

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Usaha

1. Pengertian Manajemen

Secara bahasa manajemen berasal dari bahasa Inggris yang berarti ketatalaksanaan, pengelolaan dan tata pimpinan. Jadi manajemen diartikan sebagai suatu proses yang dilakukan oleh suatu individu maupun sekelompok orang dengan melakukan upaya mengkoordinir untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu manajemen juga dapat diartikan sebagai pengorganisasian dan pengawasan terhadap suatu permasalahan yang ada dalam suatu bisnis ataupun usaha. Dalam organisasi-organisasi modern manajemen merupakan software yang sangat penting untuk menentukan berhasil tidaknya suatu jalannya organisasi.¹¹

Menurut GR. Terry manajemen merupakan sebuah proses yang berupa perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan pergerakan dimana hal tersebut dilakukan guna mencapai sasaran yang sebelumnya telah ditentukan dengan melakukan pemaksimalan dalam memanfaatkan sumber daya.

Menurut Harold Koontz dan Cyril O'Donnel manajemen merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan melalui

¹¹ Awaludin Pimay, *Manajemen Dakwah Sebuah Pengantar* (Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu Group, 2013), hal.1.

suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang, dengan begitu seorang manajer memiliki tugas mengkoordinasi aktivitas orang lain mulai dari perencanaan, pengorganisasian pergerakan maupun pengendalian secara menyeluruh.¹²

Menurut Drs. H. Malayu S.P Hasibun manajemen merupakan ilmu dan seni yang digunakan untuk mengatur semua proses dalam memanfaatkan sumber daya secara lebih efektif dan efisien sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa manajemen berarti suatu aktivitas dalam menentukan dan mencapai tujuan usaha melalui perencanaan, pengorganisasian pengoordinasian serta pengontrolan dari sumber daya.¹³

Dalam suatu usaha manajemen mengatur baik mulai produksi sampai dengan distribusi. Manajemen produksi diartikan sebagai suatu proses dalam melakukan proses buat mempelajari produksi barang, termasuk mengenai porto atau efisiensi ekonomi dan kualitas pengeluaran dari usaha tersebut. Manajemen produksi (production management) mulai dikenalkan sejak F.W. Taylor mengungkapkan pemikirannya yang populer menggunakan sebutan manajemen ilmiah (scientific management) sebelum akhirnya Jepang muncul menjadi galat satu negara industri berteknologi tinggi serta menawarkan

¹² Usman Efendi, *Asas Manajemen* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal.63.

¹³ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen; Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hal.2.

manajemen mutu terpadu (Total Quality Management) dan Just In Time Production System di tahun 1970-an.¹⁴

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan manajemen produksi adalah mengenai penentuan maupun penggunaan mesin-mesin, alat-alat, lay out peralatan, serta bagaimana cara yang dapat dilakukan untuk memproduksi suatu barang dan jasa sehingga memiliki kualitas yang baik. Manajemen produksi mulai berkembang yaitu setelah manusia mulai bisa menghasilkan suatu barang maupun jasa, hal tersebut berkembang pesat karena diakibatkan oleh beberapa faktor. Jadi dapat ditarik kesimpulan manajemen produksi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber sumber daya berupa sumber daya manusia sumber daya alam dan sumber daya dana serta bahan menjadi lebih efektif serta efisien sehingga mampu menciptakan dan memberikan nilai tambah suatu barang maupun jasa.

Selain itu manajemen juga mengatur mengenai distribusi. Manajemen distribusi adalah suatu kegiatan yang utama dalam suatu sistem pemasaran karena dengan adanya distribusi yang efektif serta efisien akan mempengaruhi bagaimana barang tersebut akan cepat dipasarkan dan akan dibeli oleh para konsumen. Para pemilik usaha perlu memaksimalkan fungsi distribusi ini karena hal tersebut sangatlah penting untuk peningkatan pembangunan ekonomi

¹⁴ Murdifin Haming dan Mahfud Nurjamanuddi, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal.13.

masyarakat dimana hal tersebut langsung berpengaruh terhadap penyampaian barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat luas.

Menurut Basu Swastha manajemen distribusi adalah sebuah saluran yang digunakan para produsen untuk dapat menyalurkan barang mulai dari produsen yang selanjutnya akan disalurkan kepada konsumen. Saluran distribusi sendiri adalah suatu alternatif yang sebelumnya telah dipilih untuk mengetahui bagaimana situasi dan keadaan pemasaran yang berbeda-beda dari suatu perusahaan maupun lembaga usaha yang ada. Dengan demikian apabila suatu usaha mampu melakukan kegiatan manajemen baik dari produksi maupun distribusi dengan baik maka kegiatan operasional dapat berjalan dengan lancar.

