

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) INDUSTRI KREATIF BERDASARKAN PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus: UMKM Mebel Di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul)

***STRATEGY OF DEVELOPMENT OF MSMEs (MEDIUM SMALL AND MICRO
BUSINESS) CREATIVE INDUSTRY BASED ON ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE
(CASE STUDY OF FURNITURE SMALL MEDIUM AND MICRO BUSINESS IN DLINGO
DISTRICT, BANTUL REGENCY)***

Lale Yomi Safitri dan Safaah Restuning Hayati

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Ring Road Barat,
Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. 55184*

*E-mail: laleyomisafitri26@gmail.com
safaahrestuninghayati@gmail.com*

Abstrak

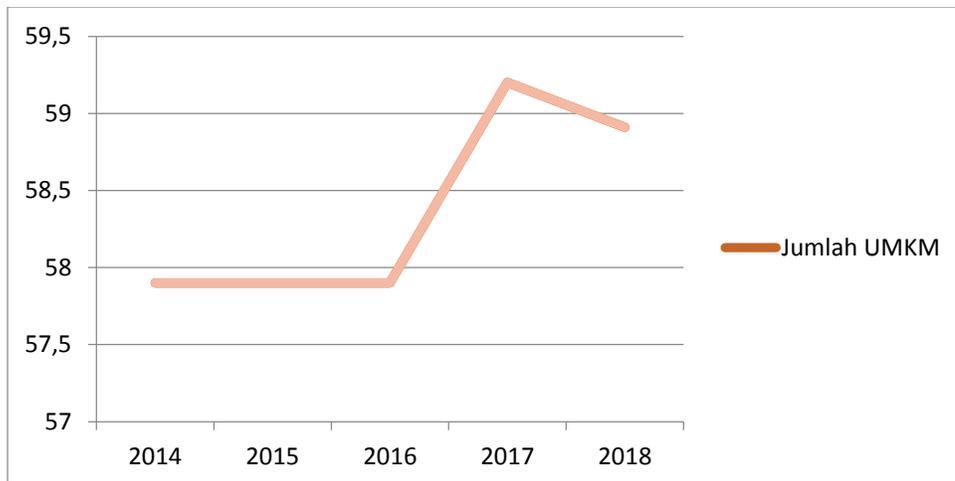
Perkembangan UMKM dari tahun ke tahun semakin meningkat, namun salah satu UMKM yang kurang dilirik yaitu UMKM mebel, seperti pada UMKM mebel di Kecamatan Dlingo, Bantul. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi pelaku UMKM mebel dalam mengembangkan usahanya selama ini serta untuk pencarian alternative metode pengembangan usahanya tersebut berdasarkan ekonomi Islam. Batasan penelitian ini hanya terfokuskan pada usaha mikro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara tidak terstruktur. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi UMKM tersebut pada pengadaan modal, pengelolaan keuangan, kurangnya inovasi produk dengan *trending* masa kini, serta lemahnya promosi dan penjualan produk. Dari sekian kendala di atas, terdapat beberapa srategi yang dapat dilakukan, yakni dengan melakukan pelatihan pengelolaan keuangan, peningkatan kreatifitas inovasi produk, peningkatan pemasaran, dan promosi melakukan teknologi.

Kata kunci: UMKM, Industri Mebel, Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

UMKM saat ini memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi suatu Negara. Hal tersebut dikarenakan UMKM telah menyumbang pada PDB sebesar 60,34 % pada bulan Juni 2018 lalu berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Selain daripada itu, UMKM dapat menyerap tenaga kerja sehingga membantu dalam mengurangi pengangguran yang ada, serta sebagai penggerak ekonomi secara nasional. Pencapaian UMKM tersebut tidak terlepas pengaruhnya dari pelaku usaha itu sendiri. Semakin tinggi produktifitas pelaku usahanya, maka akan memberikan peningkatan pula pada kontribusi yang akan diberikan pada PDB. Sehingga hal tersebut akan berhubungan langsung dengan tenaga kerja yang ada. Inilah salah satu fungsi dari peningkatan UMKM tersebut, dimana UMKM ini dapat menyerap tenaga kerja yang ada. Berdasarkan data dari Bank Indonesia jumlah penyerapan tenaga kerja dari UMKM ini sebanyak 96,9%. Dengan hal tersebut maka UMKM akan membantu dalam mengurangi pengangguran yang ada, dan merubah masyarakat menjadi lebih produktif.

