

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi dan Obyek Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Kecamatan Dlingo merupakan salah satu Kecamatan dari 17 Kecamatan di Kabupaten Bantul Provinsi DIY yang memiliki potensi besar baik di bidang pariwisata serta dibidang Industri Kayu. Kecamatan ini terdiri dari 6 Desa yakni diantaranya Desa Mangunan, Desa Muntuk, Desa Dlingo, Desa Temuwuh, Desa Terong, dan Desa Jatimulyo. Dari sekian Desa tersebut, jumlah penduduk Kecamatan Dlingo sebesar 39.092 orang dengan jumlah laki-laki sebesar 19.463 orang dan perempuan sejumlah 19.629 orang. Dari sekian banyak penduduk tersebut, jumlah golongan usia produktif ialah sebesar 26.795 orang dari umur 15 hingga 64 Tahun (*Website Kecamatan Dlingo, 2018*). Dengan angka tersebut, apabila dikembangkan tentu akan memberikan potensi yang besar untuk pengembangan ekonomi masyarakat Kecamatan Dlingo. Selain daripada itu, penduduk Kecamatan Dlingo mayoritas beragama Islam, sebanyak 39.016 orang.

Potensi lain dari Kecamatan Dlingo adalah dilihat dari segi wilayahnya, dimana wilayah Kecamatan Dlingo ini masih memiliki hutan, baik hutan pribadi maupun milik komunitas. Luas wilayah Kecamatan

Dlingo sebesar 5.793,9790 ha yang terletak di dataran tinggi. Kecamatan Dlingo ini beriklim seperti daerah dataran tinggi pada umumnya dengan cuaca panas. Kecamatan ini terdiri dari daerah tropis dimana didominasi oleh daerah hutan. Sehingga untuk industri kayu pun didukung perkembangannya karena tersedianya bahan baku yang melimpah seperti kayu jati dan mahoni.

Kecamatan Dlingo merupakan salah satu sentra industri yang ada di Kabupaten Bantul. Terdapat tiga sentra industri kerajinan yang sudah berkembang di Kecamatan Dlingo tersebut, yakni Kerajinan bambu, sentra kerajinan kusen dan jendela, serta kerajinan mebel. Ketiga kerajinan tersebut didukung oleh faktor lingkungan dari Kecamatan Dlingo yang menyediakan bahan baku untuk setiap industri tersebut. Industri-industri tersebut bahkan dijadikan sebagai mata pencaharian pokok untuk masyarakat Kecamatan Dlingo. Salah satu industri yang banyak ditekuni oleh masyarakat sebagai mata pencahariannya adalah industri mebel.

Jumlah penduduk Kecamatan Dlingo yang terdata di *website* Kecamatan Dlingo sebagai tukang kayu atau pengusaha mebel adalah sebanyak 337 penduduk pada tahun 2018. Jumlah ini tentu sudah meningkat hingga sekarang, karena penduduk Kecamatan Dlingo sudah banyak yang melirik usaha mebel tersebut sehingga menjadikan usaha mebel sebagai mata pencaharian.

2. Sejarah Munculnya Keterampilan Industri Kreatif Mebel

Menjadi pengusaha mebel bagi penduduk Kecamatan Dlingo merupakan suatu hal yang lazim. Hal tersebut didukung dengan tingginya kemampuan masyarakat Dlingo pada bidang tersebut. Keterampilan bidang mebel ini dimiliki oleh masyarakat Kecamatan Dlingo diawali dengan terjadinya gempa pada Tahun 2006. Musibah tersebut membuat keterpurukan bagi masyarakat Yogyakarta khususnya masyarakat Kecamatan Dlingo. Sehingga banyak relawan dari luar kota bahkan luar Jawa yang berdatangan dengan membawa berbagai bentuk bantuan salah satunya ialah dengan mengajarkan salah satu keterampilan yang potensial bagi penduduk Kecamatan Dlingo khususnya. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Pak Samino

“Dulu itu belajar menghaluskan kayu, beneri pintu, dempul-dempul gitu, dari umur 20, pas gempa itu mba. Pasca gempa ada yang melati” (Wawancara dengan Pak Samino tanggal 14 Februari 2019 Pukul 13.30).

Berawal dari pembinaan tersebut, masyarakat Kecamatan Dlingo mulai bangkit kembali dengan memulai usaha membuat kerajinan industri kreatif mebel. Sehingga dari tahun ke tahun mulai berkembang dan memiliki tenaga kerja sendiri pada setiap usaha mereka. Tenaga kerja yang diambil tersebut masih berasal dari penduduk sekitar. Sehingga dengan menjadi pegawai di usaha mebel inilah pengembangan diri masyarakat Kecamatan Dlingo secara luas mulai berkembang di bidang mebel. Bahkan mayoritas yang menjadi pegawai atau tenaga kerja usaha mebel tersebut membuat usahanya

sendiri. Hal inilah yang menjadikan banyaknya masyarakat Kecamatan Dlingo hingga sekarang yang memiliki usaha di bidang mebel. Hal ini diperkuat dari yang disampaikan Pak Samino,

“ya karena disini banyak yang usaha itu, jadi saya mengikuti aja terus” (Wawancara dengan Pak Samino tanggal 14 Februari 2019 Pukul 13.30).

3. Sistem Produksi Kerajinan Mebel

Pengusaha mebel di Kecamatan Dlingo ini, hampir melakukan produktifitas setiap harinya. Biasanya dimulai dari pagi hari hingga sore hari. Kerajinan yang dihasilkan mayoritas berupa pintu, jendela, almari, meja dan kursi. Untuk memproduksi suatu produk terdapat beberapa hal yang dibutuhkan, baik dari modal dana, tenaga kerja (keterampilan), modal alat, atau pun modal bahan baku. Keempat hal tersebut saling melengkapi untuk dapat menghasilkan suatu produk yang siap untuk ditawarkan kepada konsumen.

Modal berupa uang bagi suatu usaha merupakan hal yang menjadikan permulaan dalam mendirikan suatu usaha. Karena hal inilah yang memberikan pengadaan bagi modal yang lain berupa modal alat dan modal bahan baku. Bagi masyarakat Kecamatan Dlingo ini, modal dana didapatkan dari berbagai sumber, yakni ada yang bersumber dari dana pribadi, dana pemberian dari orang tua, dan bahkan ada yang mendapatkan dana dari pinjaman lembaga keuangan bank konvensional. Pinjaman kepada lembaga tersebut dilakukan oleh pengusaha mebel tersebut dilakukan beberapa kali dengan jumlah rata-

rata Rp 5.000.000 dalam sekali pinjaman. Dana ini biasanya digunakan untuk membeli bahan baku yang akan digunakan pada produksi selanjutnya.

Bahan baku yang digunakan pengusaha mebel di Kecamatan Dlingo dalam memproduksi mebel, biasanya menggunakan kayu jati dan kayu mahoni. Bahan tersebut didapatkan dari lahan penduduk Kecamatan Dlingo sendiri. Karena sentra mebel yang ada di Kecamatan Dlingo ini berupa pintu, maka bahan bakunya biasanya sudah dipesan terlebih dahulu dengan harga Rp 180.000 – Rp 200.000 untuk kayu jati dan Rp 120.000 untuk kayu mahoni. Pengolahan kayu jati dan kayu mahoni tersebut agar menjadi barang siap pakai tentu membutuhkan alat. Alat-alat tersebut berupa *mortising chisel*, gergaji bangku, meja serkel, dan lain sebagainya.