2. Fungsi Manajemen

Sampai saat ini fungsi manajemen sendiri memiliki berbagai pendapat dari para ahli. Dan belum ada kesepakatan baik mengenai praktis maupun teori sehingga hal tersebut dapat menimbulkan berbagai permasalahan. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut secara umum fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut:

- a. Perencanaan (*Planning*) merupakan suatu kegiatan membuat tujuan organisasi dengan berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Perencanaan ini memperlihatkan bahwa manajer telah menyiapkan secara matang

mengenai tujuan dan tindakan-tindakan yang akan dilakukan nantinya.

- b. Pengorganisasian (*Organizing*) adalah kegiatan mengatur sumber daya manusia yang tersedia dalam organisasi untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan dan mencapai tujuan organisasi. Suatu usaha maupun organisasi dapat dikatakan efektif apabila memiliki kemampuan dalam mengelola dan mengarahkan sumber daya dalam mencapai tujuannya. Apabila suatu telah terkoordinir semua tugasnya secara baik maka akan semakin efektif pula usaha maupun organisasi tersebut.
- c. Kepemimpinan (*Leading or actuating*) digunakan untuk meningkatkan efektivitas serta efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan dinamis. Kepemimpinan sendiri yaitu manajer mengarahkan dan juga mengawasi bawahan agar melakukan tugas-tugas yang esensial, termasuk melakukan penggerakan dan memberikan motivasi kepada bawahan.
- d. Pengendalian (*Controlling*) adalah suatu aktivitas dalam menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika perlu. Pengendalian berarti bahwa manajer berusaha untuk menjamin organisasi agar bergerak ke arah tujuannya.¹⁵

¹⁵ Usman Efendi, *Asas Manajemen* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal.18-20.

3. Prinsip Manajemen

Dalam prosesnya prinsip manajemen bersifat lentur atau dalam penerapannya dipertimbangkan sesuai dengan kondisi dan juga situasi yang ada dan bisa berubah. Menurut Henry Fayol menyatakan bahwa dalam teori manajemen memiliki prinsip-prinsip umum manajemen sebagai berikut: ¹⁶

- a. Pembagian kerja (division of work). Dalam hal ini membahas mengenai keterbatasan manusia sehingga dibuthkan pembagian kerja sesuai dengan porsi masing-masing karyawan.
- b. Wewenang dan tanggung jawab (authority and responsibility). Wewenang menimbulkan hak dan tanggung jawab, di mana di mana hak dan kewajiban menyebabkan adanya interaksi dan komunikasi antara atasan dan bawahan.
- c. Disiplin (discipline). Dalam hal ini para karyawan diharapkan memiliki sikap disiplin dengan semua kebijakan perusahaan maupun organisasi yang telah disepakati.
- d. Kesatuan pemerintah (concinnity of command). Disini para bawahan hanya akan menerima perintah dan bertanggung jawab terhadap apa yang diberikan oleh atasan.
- e. Kesatuan pengarahan (concinnity of direction). Asas ini berkaitan erat dengan seluruh komponen perusahaan, baik

¹⁶ Afifuddin, *Dasar-Dasar Manajemen* (Bandung : CV. Alfabeta, 2015), hal.6.

rencana tujuan pemerintah ataupun tindakan yang menuju sasaran yang sama.

- f. Mengutamakan kepentingan organisasi. Setiap orang dalam perusahaan atau organisasi harus mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi.
- g. Penggajian pegawai. Setiap gaji maupun jsmnsn sosial yang diberikan harus adil dan seimbang serta sesuai dengan kebutuhan karyawan sehingga hal tersebut akan berpengaruh terhadap kepuasan para karyawan.
- h. Pemusatan (centralization). Suatu perusahaan maupun organisasi perlu memiliki pusat wewenang dimana hal tersebut akan sangat penting apabila terjadi situasi yang mengarah kepada hasil keseluruhan kepuasan usaha.
- i. Hierarki (tingkatan). Asas ini dibagi atas material dan sosial.

