذْمُومًا مَدْحُورًا ﴿١٨﴾ وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا ﴿١٩﴾

*Artinya: Barangsiapa menghendaki kehidupan sekarang (duniawi), Maka Kami segerakan baginya di dunia itu apa yang Kami kehendaki bagi orang yang Kami kehendaki dan Kami tentukan baginya neraka Jahannam; ia akan memasukinya dalam Keadaan tercela dan terusir. dan Barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha ke arah itu dengan sungguh-sungguh sedang ia adalah mukmin, Maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya dibalasi dengan baik.*

Dari paparan ayat di atas, terlihat jelas bahwa Al-Qur'an telah mengarahkan para pelaku bisnis pada visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan duniawi, melainkan mencari keuntungan secara hakiki yang akhirnya akan membawa mereka untuk memperoleh apa yang ada di sisi Allah SWT.

Banyaknya pekerjaan yang dapat dilakukan itu sangat bervariasi dan mengalami perkembangan dari tahun ke tahun yang penting tidak melanggar garis-garis yang telah di tentukannya. Pada lingkungan pedesaan, sektor agraris akan lebih dominan, sedangkan pada daerah perkotaan sektor non-agraris akan lebih mendominasi.

Salah satu bidang industri yang sering kita temui di daerah perkotaan adalah usaha bordir. Di kota Kudus usaha bordir mengharuskan para pelaksana usaha untuk memiliki daya kreatifitas yang tinggi dikarenakan setiap hasil yang baik tentunya akan mempengaruhi hasil penjualan yang didapatkan. Sehingga usaha ini memiliki potensi dan keunggulan dalam kemandirian, kreativitas, inovasi, fleksibilitas usaha, penciptaan kesempatan kerja

Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang telah terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi

timbangan atau takaran, penipuan, korupsi, kolusi dan ijon. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis.<sup>8</sup>

Sebagaimana yang ada di Bordir Dahlia Kudus dalam memasarkan produk yang dibuat, menggunakan prinsip etika bisnis Islam dalam pengembangan pemasaran. Sebagai contoh kecil perusahaan dalam hal ini karyawan menawarkan bordirnya dengan cara jujur. Maksudnya jujur adalah dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan itu seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasikan antara lain dalam praktik penjualan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) maupun orang lain (pembeli). Sehingga dengan sikap jujur itu kepercayaan pembeli kepada penjual tercipta dengan sendirinya dan dalam hal ini mempengaruhi penjualan produknya. Selain itu dalam penjualan produknya benar-benar produk yang bermutu. Karyawan dalam hal ini juga memberikan kepercayaan penuh terhadap konsumen, memberikan keleluasaan dalam berpikir untuk mengambil produk yang diinginkan, dan bermurah hati sehingga konsumen menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan. Membangun hubungan baik antara atasan dengan karyawan, sesama karyawan, antara karyawan dengan konsumen, dan sesama relasi perusahaan, hal ini akan membangun kebersamaan dan tentunya akan mempengaruhi penjualan produk.

Dalam penjualan produk yang bermutu tentunya membuat harga melambung tinggi, tetapi dalam hal ini di Bordir Dahlia Kudus berusaha menghadirkan produk yang bermutu dengan menekan semaksimal mungkin harga yang ditawarkan. Dengan harga yang relatif rendah dan mutu yang unggul tentunya akan meningkatkan penjualan produk. Penjualan produk juga tidak terlepas dari tingkat promosi perusahaan karena dengan promosi inilah yang akan menunjukkan tingkat eksistensi

---

<sup>8</sup>Muhammad, Alimin, *Op. Cit.*, hlm. 236.

perusahaan di masyarakat. Dalam hal ini Bordir Dahlia Kudus melakukan promosi baik lewat media cetak maupun media elektronik. Keunggulan lain yang dimiliki adalah tempat yang strategis yakni tepat di pinggir jalan sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkau perusahaan tersebut. Selain itu peranan etika bisnis Islami dalam pengembangan pemasaran di Bordir Dahlia Kudus menyebabkan produksi bordir meningkat selain produksi meningkat Bordir Dahlia Kudus juga mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan beberapa aspek di atas yang telah dimiliki oleh Bordir Dahlia Kudus, maka penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang Bordir Dahlia Kudus. Sehingga dalam hal ini penulis mengadakan penelitian yang berjudul “ **Analisis Etika Bisnis Islami dalam Pengembangan Pemasaran Pada Bordir Dahlia Kudus**”.