Setiap pengusaha mebel harus memiliki alat tersebut untuk memproduksi produk mebel yang siap untuk dijualkan. Selain daripada itu, keterampilan sumber daya manusia (SDM) juga sangat diperlukan dalam produksi. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh pengusaha mebel ini biasanya berasal dari saudara atau tetangga. Jumlah masing-masing SDM dalam setiap usaha juga berbeda-beda, ada yang berjumlah satu, dua, bahkan lebih dari dua. Setiap pekerja tersebut biasanya diberikan upah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Misalnya, untuk setiap satu produk pintu pekerja akan diberikan upah sebesar Rp 30.000. Biasanya dalam satu hari kerja, pekerja mebel akan

menghasilkan 2 buah produk pintu dalam per orang, sehingga dalam satu hari buruh mebel ini bisa mendapatkan Rp 60.000.

4. Sistem Promosi dan Penjualan Produk Mebel

Sistem penjualan pada suatu usaha tentu tidak akan terlepas hubungannya dengan promosi. Promosi inilah yang menjadi strategi bagi usaha dalam memperkenalkan produknya pada konsumen. Sedangkan untuk penjualan ini merupakan hasil dari promosi tersebut sehingga suatu usaha akan menghasilkan pendapatan. UMKM mebel yang ada di Kecamatan Dlingo pun melakukan kedua hal tersebut, baik promosi maupun penjualan.

Promosi yang dilakukan oleh UMKM mebel pada masyarakat Kecamatan Dlingo dilakukan dengan berbagai macam cara, yakni dengan mempromosikan melalui teman secara langsung atau pun melalui sosial media. Promosi yang dilakukan melalui sosial media mayoritas menggunakan facebook, namun ada juga yang mempromosikan produknya melalui OLX. Strategi promosi melalui sosial media ini tidak berjalan efektif, dan tidak banyak mendapatkan pemesanan dari konsumen. Namun, minat beli konsumen lebih besar dari hasil promosi melalui teman atau kerabat.

Proses penjualan produk mebel ini biasanya dilakukan dengan memesan terlebih dahulu. Pemesanan tersebut dilakukan dengan langsung mendatangi tempat produksi mebel. Target penjualan UMKM mebel di Kecamatan Dlingo ini sudah sampai ke luar kota

DIY. Bahkan di luar Jawa pun sudah ada yang menjadi pelanggan tetap bagi para pelaku UMKM mebel ini, yakni dari Bali dan Jakarta. Berdasarkan hasil wawancara semua informan sama-sama memiliki pelanggan dengan kota yang sama, seperti penuturan dari Pak Feri,

“kalau kita biasanya kerjasama sma orang di Jakarta dan bali. Kita tahunya ya itu saja, harganya cuma harga rumah” (Wawancara dengan Pak Feri tanggal 24 Februari 2019 jam 08.30).

Agen tersebut pada awalnya langsung mendatangi pelaku UMKM mebel dan melihat kualitas produknya, sehingga timbullah ketertarikan untuk memesan secara rutin kepada masyarakat Kecamatan Dlingo ini. Sampai sekarang masih terus berlanjut dan memesan hanya melalui via *whats up*. Sehingga mayoritas pemesanan yang didapatkan oleh UMKM mebel ini berasal dari agen langganan tersebut. Proses pemesanannya pun biasanya memesan dengan jumlah dan bahan sesuai keinginan agen, dan biasanya berupa pintu dan jendela. Untuk pembayarannya biasanya dilakukan setelah pengiriman barang, dan apabila memesan dengan jumlah yang besar akan diberikan muka. Namun, kepastian untuk waktu pembayaran secara lunasnya tidak ditentukan, ada yang hingga sampai satu bulan baru dibayarkan secara lunas.

Dari penjualan tersebut, pelaku UMKM di Kecamatan Dlingo mendapatkan penghasilan tergantung dengan jumlah pemesanan barang. Harga satu buah pintu yang dijual oleh pelaku usaha mebel ini adaah sebesar Rp 170.000 untuk mahoni dan Rp 270.000. Apabila

pemesanan dilakukan dalam jumlah yang banyak, maka hasil yang diperoleh oleh pelaku UMKM mebel ini bisa mencapai di atas Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 setiap bulannya. Namun, penghasilannya tersebut biasanya digunakan untuk membeli bahan baku untuk produksi selanjutnya, dan sebagian keuntungannya untuk kebutuhan sehari-hari karena usaha mebel ini sebagai mata pencaharian pokoknya.

5. Identitas Informan

Responden dalam penelitian kualitatif seringkali disebut dengan informan. Dari informan inilah yang menjadi sumber data primer yang didapatkan dalam penelitian ini. Berikut data-data identitas dari informan tersebut :

Tabel 4.1

Identitas Informan

No	Waktu Wawancara	Nama	Pekerjaan	Jenis Informan
1	Senin, 18 Februari 2019 jam 13.30	Samino	Usaha Mebel (1 Tahun)	Informan Utama
2	Senin, 18 Februari 2019 jam 14.50	Triyono	Usaha Mebel (9 Tahun)	Informan Utama
3	Ahad, 24 Februari 2019 jam 08.30	Feri Prasetyo	Usaha Mebel (7 Tahun)	Informan Utama
4	Ahad, 24 Februari 2019 jam 10.20	Heru Nugraha	Usaha Mebel dan Pengurus Pusaka Desa	Informan Utama
5	Senin, 11 Februari 2019 jam 11.00	<i>Drs. Yuli Hernadi, S.Sos.</i>	Sekretaris Kecamatan Dlingo	Informan Tambahan
6	Jumat, 1 Maret 2019 jam 11.30	Syah Amelia Manggala Putri, S.EI., M.E.I	Dosen	Informan Tambahan
7	Sabtu, 2 Maret 2019 jam 17.00	Indah Rahayu Murnihati, S.E.	Pengusaha dan Pengurus HIMKI	<i>Key Informan</i>

Dari table di atas, dapat kita lihat bahwa untuk responden utama ini berjumlah 4 orang, dimana masing-masing responden memiliki usaha mebel yang sama dan lebih dari 1 tahun. Selain daripada itu, salah satu responden utama ini merupakan pengurus dari Pusaka Desa. Pusaka Desa ini merupakan kelompok pertukangan pemuda di Kecamatan Dlingo yang membuat kerajinan dari limbah kayu. Limbah kayu yang digunakan diambil dari sisa-sisa produksi pengusaha-pengusaha mebel yang ada di sana. Adanya Pusaka Desa ini menggambarkan bahwa tingginya semangat pemuda di Kecamatan Dlingo untuk mengembangkan kerajinan dari kayu tersebut.

Pusaka Desa ini berdiri pada tahun 2016 yang berawal dari adanya penyuluhan tentang mebel yang diadakan oleh Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) pada tahun tersebut. Organisasi ini beranggotakan 20 pemuda yang berasal dari dua Dukuh yang ada di Kecamatan Dlingo, yakni Dukuh Pakis 1 dan Pakis 2 dari Kelurahan Dlingo. Pusaka Desa ini membuat berbagai macam produk yakni, *furniture*, plakat, FM, almari, dan lain sebagainya.

Selain daripada itu, informan kunci dari penelitian ini ialah dari suatu organisasi yang berkaitan dengan mebel yakni HIMKI (Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia). Organisasi ini berskala nasional, yang berpusat di Jakarta dan sudah memiliki mulai merambat ke daerah-daerah dan salah satunya di Yogyakarta. HIMKI didirikan pada tahun 2009 dan khusus di Yogyakarta pada tahun 2016. Fungsi dari adanya

organisasi ini adalah untuk memberikan pelatihan, seminar, dan training kepada pengusaha-pengusaha mebel yang sudah terdaftar di HIMKI. Untuk menjadi anggota ini memerlukan syarat berupa ijin usaha dan melakukan produksi secara berkelanjutan.