B. Tinjauan Produksi Menurut Islam

1. Pengertian Produksi

Produksi merupakan kegiatan menciptakan nilai guna dan juga bentuk dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan. Pada umumnya produksi dapat berbentuk barang maupun jasa tetapi produksi diartikan juga sebagai suatu kegiatan dimana mengubah sumber-sumber daya alam yang ada ke dalam suatu produk atau juga bisa disebut mengubah input menjadi output.¹⁷

¹⁷ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hal.67.

Menurut Mohamed Aslam Haneef, Produksi dalam perspektif ekonomi Islam adalah berkaitan dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi, produksi merupakan kegiatan menciptakan pakaian dengan pemanfaatan sumber daya alam oleh manusia. Berproduksi lazim diartikan menciptakan nilai barang atau menambah nilai terhadap suatu produk barang dan jasa yang diproduksi itu haruslah hanya yang diperbolehkan dan menguntungkan menurut Islam.¹⁸

Mannan dan Siddiqi menekankan betapa pentingnya motif altruisme yaitu motif untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain tanpa memikirkan kepentingan diri sendiri, dan penekanan akan suatu masalah dalam kegiatan produksi. Jadi sebuah usaha ataupun bisnis tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi maupun perusahaan saja tetap juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat yang ada disekitarnya. Sebagai contoh apabila suatu usaha dalam kegiatannya tidak mengabaikan lingkungan sosial di sekitarnya maka kegiatan produksi tersebut pada hakikatnya akan memberikan manfaat dan menjadi ibadah. Karena memang pada dasarnya semua perbuatan dan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang seharusnya berprinsip dan mengarah ke dalam kerangka ibadah.¹⁹ Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan pada Surah Al-Jumu'ah ayat 10.

¹⁸ Muhammad Turmudi, "Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Pemikiran Islam ISLAMADINA*, Vol.18, No.1, Maret 2017, hal.43.

¹⁹ Niken Lestari dan Sulis, "Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol.3 No.1, Desember 2019, hal.99.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ - ١٠

*Artinya : “Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”.*²⁰

Ayat diatas menjelaskan bahwasanya Allah melarang hambanya bermalas-malasan, tetapi melakukan kegiatan salah satunya salah satunya yaitu dengan melakukan produksi untuk membuat suatu produk agar mampu memenuhi kebutuhan hidupnya.

Selain itu dalam membahas permasalahan teori produksi dalam ekonomi islam pastinya tidak akan terlepas dari teori Imam Al-Ghazali yang menjelaskan bahwa dalam hal produksi beliau menggunakan kata kasab yang berarti usaha fisik yang dikerjakan oleh manusia dan yang kedua adalah ialah yang berarti upaya manusia dalam mengelola sumber daya alam dan mengubah sumber daya yang telah tersedia agar menjadi sesuatu yang bernilai lebih tinggi. Imam Al-Ghazali juga menganggap produksi sebagai suatu kewajiban sosial dari seseorang.²¹ Sebagai contoh jika seseorang melakukan kegiatan produksi suatu barang maka harus mampu mencukupi kebutuhan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam ajaran islam mendorong untuk berproduksi dan juga menekuni kegiatan aktivitas dalam segala jenis bentuknya, seperti

²⁰ Anwar Abu Bakar, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, hal.1193.

²¹ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), hal.102.

halnya peternakan, pertanian, industri dan juga perdagangan. Islam juga memandang bahwa setiap amal perbuatan yang dikerjakan dan menghasilkan suatu benda dan juga pelayanan yang memberikan manfaat bagi umat manusia akan menjadikannya lebih makmur serta sejahtera.

2. Aspek-aspek Produksi Islam

Dalam praktiknya seorang pengusaha memiliki beberapa aspek dalam menjalankan tujuannya. Berikut adalah beberapa aspek dalam melakukan produksi pada seorang pengusaha muslim antara lain :

- a. Produksi merupakan ibadah. Bagi seorang muslim produksi diartikan sebagai aktualisasi dari keberadaan hidayah dari Allah yang diberikan kepada manusia.²² Hidayah ini dimaksudkan berfungsi untuk mengatur bagaimana kegiatan berproduksi dan dijelaskan dalam Surah Al-Baqarah ayat 29 :

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ
سَمَوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ - ٢٩

*Artinya : “Dialah (Allah) yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”.*²³

- b. Dalam faktor produksi yaitu sumber daya maupun manusia yang digunakan selama proses produksi memiliki sifat yang tidak terbatas, oleh karena itu perlu pengoptimalan, tidak boros dan

²² Niken Lestari dan Sulis, “Analisis Produksi...., hal.101.