Peran UMKM tersebut didukung dengan perkembangan jumlahnya yang begitu pesat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM pada tahun 2018 mencapai 58,91 juta. Dengan jumlah tersebut, apabila dikembangkan dengan maksimal maka akan menghasilkan suatu pencapaian ekonomi yang besar bagi pelaku UMKM tersebut. Berikut jumlah UMKM yang dilansirkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM :



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018

Grafik 1.1

Grafik Jumlah UMKM di Indonesia

(Dalam Jutaan)

Dari grafik di atas, dapat kita lihat bahwa perkembangan UMKM saat ini sudah mencapai jutaan unit. Namun, dari perkembangannya tersebut terdapat penurunan jumlah UMKM dari tahun 2017 ke tahun 2018, yakni dari 59.2 juta turun menjadi 58.91 juta. Apabila keduanya dibandingkan, penurunan ini mencapai 290.000 unit UMKM. Angka ini tentu bukan angka yang kecil untuk sebuah usaha. Dengan kemerosotan tersebut dapat kita katakan bahwa terdapat suatu kendala bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya. Kendala tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor, baik dari faktor modal, produk, pemasaran, atau pun sistem usahanya itu sendiri. Sehingga perlunya suatu solusi bagi UMKM untuk dapat kembali berkembang dengan memperbaharui sistem usahanya menggunakan cara yang lebih baik dan dapat membantu dalam mempertahankan perkembangan usahanya.

Perkembangan keberadaan UMKM saat ini sudah ada pada setiap daerah di Indonesia. Salah satu daerah yang memiliki UMKM dengan kontribusi tinggi terhadap perekonomian daerahnya yakni Provinsi Yogyakarta. Dilihat pada data Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta, 95% perekonomian DIY disumbangkan dari UMKM. Jumlah ini tentu bukanlah jumlah yang kecil, sehingga akan berpotensi besar untuk dikembangkan.

Pengembangan UMKM yang merupakan sektor riil ini akan efektif menggunakan sistem ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam lebih mengutamakan sektor riil daripada sektor moneter. Hal ini disebabkan karena keterkaitannya sektor riil dengan aktivitas perdagangan yang merupakan aspek kehidupan yang bersifat horizontal atau hubungan antara manusia dengan manusia, sehingga mendapatkan penekanan khusus dari ekonomi Islam (Jusmaliani, 2008).

Berdasarkan penjelasan di atas, dengan adanya eksistensi ekonomi Islam dengan prinsip keadilannya dalam berbisnis dan potensi pengembangan ekonomi pada bidang pengolahan industri yang ada, maka penelitian ini akan melakukan penelitian dalam pengembangan salah satu mata pencaharian yang berpotensi di Kecamatan Dlingo yaitu Industri mebel. Sehingga penelitian ini akan berjudul “Strategi Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Industri Kreatif Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus UMKM Mebel Di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan (*Field research*) yaitu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan hasil data yang didapatkan (Sugiyono, 2016). Mulai dari bagaimana penerapan program bantaun bedah rumah, pengentasan kemiskinan, dan program berkelanjutan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 92 penerima bantuan bedah rumah dalam rentan tahun 2016 sampai 2018.

Penentuan sampelnya menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik penarikan sampel secara sengaja dengan menggunakan beberapa kriteria. Kriteria tersebut diantaranya adalah 1) Masyarakat harus yang mendapat bantuan program bedah rumah dari BAZNAS Kabupaten Kulon Progo. 2) Masyarakat penerima bantuan program bedah rumah adalah yang mendapat dalam kurun waktu tahun 2016 sampai 2018. 3)

Masyarakat penerima batuan program bedah rumah adalah yang memiliki rumah tersebut bukan milik orang lain. 4) Masyarakat penerima bantuan program bedah rumah adalah yang berpenghasilan di bawah rata-rata atau dikategorikan miskin. 5) Masyarakat penerima bantuan bedah rumah masuk ke dalam Basis Data Terpadu (BDT).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum 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 amupun 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-indusri 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.

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 indusri 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.

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.

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.

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.

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.

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 pengolaan keuangan atau anggaran dan pencataan 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.

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.

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.

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.

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. Produksi ini akan memberikan keutamaan sendiri bagi pelaku UMKM mebel. Selain untuk menyediakan produk siap jual, juga 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 referensi 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.

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. 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.

Metode peningkatan jualan dengan mengikuti *event* yang ada merupakan suatu metode yang akan memperkenalkan produk kepada konsumen langsung. Bahkan konsumen yang akan ditemui dalam 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 pameran 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.

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.

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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kendala Pengembangan UMKM mebel di Kecamatan Dlingo adalah dari segi faktor internal dan faktor eksternal. Kendala internal ini meliputi pengadaan sumber modal dana serta manajemen keuangannya, inovasi produk, dan kurangnya promosi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung (promosi melalui sosial media) kepada konsumen. Adapun faktor eksternal disebabkan oleh kurangnya konsistensi agen dalam membayar pesanan. Pandangan ekonomi Islam terhadap strategi pengembangan UMKM mebel di Kecamatan Dlingo ini mencakup semua aspek usaha tersebut. Baik dalam hal kehalalan produk, sistem produksi yang sesuai syari'at, sumber permodalan yang halal, sistem promosi yang jelas bahkan dengan menegakkan prinsip saling menguntungkan antara pembeli dan penjual. Dari semua aspek tersebut, dapat memberikan arahan strategi pengembangan usaha yang lebih berkah serta menguntungkan baik untuk penjual maupun untuk pembeli.