B. Kendala Pengembangan Umkm Mebel Di Kecamatan Dlingo

1. Kekurangan Sumber Dana (Modal)

Untuk memulai suatu usaha, tentu dibutuhkan beberapa bentuk modal yakni modal tenaga kerja, modal bahan baku dan alat, serta modal berupa uang. Namun, diantara ketiga modal tersebut, modal uang merupakan hal utama yang harus dipersiapkan selain modal kreatifitas. Untuk bisa mendapatkan bahan baku dan alat produksi tentu membutuhkan dana untuk bisa mendapatkan hal tersebut. Sehingga tanpa mempersiapkan pendanaan tersebut tentu akan menghadapi kesulitan dalam pengadaan bahan baku maupun alat produksi.

Untuk suatu usaha yang ingin berkembang, tentu harus tetap melakukan produksi. Produksi ini bertujuan untuk mempersiapkan persediaan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Sehingga untuk membuat suatu produk siap pakai tentu harus memasok bahan baku tak siap pakai. Untuk industri kreatif mebel, bahan bakunya menggunakan kayu baik dari kayu jati maupun kayu mahoni. Kedua jenis kayu tersebut memiliki harga yang cukup tinggi hingga sampai Rp 200.000 per satu unit. Sedangkan untuk produksi dalam satu hari,

membutuhkan 1-2 unit bahan baku per satu orang tenaga kerja. Oleh karena itu modal dana untuk membeli bahan baku saja untuk produksi selama satu minggu bisa sampai Rp 2.800.000 per satu tenaga kerja.

Dengan kebutuhan di atas, tentu saja perlu disiapkan pendanaan yang cukup tinggi dalam kegiatan produksi. Sehingga pelaku usaha mebel di Kecamatan Dlingo berusaha sekeras mungkin untuk mendapatkan pendanaan. Sebagian dari mereka ada yang mendapatkan pendanaan personal, dan dari keluarga, bahkan ada yang mencari pendanaan pada suatu lembaga keuangan yaitu bank. Sumber pendanaan pribadi ini didapatkan dengan mengumpulkan hasil kerja sendiri dengan menjadi buruh mebel di pengusaha mebel lainnya. Namun, pada pendanaan yang berasal dari lembaga keuangan ini dilakukan karena cadangan sumber pendanaan tersebut sudah tidak dimiliki.

Lembaga keuangan bank yang merupakan sumber pendanaan usaha mebel di Kecamatan Dlingo ini adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Pendanaan yang dilakukan ini dalam bentuk KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang menggunakan sistem bunga per bulan. Bank BRI sebagai pilihan pelaku UMKM mebel untuk meminjam dana ini dikarenakan akses BRI yang mudah dijangkau oleh pengusaha mebel di Kecamatan Dlingo. Pinjaman tersebut dilakukan tidak hanya sekali saja, namun terdapat pengusaha mebel yang melakukan pinjaman lebih

dari dua kali untuk digunakan sebagai modal pembelian bahan baku, seperti penuturan salah satu informan yaitu Pak Triyono

“tidak ada bantuan dari orang lain, ya dari orang tua itu mbak. Dari bapak sedikit terus dari saya sendiri hasil waktu buruh ya sedikit. Ya sama pinjem bank juga, pernah pinjem saat itu kan ada motor it uterus saya masukan untuk jaminan” (Wawancara dengan Pak Triyono Tanggal 18 Februari 2019 jam 14.50).

Permasalahan permodalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo ini disebabkan oleh berbagai faktor, yakni karena faktor tidak terjualnya produk yang sudah diproduksi dan karena faktor pembeli atau pemesan yang tidak membayar pemesananya secara langsung meskipun sudah menerima produk mebel yang dipesankan. Kedua faktor tersebut menyebabkan pengusaha mebel untuk melakukan produksi lagi dikarenakan tidak memiliki cadangan modal dana uang atau pun bahan baku. Sehingga hal tersebut menurunkan produktifitas usaha mebel dan menimbulkan untuk melakukan peminjaman dana pada pihak lain atau dalam hal ini pada lembaga keuangan bank.

Penjualan produk bagi seorang pengusaha selain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tentu bertujuan juga untuk mendapatkan modal produksi selanjutnya. Sehingga apabila produk yang tidak terjual akan menghambat dalam mendapatkan modal untuk memproduksi kembali. Hal inilah yang dialami oleh pelaku usaha mebel di Kecamatan Dlingo, dimana penjualan yang ditargetkan tidak tercapai. Sehingga kendala dalam permodalan dalam pemutaran

sumber pendanaan pun terhambat. Selain daripada itu, laba yang diharapkan dari hasil penjualan produk mebel juga digunakan untuk kehidupan sehari-hari, sehingga cadangan modal pun tidak tersedia. Hal ini dirasakan oleh semua informan dalam penelitian ini, salah satunya oleh Pak Feri

“Kita ini kadang2 susahny kalau ini kerjasama yang penjualnya gak dibayar langsung. Ada pesenan aja,tolong bikin kayak gini. Pesenan ada aja ini belum dibayar, kadang seminggu, 2 minggu kalau kita gak modal misalnya yang besar gak jalan” (Wawancara dengan Pak Feri Tanggal 24 Februari 2019 jam 08.30).

2. Kurangnya Kreatifitas

Pada suatu usaha industri kreatif tentu harus memiliki kreatifitas yang tinggi. Kreatifitas tersebut berguna untuk menghadapi daya saing pasar. Selain daripada itu, kreatifitas juga tentu harus mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen, dimana untuk saat ini konsumen cenderung memilih suatu produk dengan kreatifitas yang tinggi. Oleh karena itu, produk pada suatu usaha harusnya dapat berupa produk yang mengikuti *trending*. Produk dengan kreatifitas tinggi ini digunakan untuk memberikan minat khusus dari konsumen. Namun, apabila hasil produksi berupa produk yang standard yang memiliki kemiripan dengan pengusaha lainnya, tentu ini akan mengakibatkan konsumen akan melirik produk perusahaan yang lain dengan harga yang lebih terjangkau dan mudah untuk dijangkau.

Persaingan pada industri bisnis tentu akan terus dihadapi, begitu pula dengan produk industri kreatif mebel. Mebel ini merupakan suatu

produk yang memiliki tantangan besar dalam hal persaingan, karena produknya memiliki bentuk yang dominan. Namun, pada keadaan bisnis saat ini yang sedang *trending* dengan bisnis berbasis kreatif tentu dapat dilakukan juga oleh industri mebel. Sehingga dalam pengembangan produknya tentu dapat ditonjolkan kreatifitas yang unggul sehingga akan menarik perhatian konsumen. Tetapi, hal ini masih belum diterapkan oleh pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo, dimana mayoritas pelaku UMKM mebel disana masih mempertahankan produk mebel yang masih biasa-biasa saja, tanpa adanya perkembangan bentuknya. Ini diperkuat dari pendapat Ibu Syah Amelia Manggala Putri

“Jadi kekurangannya di UMKM mebel Dlingo ialah pembuatan bentuk atau inovasi yang masih tradisional, masih standar pembuatan secara umum” (Wawancara dengan Ibu Syah pada tanggal 1 Maret 2019 jam 11.30).