²³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Hafalan dan Terjemah*, hal.9.

berlebihan serta tidak merusak lingkungan akan tetapi mengerahkan segala kemampuan dari Allah yang dimilikinya untuk memanfaatkan yang telah disediakan oleh Allah dengan sebaik-baiknya.²⁴

- c. Berproduksi bukan semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan yang akan diperoleh, tetapi juga memikirkan manfaat dari keuntungan tersebut demi kemaslahatan masyarakat disekitarnya. Karena dalam pandangan Islam, harta hanyalah titipan dari Allah yang dibagikan untuk kemudian diberikan kepada orang-orang tertentu, sehingga tidak berhak untuk kepemilikan harta secara keseluruhan. Menurut Al-Ghazali menyebutkan bahwasanya dalam proses produksi pengerahan secara maksimal sumber daya alam oleh sumber daya manusia agar nantinya menjadi suatu barang yang memberikan masalah bagi manusia.²⁵ Dalam melakukan kegiatan produksi seorang muslim harus menghindari praktik yang mengandung unsur haram maupun riba, kemudian juga kegiatan pasar gelap dan spekulasi.

3. Prinsip-prinsip Produksi Menurut Islam

Kegiatan produksi dalam perspektif islam terkait dengan bagaimana manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi,

²⁴ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), hal.129.

²⁵ *Ibid.*,hal.116.

dengan tujuan kebahagiaan dunia dan akhirat. Prinsip dalam ekonomi islam berkaitan dengan maqashid al-syariah yaitu sebagai berikut :²⁶

- a. Kegiatan produksi dilandaskan pada nilai-nilai islam dan sesuai dengan maqasid al-syariah. Dalam kegiatan ini tidak memproduksi barang maupun jasa yang bertentangan dengan penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan juga harta.
- b. Prioritas dari produksi harus sesuai dengan prioritas kebutuhan dalam islam yaitu dharuriyyat, hajiyyat dan tahsiniyyat.
 - 1) Kebutuhan dharuriyat (kebutuhan primer) adalah kebutuhan yang harus ada dan juga terpenuhi karena bisa mengancam keselamatan umat manusia. Pemenuhan dari kebutuhan dharuriyat terbagi menjadi lima, yaitu perlindungan terhadap keselamatan agama, keselamatan nyawa, keselamatan akal, keselamatan dalam keturunan terjaganya kehormatan seseorang dan perlindungan atas harta kekayaan.
 - 2) Kebutuhan Hajiyyat (kebutuhan sekunder atau pelengkap) adalah kebutuhan yang diperlukan oleh manusia, namun tidak merusak eksistensi manusia. Namun, itu hanya akan mengarah pada munculnya masalah dan kesulitan.
 - 3) Kebutuhan Tahsiniyat (kebutuhan tersier) adalah kebutuhan manusia untuk membantu mendukung kelangsungan hidupnya, biasanya berbentuk kenyamanan hidup.

²⁶ Muhammad Turmudi, "Produksi Dalam Perspektif....., hal.46.

- c. Kegiatan produksi harus memperhatikan aspek keadilan, sosial masyarakat, zakat, sedekah, infaq dan juga wakaf.
- d. Mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak melakukan pemborosan, tidak berlebihan serta yang paling utama tidak merusak lingkungan sekitar.

4. Faktor-Faktor Produksi

Faktor-Faktor Produksi menciptakan manfaat barang dimana manusia hanya pengelola sedangkan Allah yang menciptakan, sehingga dalam kegiatan prakteknya ekonomi islam terdapat faktor produksi yaitu :

a. Tanah

Dalam agama islam mengakui bahwa tanah merupakan faktor produksi, tanah dianggap sebagai hal yang mencakup tentang semua sumber daya alam yang ada dimana digunakan sebagai hal penting dalam proses produksi, sebagai contoh kesuburan tanah, dan sifat-sifat sumber daya alam seperti udara, air, mineral yang dapat dimanfaatkan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.²⁷

Islam juga memberikan izin untuk mengembangkan kegiatan produksi yaitu dengan menghidupkan tanah mati atau tanah waris. Karena dengan hal tersebut memberikan dorongan kepada manusia untuk dapat mengelola dan juga mengembangkan

²⁷ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek(Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), hal.55.