#### **B. Penegasan Istilah**

- Etika bisnis Islami : suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis
- Pengembangan : segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun akan datang memberikan informasi, pengarahannya, pengaturan dan pedoman dalam mengembangkan usaha.
- Pemasaran : proses perencanaan dan penetapan konsepsi, penetapan harga dan distribusi barang, jasa dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu atau organisasi

### **C. Fokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini adalah Bordir Dahlia Kudus dalam memasarkan produk yang dibuat, menggunakan prinsip etika bisnis Islam dalam pengembangan pemasaran. Dalam penjualan Bordir Dahlia Kudus berusaha menghadirkan produk yang bermutu dengan menekan semaksimal mungkin harga yang ditawarkan. Dengan harga yang relatif rendah dan mutu yang unggul tentunya akan meningkatkan penjualan produk. Dalam hal ini Bordir Dahlia Kudus melakukan promosi baik lewat media cetak maupun media elektronik. Etika bisnis Islam dalam pengembangan pemasaran di Bordir Dahlia Kudus menyebabkan produksi bordir meningkat selain produksi meningkat Bordir Dahlia Kudus juga mendapatkan keuntungan.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian secara jelas akan dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya.

1. Bagaimana etika bisnis Islami yang dijalankan oleh Bordir Dahlia Kudus?
2. Bagaimana pengembangan pemasaran yang dilakukan oleh Bordir Dahlia Kudus?
3. Bagaimana pelaksanaan etika bisnis Islami dalam pengembangan pemasaran yang dijalankan oleh Bordir Dahlia Kudus?

### **E. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menjelaskan etika bisnis Islami yang dijalankan oleh Bordir Dahlia Kudus.
2. Untuk menjelaskan pengembangan pemasaran yang dilakukan oleh Bordir Dahlia Kudus.

3. Untuk menjelaskan pelaksanaan etika bisnis Islami dalam pengembangan pemasaran yang dijalankan oleh Bordir Dahlia Kudus.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Selain terdapat tujuan penelitian seperti yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini juga mempunyai manfaat penelitian yaitu secara teoritis dan praktis. Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti adalah :

- 1) Teoritis
  - a) Dapat memberi sumbangsih ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan bisnis kepada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.
  - b) Dapat melengkapi khazanah keilmuan para penuntut ilmu.
  - c) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama dalam memahami kualitas etika berbisnis mahasiswa lulusan ekonomi.
- 2) Praktis
  - a) Dapat mengetahui etika bisnis Islami dalam pengembangan pemasaran pada Bordir Dahlia Kudus
  - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh para pelaku bisnis untuk lebih memperhatikan etika berbisnisnya agar bisa lebih baik dan sesuai dengan ajaran syari'ah.
  - c) Bagi penulis dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk mengimplementasikan dalam dunia usaha.

#### **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan penelitian ini dibuat secara terperinci dan sistematis, agar memberikan kemudahan bagi para pembaca dalam memahami makna dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulis menyusun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

## 1. Bagian Muka

Meliputi halaman sampul (cover), halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman surat pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, dan halaman daftar gambar.

## 2. Bagian Isi

### **BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini memuat gambaran keseluruhan skripsi, yaitu terdiri atas latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

### **BAB II : Kajian Pustaka**

Yaitu membahas tentang (a) etika bisnis meliputi: pengertian, teori, tujuan, prinsip dan asas (b) etika bisnis Islami: pengertian, tujuan, prinsip (c) pengembangan pemasaran: pengertian, strategi dan konsep, (d) penelitian terdahulu, dan (e) kerangka berpikir.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini memuat tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subyek dan obyek penelitian, instrument penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, uji keabsahan data, dan metode analisis data

### **BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini memuat (a) Gambaran Umum Objek Penelitian yang terdiri dari: Sejarah Berdirinya Bordir Dahlia Kudus, profil, Visi Misi, letak geografis, produk, permodalan, proses produksi, tenaga kerja dan kiat-kiat yang dilakukan Bordir Dahlia Kudus (b) Deskripsi data penelitian yang terdiri dari etika bisnis Islami yang

dilakukan Bordir Dahlia Kudus, pengembangan pemasaran yang dilakukan Bordir Dahlia Kudus dan analisis pelaksanaan etika bisnis Islami dalam pengembangan pemasaran yang dijalankan oleh Bordir Dahlia Kudus (c) analisis penelitian yang meliputi: analisis etika bisnis Islami yang dilakukan Bordir Dahlia Kudus, analisis pengembangan pemasaran yang dilakukan Bordir Dahlia Kudus dan analisis pelaksanaan etika bisnis Islami dalam pengembangan pemasaran yang dijalankan oleh Bordir Dahlia Kudus.

#### **BAB V : Penutup**

Pada bab ini meliputi simpulan, keterbatasan penelitian, saran, penutup

#### **3. Bagian Akhir**

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, lampiran-lampiran.