Bentuk produk mebel yang dibuat oleh pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo masih hanya berupa pintu, jendela, kusen dan almari dengan tanpa adanya kreasi bentuknya yang beragam. Produk tersebut merupakan bentuk produk secara umum. Bahkan untuk warna produknya pun masih original dari bahan baku, tanpa adanya perubahan. Hal ini disebabkan karena kemampuan dari pelaku UMKM mebel yang masih belum meningkat. Sehingga produk yang diproduksi pun masih sama dengan produk mebel secara umum.

3. Lemahnya Promosi dan Penjualan

Untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas tentu membutuhkan suatu strategi khusus. Hal ini biasa disebut dengan promosi. Promosi ini digunakan untuk menarik perhatian calon pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Efektifitas dari promosi ini tentu akan memberikan peningkatan pada penjualan produk. Oleh karena itu, dengan melakukan promosi secara intens, selain mengenalkan produk kepada calon konsumen juga akan membantu dalam meningkatkan volume penjualan.

Promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo ini, hanya dilakukan dengan metode promosi personal. Metode ini dilakukan dengan menawarkan langsung kepada konsumen. Selain daripada itu, pelaku usaha tersebut juga pernah melakukan promosi melalui sosial media, yakni melalui *facebook* dan satu diantaranya pernah melalui OLX. Namun, metode promosi melalui sosial media ini sudah tidak dikelola lagi. Hal ini dikarenakan tidak konsistennya pelaku UMKM mebel untuk membuka media sosial atau meng-*upload* foto produk. Penyebab lainnya adalah, metode promosi tersebut tidak banyak mendatangkan konsumen, bahkan dua dari responden tersebut tidak mendapatkan pembeli satu orang pun, hal ini seperti yang dituturkan dari Pak Samino

“kadang suka online mbak lewat facebook, tapi kadang agak susah kejualnya terlalu banyak yang buat pintu kayak gini” (Wawancara dengan Pak Samino pada tanggal 18 Februari 2019 jam 13.30).

C. Strategi Pengembangan UMKM Mebel Di Kecamatan Dlingo

1. Mengadakan Pelatihan Manajemen Keuangan

Pengelolaan keuangan bisnis adalah suatu hal yang penting untuk diterapkan. Hal ini bertujuan untuk dapat membantu usaha tetap berjalan dan melakukan produktifitas. Sering kali terjadi, UMKM tidak memperhatikan hal tersebut, sehingga menyebabkan usaha yang dikelola berjalan dengan lamban bahkan berjalan di tempat tanpa adanya perkembangan (Noor Shodiq Askandar, 2013). Daripada itu, banyak UMKM yang sudah ketinggalan dengan usaha persaingan yang lain, bahkan dapat menyebabkan kebangkrutan usaha.

Namun, hal tersebut dapat di atasi dengan beberapa cara, yakni dengan membuat anggaran dana yang meliputi perkiraan jumlah penjualan, perkiraan biaya, serta perkiraan pendapatan dan keuntungan untuk jangka waktu tertentu. Selain daripada itu juga dapat dilakukan dengan pembuatan anggaran tunai maupun tidak tunai (Noor Shodiq Askandar, 2013). Dengan metode tersebut, UMKM akan dapat berjalan dengan lebih terencana serta akan mempengaruhi sistem keuangan usaha menjadi lebih baik. Selain daripada itu, apabila suatu usaha memiliki catatan keuangan yang baik secara rinci tentu hal ini akan membantu dalam proses kemudahan pengajuan permodalan pada lembaga perbankan. Hal ini diperkuat dengan penuturan dari Ibu Syah Amelia

“Kaitannya dengan pembinaan pencatatan usaha, agar mereka memiliki catatan usaha sehingga bank melirik, karena bank melirik usaha-usaha yang bankable, agar bisa dianalisa lebih baik” (Wawancara dengan Ibu Syah Amelia tanggal 1 Maret 2019 jam 11.30).

Untuk pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo sendiri belum memiliki perencanaan keuangan secara detail. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pengetahuan pelaku UMKM dalam membuat perencanaan anggaran tersebut. Sehingga didukung dengan pernyataan dari Ibu Syah Amelia tersebut, bahwa UMKM mebel ini memerlukan suatu pembinaan khusus mengenai pengelolaan keuangan atau anggaran dan pencatatan usaha. Hal ini dapat dilakukan oleh berbagai pihak, baik dari pihak pemerintah lokal maupun pihak akademisi atau organisasi yang bergerak dalam hal tersebut.

Pembinaan ini dapat berupa penyuluhan maupun pelatihan langsung kepada pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo. Urgensi dari pelatihan ini ialah dapat membantu dalam merencanakan sistem keuangan UMKM. Hal tersebut juga dapat mengatasi kendala UMKM yang memiliki pendapatan yang tidak tentu. Bahkan pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo ini sering kali mengalami pembayaran pesanan secara tidak jelas waktunya dari pihak agen. Ketiga responden yang diwawancarai mengalami hal tersebut, seperti yang disampaikan oleh Bapak Triyono

“kadang kita yang ini ya kendalanya misalnya dari segi keuangan, kalau misalnya kita kirim yang ke Jakarta gitu ya kadang uang bayarannya yang lama”

“pernah sampai 3 4 bulan mbak, dulu kan janji tgl sekian ya mas. ini mundur2 gitu sudah gitu minta dikirim lagi”(Wawancara kepada Bapak Triyono tanggal 18 Februari jam 14.50).

Dari pernyataan di atas, tentu menjadi suatu kendala besar bagi pelaku UMKM mebel, dimana penghasilan yang diharapkan tersebut akan digunakan sebagai modal untuk produksi selanjutnya. Sehingga pembinaan akan pencatatan keuangan dan pengelolaan perjanjian dengan pihak agen akan menjadi suatu hal yang harus disoroti dalam pengembangan UMKM mebel ini.

Pelatihan dari kampus dan pihak pemerintah

2. Melakukan Inovasi Kreatifitas Produk

Pentingnya kreatifitas produk pada suatu bisnis tentu merupakan hal yang harus diperhatikan. Hal ini akan membangun keunggulan kompetitif usaha. Secara teoritis, kreatifitas tersebut dapat dilakukan dengan empat hal, dimana salah satunya yakni meningkatkan kreatifitas produk (Noor Shodiq Askandar, 2013). Kreatifitas ini dapat berupa inovasi pada bentuk produk, manfaat, atau pun tampilan produk yang menonjolkan suatu perbedaan khusus dibandingkan dengan produk lainnya. Pada UMKM mebel, dapat dilakukan berbagai hal kreatifitas produk ini. Hal ini seperti yang disarankan oleh Ibu Syah Amelia

“Jadi kekurangannya di UMKM mebel Dlingo ialah pembuatan bentuk atau inovasi yang masih tradisional, masih standar pembuatan secara umum. Akan lebih bagus lagi, apabila menyesuaikan atau diinovasikan dengan bentuk yang kekinian, misalnya bentuk lemari yang kekinian dgn inovasi produk mebel yang dicat baik seperti yang

ada di mall itu mungkin nilainya lebih tinggi seperti itu” (Wawancara dengan Ibu Syah Amelia tanggal 1 Maret 2019 jam 11.30).

Dari pernyataan di atas, maka dapat disarankan bahwa pembuatan produk yang kreatif dapat dijadikan sebagai metode pengembangan UMKM mebel di Kecamatan Dlingo. Refrensi produk-produk yang kreatif ini dapat dilihat dari berbagai sumber, baik dengan melihat secara langsung atau pun melihat pada *trending* kebutuhan konsumen di sosial media. Peningkatan sosial media ini pun dapat memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan kreatifitas mereka. Hal tersebut dapat dilakukan, dengan didukung oleh kemampuan dari pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo yang bisa mengolah bahan kayu dengan berbagai macam, seperti yang dituturkan oleh salah satu respon yaitu Feri Prasetyo

“sebenarnya kalau kita apa aja yang dari kayu bisa kita bikin. Kebanyakan kalau disini kan sentranya pintu” (Wawancara dengan Pak Feri Tanggal 24 Februari 2019 jam 08.30).