tanah miliknya. Selain itu Islam juga memperbolehkan bagi pemilik tanah untuk melakukan kegiatan produksi dengan memanfaatkan tanah tersebut dengan syarat hal tersebut akan memberikan manfaat sosial bagi masyarakat sekitarnya.²⁸

b. Modal

Dalam sistem ekonomi modal disebut sarana produksi yang menghasilkan dan juga sebagai perwujudan tanah, tenaga kerja dan pada kenyataannya modal juga dihasilkan oleh pemakaian tenaga kerja dan juga penggunaan sumber daya alam yang ada.²⁹

Modal sangat penting dalam produksi. Tanpa modal, produsen tidak dapat memproduksi barang atau jasa. Dalam Islam, modal harus dibebaskan dari riba. Dalam beberapa cara untuk mendapatkan pendanaan, Islam mengatur sistem yang lebih baik dengan bekerja sama dengan Mudharabah ataupun Musyarakah. Hal ini untuk melindungi hak produsen dan hak pemilik modal untuk memperoleh keuntungan dalam kegiatan produktifnya.³⁰

Modal dapat tumbuh bahkan dalam masyarakat tanpa bunga. Ingatlah bahwa Islam mengizinkan keuntungan digunakan sebagai insentif untuk menabung. Ada larangan bunga, tetapi ini tidak berarti bahwa biaya modal tidak dapat dinyatakan dalam penggunaan alternatif. Oleh karena itu, di atas segalanya, jumlah

²⁸ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta, 2004), hal. 224.

²⁹ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek....*, hal.59.

³⁰ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar....*, hal.120.

keuntungan kawasan ekonomi khusus dapat digunakan sebagai sarana penentuan modal.³¹

c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah faktor produksi yang diakui dalam semua sistem ekonomi, terlepas dari kecenderungan idealisnya. Kekhasan tenaga kerja, seperti kepunahan, merupakan kondisi yang tidak terpisahkan dari pekerja itu sendiri, dan memang benar bahwa pekerja modern memiliki tenaga kerja yang dapat dijual dengan harga setinggi mungkin. Tenaga kerja juga disebut human capital bagi suatu perusahaan, dimana dalam berbagai macam kegiatan produksi tenaga kerja ini adalah sebuah aset bagi keberhasilan perusahaan tersebut.³²

Adam Smith menyatakan melalui tenaga manusia, manusia dapat mengubah apa yang ada di alam dari kapasitas menjadi produk pertanian dan meningkatkan produksi barang dan jasa dalam industri yang menjadi sumber kekayaan nasional. Secara umum, para ekonom setuju bahwa tenaga kerja adalah dasar dari produktivitas semua faktor produksi lainnya. Baik alam maupun tanah tidak dapat menghasilkan apa pun tanpa kerja.³³

Dalam Islam, kerja bukanlah sekumpulan bisnis atau jasa yang ditawarkan untuk dijual kepada pencari kerja. Pemilik usaha memiliki tanggung jawab moral dan sosial. Aspek moral dan sosial

³¹ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek*....., hal.62.

³² Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar*....., hal.119.

³³ Muhammad, *Ekonomi Mikro*....., hal.225.

dari faktor produksi tenaga kerja tidak terlihat jelas dalam ekonomi sekuler. Namun, dalam Islam, kerja digunakan dalam arti yang lebih luas, tetapi dalam arti yang lebih terbatas. Lebih luas karena hanya mempertimbangkan melakukan pekerjaan yang berada di luar lingkup pertimbangan ekonomi. Hal ini dibatasi dalam arti bahwa pekerja tidak sepenuhnya bebas untuk melakukan pekerjaan mereka seperti yang mereka suka.³⁴

d. Bahan Baku

Bahan Baku yaitu sesuatu yang menjadi bahan dasar dan standar dalam proses produksi dimana ada 2 macam yaitu sesuatu yang ada di alam dan tidak ada penggantinya dan juga sesuatu yang diciptakan sebagai penggantinya.³⁵ Ketika seorang pengusaha akan menghasilkan suatu barang juga jasa, maka salah satu hal yang wajib dipikirkan yaitu bahan baku. Jikalau bahan baku tersedia dan dapat digunakan dengan baik, maka produksi akan berjalan secara lancar, apabila kebalikannya maka akan mengganggu jalannya suatu produksi. Maka dari itu seseorang pengusaha haruslah memahami terlebih dahulu saluran-saluran penyedia bahan standar, supaya kegiatan produksi berjalan menggunakan baik.