Untuk mengatasi kendala pengembangan UMKM mebel di Kecamatan Dlingo ini bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan. Sehingga dalam proses pengembangan ini membutuhkan keseriusan yang tinggi dan keterbukaan diri pelaku UMKM tersebut pada teknis pengembangan bisnis masa kini. Keterbukaan pelaku tersebut meliputi hal-hal

terkait dengan lebih menekankan pada inovasi produk dengan kebutuhan konsumen pada saat ini. Selain daripada itu, pelaku UMKM mebel juga harus melek akan teknologi sehingga dapat memasarkan produknya secara luas di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)*. Jurnal Sosiohumaniora. Volume 19 No. 2 dari <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249> 20 Februari 19.00
- Arsyat, Lincolin. 2015. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada
- Askandar, Noor Shodiq. 2013. *99n Great Ways Menjadi Pengusaha Muslim Sukses*. Jakarta: Erlangga
- Baiquni, M dan Indiarito. 2015. *Kajian Distribusi Spasial Industri Mebel Kayu Di Kabupaten Bantul* dari <http://lib.geo.ugm.ac.id/ojs/index.php/jbi/article/view/368> 20 Februari 19.15
- Ebert, Ronald J dan Ricky W. Griffin. 2014. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Gomes, Faustino Cardoso. 2003. *Manajemen Sumber Daya Mansusia*. Dalam jurnal Supriyanto, Diakses pada 26 Februari 2019
- Huda, Choirul. 2016. *Model Pengelolaan Bisnis Syariah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang*. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Volume 24 Nomor 1 dari https://www.researchgate.net/publication/318782965_MODEL_PENGELOLAAN_BISNIS_SYARIAH_Studi_Kasus_Lembaga_Pengembangan_Usha_Yayasan_Badan_Wakaf_Sultan_Agung_Semarang 20 Februari 19.12
- Huda, Nurul. 2015. *Ekonomi Pembangunan Islam*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Husein Umar. 2005. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Indrianti, Ashri. 2015. *Strategi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah*. Bogor : IPB dari <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/74556> 20 Februari 19.30
- Irawati, Rina. 2018. *Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil*. Volume 12 Nomor 1 dari <https://lp2m.asia.ac.id/wp-content/uploads/2018/04/11.-JURNAL-RINA-VOL-12-NO-1-2018.pdf> 20 Februari 20.00
- Ishomuddin. 2005. *Sosiologi Perspektif Islam*. Malang : UMM Pres
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Jumaita. 2017. *Analisis Kelayakan Pengembangan Industri Mebel Maha Karya Di Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar*. Jurnal Ekonomi. Volume 4 Nomor 1 dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/13270> 20 Februari 20.40
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Justin, Carlos, dkk. 2001. *Small Busniness Management*. Jakarta: 2001
- Kuncoro, Mudrajad. 2000. *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan*. UPP AMP : YKPN
- Laurinda, Vallen, Lely Indah Mindarti, dan Endah Setyowati. 2018. *Pengembangan Industri Pengolahan Kayu Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Lokal*. Jurnal Administrasi Publik. Volume 3 Nomor 7 dari <https://www.neliti.com/id/publications/82188/pengembangan-industri-pengolahan-kayu-sebagai-upaya-pengembangan-ekonomi-lokal-s> 20 Februari jam 21.00
- Marzuki. 2005. *Metode Riset*. Yogyakarta : Ekonisia
- Matutina. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Gramedia Widia Sarana Indonesia
- Mubarok, Nurul dan Eriza Yolanda Maldina. 2017. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*. Jurnal Ekonomi Volume 3 Nomor 1 dari <http://eprints.radenfatah.ac.id/1120/> 20 Februari jam 21.40
- Norvadewi. 2015. *Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Al-Tijary Volume 01. Nomor 01 dari <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/altijary/issue/view/59> 20 Februari 22.00
- Pabunda, Moh Tika. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Rahmana. 2009. *Peran Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Yogyakarta : SNATI
- Saefuddin, Ahmad. 2007. *Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Samudera
- Subari, M. 2017. *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Miskin Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Di Kelurahan Gempeng Kelurahan Bangil)*. Jurnal Studi Islam Vol 12 No 1 dari <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/pwahana/article/view/290> 20 Februari 22.30
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sutrisno, Hadi. 2002. *Metode Research*. Yogyakarta : UGM
- Veithzal Rivai, Andi Buchori. 2013. *Islamic Economics : Ekonomi Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: Bumi Aksara.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Safaah Restuning, S.EI., M.A., EK.
NIK : 3314116112890001

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Lale yoni safitri

NPM : 20150730176

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Naskah Ringkas : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Industri Kreatif Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. (Studi Kasus : UMKM Mebel di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul).

Hasil Tes Turnitin* : 5%

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 05 April 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Ekonomi Syariah



Dosen Pembimbing Skripsi,

(Safaah Restuning, S.EI., M.A., EK)

*Wajib menyatakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.