Dengan potensi di atas, tentu akan mendukung peningkatan kreatifitas produk bagi pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo. Penciptaan produk yang kreatif ini dapat dilakukan secara mandiri atau pun dapat bekerja sama dengan beberapa pihak yang handal pada bidang tersebut. Selain daripada itu, dapat juga dengan melihat comtoh cara pembuatan melalui teknologi internet yang sudah tentu menyediakan hal tersebut. Dengan kreatifitas tinggi tersebut tentu akan memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen sehingga akan meningkatkan penjualan produk.

Melihat dari perkembangan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat, pelaku UMKM mebel ini dapat melakukan kreatifitas produk misalnya berupa interior dinding yang terbuat dari kayu. Hal ini dikarenakan kebutuhan konsumen yang sesuai dengan keadaan dunia bisnis yang sedang *trending* yakni bisnis kreatif. Produk tersebut juga akan memberikan manfaat khusus yang berbeda dengan produk lainnya, hingga memberikan nilai kepuasan yang tinggi bagi konsumen. Selain itu, produk tersebut dapat diberikan balutan tampilan dengan memberikan cat warna yang menarik. Sehingga produk ini akan menampilkan suatu keindahan tersendiri bagi mata konsumen.

3. Peningkatan Kegiatan Pemasaran Produk

Untuk meningkatkan volume penjualan, tentu hal yang harus dilakukan adalah dengan memperkenalkan produk kepada calon konsumen terlebih dahulu. Perkenalan produk tersebut dapat memberikan ketertarikan pada konsumen, sehingga akan menimbulkan potensi peningkatan volume penjualan. Hal ini biasa disebut dengan promosi penjualan. Terdapat empat teori pendekatan dalam menjual produk, yakni sebagai berikut (Noor Shodiq Askandar, 2013) :

a. Penjualan Dengan Berbasis Produk

Metode ini dilakukan dengan cara pelaku UMKM fokus pada penunjukan keunggulan produk. Sehingga konsumen akan secara langsung dapat melihat kelebihan produk tersebut. Tentu keunggulan produk ini dilakukan dengan terus melakukan

produksi, dalam hal ini ialah dengan memproduksi produk mebel sebanyak-banyaknya. Ketentuan ini dikuatkan dengan pernyataan

Ibu Indah Rahayu Munrnihati

“Kalau usaha kecil tidak usah muluk-muluk, produksi dulu yang banyak nanti kan pasti ada partner, kalau produksinya sekarang, kemudian tiba-tiba dipesen 10 ya tidak bisa dong, fokus dulu produksi nanti akan datang pembeli” (Wawancara kepada Ibu Indah pada tanggal 2 Maret 2019 jam 17.00).

Produksi ini akan memberikan keutamaan sendiri bagi pelaku UMKM mebel. Selain untuk menyediakan produk siap jual, jug dapat mengasah kemampuan produksinya baik produk yang sudah diproduksi sebelumnya maupun produk baru. Sehingga hal ini akan membantu dalam meningkatkan kreatifitas dan inovasi produk. Selain daripada hal itu, pelaku UMKM mebel Kecamatan Dlingo juga dapat melakukan produksi dengan melihat refrensi produk yang lebih kreatif dan mencoba untuk membuatnya. Cara peniruan ini tentu efektif untuk dilakukan oleh pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo, karena kemampuan mebel yang mereka miliki pun belajarnya secara otodidak. Sehingga dari segi kemampuan mereka sangat mendukung untuk pengembangan produk tersebut. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Pak Feri

“belajarnya otodidak aja mbak , ya belajar dari tempat orang dengan melihat saja” (Wawancara dengan Pak Feri pada tanggal 24 Februari 2019 jam 08.30).

b. Menjual Produk Dengan Basis *Relationship*

Metode menggunakan *relationship* ini dilakukan dengan menjalin hubungan dengan semua orang. Cara ini diawali dengan menimbulkan hubungan kedekatan sehingga dapat meningkatkan relasi. Relasi dalam penjualan produk tentu merupakan suatu hal yang sangat diperlukan. Relasi ini akan memberikan *link* penjualan produk agar meningkatkan tingkat promosi dan penjualan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Ibu Syah Amelia

“Jadi mereka juga berinovasi kaitannya dengan pemasaran yang saya samaikan tadi kalau misalnya mereka belum punya komunitas dibuatlah komunitas agar apa komunitas itu bisa menjangking link-link yang lebih luas” (Wawancara dengan Ibu Syah Amelia tanggal 1 Mei jam 11.00).

Metode *relationship* ini sangat berpotensi bagi UMKM mebel di Kecamatan Dlingo. Hal ini disebabkan karena hal tersebut sudah dilakukan sebelumnya dan mendapatkan respon baik dari konsumen. Hal ini juga didukung oleh komunitas yang sudah ada disana, yakni komunitas Pusaka Desa. Komunitas ini merangkul pelaku usaha mebel yang ada di Kelurahan Dlingo, sehingga untuk mendapatkan *link* tentu akan mudah dengan saling mempromosikan produknya pada setiap teman atau kenalannya.

c. Penjualan Berbasis Presentasi

Pendekatan terakhir, yakni dengan melakukan presentasi produk kepada calon konsumen. Presentasi tersebut bertujuan untuk menunjukkan keunggulan produk dengan menjelaskan

secara langsung pada konsumen. Berbagai cara dapat dilakukan dengan metode ini, dapat dilakukan dengan mendatangi langsung calon konsumen atau bisa juga dengan mengikuti *event* pameran, dalam hal ini pada pameran produk mebel. Cara ini mendapatkan dukungan dari Ibu Indah Rahayu Munrniati

“Semua usaha itu itu butuh usaha, jadi kalau dia hanya duduk di Dlingo itu tidak bisa. Ya itu harus melek IT, atau sering ikut pameran. Kalau dia hanya produksi kemudian di rumah tidak bisa berkembang. Harus keluar promosinya” (Wawancara dengan Ibu Indah Rahayu tanggal 2 Mei 2019 jam 17.00).

Metode peningkatan jualan dengan mengikuti *event* yang ada merupakan suatu metode yang akan memperkenalkan produk kepada konsumen langsung. Bahkan konsumen yang akan ditemui dal hal ini cakupannya luas, baik konsumen secara pribadi, lembaga atau pun perusahaan yang dapat diajak untuk kerjasama dalam bidang pengadaan produk mebel. Sehingga pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo ini dapat melakukan perluasan jaringan dengan mengikuti pameran. Namun, hal yang harus dilakukan agar bisa mendapatkan informasi mengenai hal ini ialah dengan mencoba untuk mencari tau tentang pemeran yang akan diadakan. Pencarian tersebut dapat dilakukan dengan melihat pada *web*, internet, dan berbagai bentuk sosial media. Hal ini dapat dilakukan karena pelaku UMKM mebel di Kecamatan Dlingo sudah melek akan teknologi. Hal ini dibuktikan dengan pemasaran online yang pernah mereka terapkan.

d. Menjual Produk Dengan Meningkatkan Pelayanan

Kenyamanan konsumen tentu akan memberikan apresiasi tersendiri dari konsumen. Dengan adanya apresiasi tersebut maka akan menimbulkan loyalitas konsumen. Sehingga metode ini tentunya akan memberikan peningkatan penjualan secara tidak langsung. Pelayanan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM mebel Kecamatan Dlingo ini ialah pada aspek pengiriman barang. Proses pengiriman barang ini merupakan suatu tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM mebel karena produknya yang merupakan bahan berat, seperti yang disampaikan oleh Ibu Indah Rahayu Murnihati

“Kalau sekarang itu mebel ini sama pemerintah sedang diusahakan untuk ekspor. Untuk itu jadi kalau barang2 berat seperti mebel itu tidak bisa di online kan, bisa sih cuma konsumen pasti lihat pada kapasitas dan keamanannya” (Wawancara dengan Ibu Indah Indah tanggal 2 Mei 2019 jam 17.00).