³⁴ Amri Amir, *Ekonomi Dan Keuangan Islam* (Jambi Wida Publishing, 2021), hal.301

³⁵ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar.....*, hal.122.

e. Teknologi

Teknologi adalah sarana yang disediakan untuk membantu mempermudah kegiatan sehari-hari, di era seperti sekarang ini dalam kegiatan produksi teknologi sangat dibutuhkan dan juga memiliki peranan yang amat penting dalam sektor ini. Persaingan yang semakin meningkat menyebabkan beberapa produsen tidak dapat survive akibat dengan para kompetitor lainnya diakibatkan banyak faktor. Dimana ketika produksi menggunakan teknologi yang modern memberikan manfaat peningkatan kualitas produksi dan menjadi lebih baik.³⁶

C. Tinjauan Distribusi Menurut Islam

1. Pengertian Distribusi

Dalam ekonomi konvensional distribusi merupakan suatu proses penyaluran suatu produk kepada konsumen atau pelanggan. Selain itu dalam kegiatan distribusi terdapat juga proses pendapatan dan juga pengeluaran dari sumber daya.³⁷

Menurut Philip Kotler distribusi adalah sebuah perusahaan atau perorangan yang membantu dalam mengalihkan barang maupun jasa dan berpindah dari produsen kepada konsumen atau pelanggan. Distribusi juga bisa disebut salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk, pengertian distribusi memiliki artian place

³⁶ *Ibid.*, hal.122.

³⁷ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori dan Konsep*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hal.185.

atau penempatan yaitu sebuah aktivitas penyaluran atau penempatan barang dari produsen kepada konsumen.³⁸

Menurut Afzalurahman, distribusi merupakan suatu cara di mana kekayaan disalurkan ke beberapa faktor yang memberikan kontribusi kepada baik individu, masyarakat dan negara. Dalam distribusi terdapat sebuah proses pendapatan dan pengeluaran yaitu satu pihak membutuhkan materi untuk memenuhi kebutuhan dan pihak lain menerima hasil atau dapat diartikan distribusi diharapkan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja.³⁹

Dalam ajaran islam adanya tuntutan agar manusia berupaya untuk menjalankan hidupnya secara seimbang dimana memperhatikan kesejahteraan hidup di dunia dan keselamatan hidup di akhirat yaitu memanfaatkan sumber daya ekonomi secara maksimal dan benar berdasarkan kerangka islam, maka disinilah Al-Qur'an turut ikut memberi landasan bagi perekonomian umat manusia.⁴⁰

Menurut Anas Zarqa, distribusi adalah suatu kegiatan transfer dari pendapatan sebuah kekayaan antara individu melalui suatu cara pertukaran, yang dimaksud disini adalah pasar ataupun dengan cara lain seperti zakat, wakaf dll. Dari pendapat tersebut dapat diartikan

³⁸ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hal.10.

³⁹ Musthafa Syukur, "Distribusi Perspektif Etika Ekonomi Islam", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* Vol.2 No.2 2018. hal.37.

⁴⁰ Anita Rahmawaty, "Distribusi Dalam Ekonomi Islam Upaya Pemerataan Kesejahteraan Melalui Keadilan Distributif", *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Vol. 1, No.1, Juni 2013, hal.2.

bahwa distribusi dalam aktivitas ekonomi Islam mengenal konsep pemerataan pembagian hasil kekayaan.⁴¹

Distribusi dalam Ekonomi Islam jauh lebih luas lagi, yaitu mencakup pengaturan kepemilikan unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Posisi dari kegiatan distribusi dalam aktivitas ekonomi dari suatu usaha ataupun perusahaan sangatlah penting, baik dilihat dari fungsi distribusi sistem ekonomi islam maupun dari sistem ekonomi kapitalis. Karena memang pembahasan mengenai distribusi tidak hanya membahas perihal aspek ekonomi namun juga merangkap kepada aspek sosial maupun politik yang ada di wilayah tersebut.

Dorongan dalam Al-Qur'an pada sektor distribusi telah dijelaskan secara eksplisit. Ayat-ayat distribusi sebagai berikut.

Surah al-Hasyr ayat 7:

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِللرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ لَا يَكُونُ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ
فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ - ٧

*Artinya : "Harta rampasan fai' dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukumannya."*⁴²

⁴¹ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, hal.186.

⁴² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Hafalan dan Terjemah*,hal.1176.