Dalam penjualan secara online, untuk UMKM mebel sendiri memiliki kendala, baik dari segi biaya maupun dari segi alat transportasinya. Namun, hal ini dapat diatasi dengan menggunakan metode penetapan minimal orderan untuk pengiriman jarak jauh. Hal ini dapat dilakukan untuk menghemat dari segi biaya pengiriman serta efektivitas biayanya. Metode ini didukung pada penuturan Ibu Syah Amel

“Kalau menurut saya ya, ada batasan minimal, batasan pemesanan. Jadi minimal berapa bisa dikirim seperti itu” (Wawancara dengan Ibu Syah Amelia 1 Mei 2019 jam 11.30).

4. Teknologi Sebagai Sarana Promosi

Pada saat ini, perkembangan teknologi sudah semakin meningkat. Bahkan teknologi sudah berpindah guna dari penyedia informasi hingga menjadi lahan bisnis bagi pelaku *interprinership*. Bagi pelaku UMKM mebel sendiri dapat memanfaatkan hal tersebut sebagai sarana untuk memaparkan produk yang ada. Hal ini bertujuan untuk menjangkau konsumen secara luas dan dapat mengupayakan dalam penambahan *link* penjualan. Target penjualan melalui internet pun dapat berupa individual atau pun kepada agen.

Pelaku UMKM mebel Kecamatan Dlingo sendiri harus lebih giat lagi dalam mengaktifkan akun promosi yang sudah dibuat di internet, baik di *facebook*, *instagram*, dan lain-lainnya. Hal ini dapat dimulai dengan pengambilan gambar produk yang diproduksi secara giat. Selain daripada itu, pelaku UMKM juga harus siap untuk memposting foto tersebut di akun promosinya secara rutin. Hal ini akan menimbulkan ketertarikan sendiri kepada konsumen dan akan memberikan peluang untuk dilirik oleh calon pelanggan yang ada di sosial media. Metode ini didukung oleh pernyataan dari Ibu Indah Rahayu

“Kalau masuk online, online itu setiap hari harus mengganti barang-barang dan harus sering upload foto” (Wawancara dengan Ibu Indah Rahayu tanggal 2 Mei 2019 jam 17.00).

D. Pandangan Ekonomi Islam Tentang Strategi Pengembangan UMKM Mebel Kecamatan Dlingo

1. Proses Produksi Berdasarkan Sistem Ekonomi Islam

Produksi merupakan suatu proses usaha fisik yang dikeluarkan manusia dan suatu upaya manusia untuk mengelola serta mengubah sumber daya yang ada supaya memiliki manfaat yang lebih tinggi (Imam Al-Ghazali dalam Adiwarmanto A. Karim, 2007). Sehingga dalam proses produksi ini akan menghasilkan suatu produk yang akan digunakan oleh konsumen. Tentunya, proses tersebut harus berpacu pada sistem ekonomi Islam yang dimana produksi ini dilakukan selain bertujuan untuk mencari keuntungan, juga bertujuan dalam menciptakan kemakmuran dan *kemaslahatan* bagi sesama manusia, dalam hal ini bagi konsumen.

Dalam industry mebel sendiri, untuk mencapai tujuan tersebut tentu harus memperhatikan kegunaan dari barang produksinya, seperti misalnya untuk produk pintu. Sehingga tujuan dalam memproduksi pintu ini agar dapat memberikan manfaat perlindungan bagi rumah konsumennya sehingga dapat memberikan perasaan aman bagi pemilik rumah tersebut. Dalam proses produksi sendiri, terdapat tiga hal yang menjadi aspek utamanya yakni, tenaga kerja, bahan baku, dan produk itu sendiri. Berikut penjelasan dari ketiga hal tersebut, yakni :

a. Tenaga Kerja berdasarkan prinsip ekonomi Islam

Salah satu faktor produksi yang berperan penting pada proses produksi ialah tenaga kerja. Tenaga kerja disini merupakan unsur produksi yang akan membantu usaha dalam menghasilkan suatu produk atau biasa disebut dengan sumber daya manusia (SDM). Dalam sistem produksi Islam, dianjurkan untuk memanfaatkan segala jenis sumber daya yang telah disediakan Allah SWT selama hal tersebut tidak ada larangannya. Sehingga dalam sistem produksi ini dapat digunakan berbagai macam sumber daya seperti sumber daya manusia ini.

Pada aspek tenaga kerja ini, usaha mebel di Kecamatan Dlingo sudah menggunakan tenaga kerja dalam sistem produksinya. Penggunaan tenaga kerja ini dapat dijadikan sebagai salah satu usaha untuk biasa memberdayakan masyarakat sekitar, dimana pelaku usaha mebel ini merekrut tenaga kerjanya dari tetangga maupun saudara. Hal ini tentu menjadi suatu hal yang baik menurut ekonomi Islam karena dengan hal tersebut, pelaku usaha mebel ini sudah melaksanakan prinsip tolong menolong seperti yang dianjurkan dalam ekonomi Islam.

Dengan adanya saling kebermanfaatan antara pemilik usaha dengan tenaga kerja yang dimiliki ini, tentu adanya suatu unsur

yang dapat menguntungkan bagi tenaga kerja tersebut yakni upah atau gaji. Prinsip dasar ekonomi Islam dalam menentukan upah tersebut adalah dengan penentuan jumlahnya secara tidak berlebihan atau pun tidak terlalu sedikit. Sehingga dalam memberikan upah ini harus proporsional. Menurut Ibnu Khaldun dalam Adiwarmarman Karim, apabila gaji yang diberikan terlalu rendah, maka pasar akan lemah sehingga produksi tidak akan meningkat. Namun, apabila upah tersebut terlalu tinggi, dapat mengakibatkan adanya inflasi sehingga produsen akan mengurungkan niatnya dalam bekerja (Adiwarmarman A. Karim, 2006).

Pada usaha mebel Kecamatan Dlingo, upah yang diberikan kepada tenaga kerjanya diberikan sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Seperti misalnya pada pintu per unitnya dihasilkan Rp 30.000. Upah tersebut sudah menjadi upah secara umum yang sudah berlaku di Kecamatan Dlingo. Tentu hal tersebut patut untuk dipertahankan sehingga semangat bekerja bagi tenaga kerja ini tetap ada dalam proses produksi.

b. Bahan Baku Mebel Dalam Ekonomi Islam

Bahan baku merupakan suatu unsur yang menjadi unsur pokok dalam suatu produk. Dalam industri mebel ini, bahan baku yang digunakan adalah kayu berupa kayu jati maupun mahoni. Bahan baku ini juga menjadi penentu dalam

menentukan harga pada produk tersebut. Tentunya, bahan baku yang digunakan dalam prinsip ekonomi Islam harus merupakan suatu barang yang halal, baik dari wujudnya atau pun dari cara mendapatkannya.

Penggunaan bahan baku dalam industri mebel ini tentunya merupakan suatu barang yang halal, karena merupakan suatu bahan yang sudah tersedia dari alam semesta dan tidak merupakan barang yang halal. Namun, terdapat suatu tantangan dalam proses mendapatkan bahan baku tersebut yakni merusak alam. Hal tersebut tentu dilarang dalam ekonomi Islam. Hal tersebut seperti yang disampaikan dalam Adiwarmanto Karim bahwa seorang pelaku ekonomi tidak diperbolehkan untuk mencari keuntungan apabila dengan hal tersebut dapat merugikan orang lain atau pun merusak alam (Adiwarmanto Karim, 2006). Maka dari itu, pelaku usaha mebel ini tentu harus memperhatikan kelestarian ini, sehingga dalam mencari bahan baku ini tidak harus dalam jumlah yang berlebihan. Hal ini untuk mewujudkan keberkahan dalam usaha seperti yang tertera dalam prinsip bisnis Islami.

c. Produk Mebel dalam Ekonomi Islam

Dalam pandangan Islam, tidak ada batasan terhadap menciptakan suatu produk, selama hal tersebut bukan merupakan produk yang tidak haram serta tidak merusak.

Dalam usaha mebel sendiri, produk yang dihasilkan bukan merupakan suatu produk yang merugi, namun produk yang dihasilkan dapat dirasakan manfaatnya oleh semua kalangan.

Pada sistem produksi yang dilakukan oleh UMKM mebel ini biasanya dilakukan sesuai dengan pesanan. Sehingga tantangan dalam produk untuk usaha mebel ini harus menyesuaikan dengan pesanan konsumen. Sehingga apabila terjadi suatu *complain* yang dilakukan oleh konsumen baik karena kualitasnya yang tidak sesuai tentu harus digantikan. Maka dari itu, perlunya suatu kejelasan terlebih dahulu mengenai produk yang dipesan tersebut. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Ibu Syah Amelia

“Tentunya kalau UMKM dalam penanganan ekonomi syariah otomatis segala kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti jual belinya seperti apa barangnya harus jelas, selanjutnya kualitas barangnya harus disampaikan kaitannya dengan kejujuran. Karena jual beli itu harus ada penjual, pembeli dan objeknya” (Wawancara dengan Ibu Syah Amelia tanggal 2 Mei 2019 jam 11.00).

Dari hal tersebut, dapat kita tarik sebuah solusi untuk sistem pemesanan dalam usaha mebel ini, yakni dengan menunjukkan suatu contoh produk yang akan dipilih oleh konsumen sehingga konsumen akan dapat memilih produk yang diinginkan baik dilihat dari bentuk produknya, bahan bakunya, atau pun kualitasnya. Dengan hal ini, maka produk yang dihasilkan oleh usaha mebel di Kecamatan Dlingo dapat

menciptakan keberkahan baik untuk produsennya maupun untuk konsumen.

2. Etika Bisnis Islam Pada Pengembangan Produk

Secara teori, ekonomi Islam memberikan syarat untuk suatu produk agar dapat dinyatakan sebagai produk halal. Syarat-syarat tersebut sebagai berikut (Hasan Aedy, 2015) :

- a. Bahan yang digunakan bersumber dari proses yang halal dan dengan pengolahan yang halal. Dalam hal ini, untuk UMKM mebel dapat kita sambungkan dengan cara mendapatkan bahan kayu yang digunakan untuk produksi. Hal ini tentu harus diperhatikan oleh pelaku UMKM mebel ini ketika akan membeli bahan baku. Sehingga proses mendapatkan bahan baku tersebut masih tergolong dengan proses yang halal, tanpa melakukan hal-hal yang dilarang seperti mencuri, menipu, dan lain sebagainya.
- b. Bahan baku yang digunakan halal berdasarkan zatnya. Untuk UMKM mebel yang ada di Kecamatan Dlingo ini biasanya menggunakan bahan kayu jati, mahoni, atau pun bahan kayu akasia. Sehingga bahan baku tersebut tidak merupakan bahan yang haram seperti babi, darah, arak, dan lain sebagainya.
- c. Proses Produksi dilakukan dengan cara Halal. Proses produksi ini terdapat beberapa teknis yang dilakukan. Hal ini menyangkut dari modal dana yang didapatkan, sumber daya

manusia, atau pun bahan baku, serta proses produksi yang tidak merusak alam. Sehingga dalam usaha mebel dalam mencapai hal tersebut harus memperhatikan hal tersebut.

Secara teori, untuk sumber dana yang halal tentu harus terjauh dari sistem bunga atau pun sistem yang dapat merugikan salah satu pihak. Hal ini terkait dengan yang ada di Bank Konvensional. Sehingga untuk bisa dikatakan modal halal tentu yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM ini adalah tidak meminjam modal dari bank tersebut. Pada saat ini, perkembangan ekonomi Islam juga sudah sampai pada lembaga keuangan bank, yang biasa disebut dengan Bank Syariah. perkembangan ekonomi Islam juga sudah sampai pada lembaga keuangan bank, yang biasa disebut dengan Bank Syariah. Sehingga pelaku UMKM mebel ini harus lebih cermat dalam memilih sumber permodalan yang tidak merugikan dirinya sendiri dengan melakukan pembiayaan di Bank Syariah tentunya.

3. Distribusi Dalam Ekonomi Islam

Pada sistem distribusi ini terdapat tiga faktor yang menjadi aspek penting, yakni agen, penjualan dan harga. Berikut penjelasan mengenai hal tersebut :

a. Agen Dalam Ekonomi Islam

Agen merupakan pihak kedua dari suatu penjualan setelah adanya produsen. Agen inilah yang akan menyalurkan produk kepada konsumen secara langsung. Dalam proses penjualannya kepada agen tentu hal yang harus dihindari dari kedua belah pihak adalah *gharar* atau ketidakjelasan. Dalam pemesanan barang yang dilakukan oleh agen ini tentu haruslah dilakukan dengan perjanjian, baik dari produk, harga, atau pun waktu pengiriman. Hal ini bisa dilakukan dengan prinsip ekonomi Islam yaitu akad jual-beli.

Pada usaha mebel di Kecamatan Dlingo, proses pemesanan langsung dilakukan oleh agen melalui *chatting online* via *whats up*. Namun, yang harus diperhatikan adalah perlunya kejelasan dalam hal harga, warna, ukuran, jenis bahan baku, bentuknya, serta waktu pengiriman dan waktu pembayarannya. Hal tersebut untuk menghindari hal-hal yang diharamkan dalam ekonomi Islam seperti *gharar*. Sehingga antara pihak produsen dan agen tidak ada yang saling merugikan dan saling menzalimi satu sama lain, seperti prinsip bisnis dalam ekonomi Islam.

b. Promosi Penjualan Dalam Ekonomi Islam

Pada zaman ini, untuk promosi sendiri sudah ada fasilitas yang sangat canggih, yakni promosi melalui sosial media. Hal ini merupakan suatu sistem promosi yang efektif untuk menjangkau konsumen secara luas. Pada usaha mebel sendiri, promosi melalui

media sosial ini sudah dilakukan. Namun, hal yang harus diperhatikan adalah harusnya promosi yang dilakukan ini menyertakan segala hal mengenai produk yang ditawarkan. Sehingga dapat memberikan kejelasan kepada calon pembeli yang ada di sosial media. Hal ini seperti menyertakan bahan baku mebelnya, kualitasnya, harganya, cat nya, dan segala hal mengenai produk itu sendiri.

c. Harga Dalam Ekonomi Islam

Dalam menentukan harga dalam ekonomi Islam, tidak menentukan adanya batasan jumlahnya. Namun, ekonomi Islam menekankan untuk dapat memberikan harga sewajarnya, serta adanya kesepakatan atau keridaan antara penjual dan pembeli. Sehingga dalam menentukan harga, baiknya menentukan harga sesuai dengan kualitas dan kebermanfaatan produknya. Pada usaha mebel ini, biasanya menentukan harga sesuai dengan harga yang berlaku di kalangan mebel lainnya. Sehingga penentuan harga ini dapat dikatakan sebagai harga yang adil untuk konsumen, hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yakni adanya keadilan seperti yang disampaikan oleh Adiwarna A Karim bahwa seorang pelaku ekonomi tidak diperbolehkan untuk mencari keuntungan apabila dengan hal tersebut dapat merugikan orang lain atau pun merusak alam (Adiwarman A. Karim, 2007).

4. Manajemen Keuangan Dalam Ekonomi Islam

Dalam manajemen keuangan suatu usaha, tentu hal yang menjadi penting adalah bagaimana mengelola sumber dana serta penggunaan dana yang didapatkan. Berikut penjelasan dari kedua hal tersebut :

a. Sumber Perolehan Dana Dalam Ekonomi Islam

Perolehan dana dalam pada suatu usaha dapat dikatakan sebagai modal. Namun, modal dalam hal ini dapat berbentuk uang. Pada pelaku usaha mebel ini memperoleh dananya ada yang dari dana sendiri atau pun melakukan peminjaman dari Bank Konvensional. Tentu hal inilah yang menjadi tantangan dalam usaha mebel ini dimana untuk perolehan dana harus terjauh dari yang diharamkan oleh ekonomi Islam yakni bunga yang termasuk riba. Sehingga hal tersebut harusnya dapat diperbaiki dengan mencari sumber dana dengan cara halal, seperti peminjaman di Bank Syariah yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah.

b. Pengeluaran Dana Dalam Ekonomi Islam

Untuk dapat mengeluarkan dana dalam suatu usaha tentu bersumber dari laba. Sehingga perolehan laba tersebut haruslah dengan cara yang halal. Selain daripada itu, pengeluaran yang dilakukan juga harus sesuai dengan ajaran Islam. Dalam suatu usaha dianjurkan untuk dapat mengalokasikan dana yang didapatkan kepada orang yang tidak mampu, yakni dengan

melakukan zakat, infaq, atau shadaqah. Hal sesuai dengan perintah Allah SWT agar terwujudnya keberkahan dalam mendapatkan harta atau keuntungan.

5. Prinsip Saling Menguntungkan Dalam Islam

Salah satu prinsip Islam mengenai kerjasama antara dua pihak atau lebih yakni dengan menekankan pada tidak saling merugikan satu sama lain. Hal ini bertujuan untuk dapat terus menjalankan kerjasama secara berkelanjutan di antara kedua pihak tersebut. Namun, apabila salah satu sudah dirugikan maka akan menyebabkan berhentinya transaksi sehingga akan menimbulkan kerugian. Pada zaman Rasulullah SAW ini menekankan untuk kedua belah pihak saling menguntungkan. Salah contohnya yakni pada kasus jual beli tanah pada saat itu, dimana jual beli tanah tersebut bergantung pada lemparan batu, dimana barang siapa yang lemparan batunya paling kuat maka akan mendapatkan tanah yang luas, dan berlaku sebaliknya. Hal ini kemudian dilarang oleh Rasulullah SAW karena dianggap dapat merugikan salah satu pihak (Noor Shodiq Askandar, 2013).

Untuk dapat menguntungkan satu sama lain, maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM mebel, yakni :

a) Bertransaksi dengan Jujur

Transaksi yang jujur dapat mendatangkan kepercayaan antara satu sama lain. Kepercayaan dalam suatu transaksi bisnis

akan mendatangkan keuntungan karena pelaku bisnis tersebut akan mendapatkan manfaat sesuai dengan harapan masing-masing. Dalam UMKM mebel di Kecamatan Dlingo, hal ini dapat diterapkan dengan menciptakan transaksi yang jujur kepada konsumen baik konsumen secara pribadi maupun agen. Kejujuran tersebut dapat diterapkan dengan transparansi keuntungan yang diambil, dan bahan baku yang digunakan.

b) Menimbulkan Keikhlasan Dalam Bertransaksi

Kedua belah pihak yang bertransaksi ini tidak boleh menimbulkan keterpaksaan. Keterpaksaan tersebut biasanya disebabkan karena adanya tekanan dari salah satu pihak. Sehingga dalam UMKM mebel di Kecamatan Dlingo harus mengedepankan hak dan kewajibannya serta hak dan kewajiban dari pelanggan.

c) Kejelasan Dalam Tata Cara, Akad, Dan Barang Transaksi

Islam menekankan bahwa adanya kejelasan yang kaitannya dengan transaksi. Misalnya dalam harga kejelasan harga, waktu pembayaran, dan sistem pembayaran. Selain daripada itu, barang yang ditransaksi pun harus jelas.

1. Strategi Usaha Sukses Rasulullah

Rasulullah merupakan actor teladan dalam berbisnis. Hal ini dapat kita lihat dari pengalaman Beliau yang menjadi pengusaha sejak kecil.

Berikut kunci sukses berbisnis yang diterapkan oleh Rasulullah (Noor Shodiq Askandar, 2013) :

a) Menjadikan Pekerjaan Sebagai Sarana Menuju Ke surga

Dalam bekerja, tentu bukan semata-mata kita untuk mencari keuntungan. Sehingga dalam hal ini maka pelaku UMKM mebel Kecamatan Dlingo harus memiliki prinsip penjualan untuk mendapatkan Ridho Allah SWT.

b) Tidak Memainkan Kepercayaan

Mendapatkan kepercayaan dari konsumen, tentu merupakan suatu pencapaian yang bagus untuk pelaku bisnis. Sehingga dalam hal pelaku UMKM mebel maka harus memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang diperjualbelikan harus sesuai dengan pesanan tanpa adanya penipuan.

c) Berfikir Secara Kreatif

Pemikiran kreatif bagi seorang pebisnis merupakan suatu bekal yang sangat besar. Sehingga bagi pelaku UMKM mebel ini harus terus mencoba untuk mengkerasikan produk. Hal ini menunjukkan keberanian pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan permintaan konsumen.

d) Memiliki Perencanaan Bisnis Yang Baik

Perencanaan ini dapat digunakan untuk melihat tujuan dari usaha yang ingin dicapai. Sama halnya seperti yang dilakukan

oleh Rasulullah dalam merencanakan segala sesuatu sebelum Ia bertindak untuk mengembangkan bisnisnya.

e) **Memperhatikan Karyawan Dengan Baik**

Seorang pemilik usaha yang memiliki karyawan tentu harus memperhatikan karyawannya, seperti untuk upahnya. Sehingga dalam memberikan upah kepada karyawan harus sesuai dengan yang diperjanjikan

f) **Pandai Bersyukur**

Allah SWT sangat menyayangi orang-orang yang bersyukur. Biasanya, orang yang bersyukur ini akan mendapatkan ketenangan dan segala bentuk kegiatannya akan menjadi lebih mudah.

g) **Berusaha Menjadi Orang Yang Bermanfaat**

Kebermanfaatan tersebut dapat dilakukan dengan memberikan keuntungan atau rezekinya kepada orang yang membutuhkan. Dengan cara ini, maka Allah akan memberikan keberlipatan ganda bagi rezekinya dan keberkahan dalam kegiatan bisnisnya.