Dari pembahasan ayat diatas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam islam dianjurkan untuk melakukan pendistribusian kekayaan sehingga harta tersebut tidak hanya ada dalam satu kelompok saja. Dalam perspektif Ekonomi Islam distribusi memiliki makna yang luas, yaitu mencakup pengaturan kepemilikan, unsur-unsur produksi dan sumber- sumber kekayaan. Oleh karena itu, distribusi merupakan permasalahan utama dalam Ekonomi Islam, karena distribusi memiliki hubungan erat dengan tingkat kesejahteraan suatu masyarakat.

2. Saluran Distribusi

Menurut Winardi, pengertian saluran distribusi adalah sekelompok perantara yang terkait erat yang mendistribusikan produk kepada pembeli. Di sisi lain, Kotler menyatakan definisi saluran distribusi adalah seperangkat organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses membuat produk atau layanan tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan definisi saluran distribusi menurut Corey adalah sumber daya eksternal yang paling penting dan membangunnya biasanya memakan waktu bertahun-tahun dan tidak dapat dengan mudah diubah.⁴³

Sistem ini sama pentingnya dengan sumber daya internal utama lainnya seperti manufaktur, penelitian, teknik, tenaga penjualan, dan fasilitas layanan lapangan. Sistem ini mewakili sejumlah perusahaan

⁴³ Thessa Natasya Karundeng et. Al, Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado), *Jurnal EMBA* Vol.6 No.3 Juli 2018, hal.1751

independen dalam bisnis distribusi dan komitmen signifikan perusahaan terhadap pasar tertentu yang mereka layani. Sistem distribusi juga mewakili komitmen terhadap serangkaian kebijakan dan praktik yang menjadi dasar untuk membangun hubungan jangka panjang yang luas.

Saluran distribusi mempunyai elemen pada proses distribusi yaitu perantara. Perantara yg dimaksud merupakan pengecer, pedagang grosir, atau pedagang besar . Pengecer merupakan pedagang yg menjual barang output produksi yg didapatkan sang pembuat eksklusif ke pemakai akhir atau konsumen. Pedagang grosir merupakan pedagang yg menjual barang output produksi pembuat menggunakan kapasitas lebih akrab pada banding pengecer. Pedagang besar merupakan pedagang yg menjual barang output produksi pembuat menggunakan kapasitas yg banyak.

Menurut Tjiptono dan Chandra evaluasi dalam saluran distribusi dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria berikut :⁴⁴

- a. Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh distributor dalam menentukan saluran distribusi dan informasi penting adalah untuk memperjelas biaya primer dan sekunder. Menurut Kodrat, struktur biaya meliputi biaya tenaga penjualan, biaya infrastruktur, biaya penjualan, biaya pembiayaan, dan biaya pengiriman.

⁴⁴ Annisa Dewantari, Penerapan Saluran Distribusi Pada Perusahaan Pt. Tirta Marwah Mandiri, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol.3, No.2, Juni 2018, hal.243.

- b. Cakupan pasar sejauh mana produk didistribusikan dan kecepatan produk dapat diperoleh konsumen. Cakupan pasar mengacu pada cakupan yang merupakan cakupan maksimum toko di wilayah distribusi seperti grosir, pengecer dan pasar modern.
- c. Layanan pelanggan, identifikasi jenis layanan spesifik yang diharapkan pelanggan, kemudian pilih saluran distribusi dengan mencocokkan kemampuan dan kemauan untuk menyediakan layanan tersebut dari setiap pengganti. Menurut Simamora, lima layanan dapat diberikan oleh saluran pemasaran, yaitu ukuran pembelian, lama menginap, kenyamanan lokasi, variasi produk dan dukungan.
- d. Berkomunikasi dengan pasar dan mengendalikan jaringan saluran distribusi Komunikasi adalah aliran informasi antara perusahaan dan pelanggannya. Informasi mencakup aktivitas pesaing, produk pesaing baru, sikap pelanggan terhadap perusahaan dan layanan pesaing, faktor keberhasilan untuk beberapa lini produk tertentu. Pemilihan saluran distribusi alternatif harus mengikuti kriteria utama dimana saluran distribusi yang bersangkutan harus memiliki kemauan, kapasitas dan minat yang kuat dalam membantu penyebaran informasi secara akurat dan tepat waktu.

Menurut Suparyanto dan Rosad Alternatif saluran distribusi dibagi menjadi beberapa tingkat yaitu sebagai berikut :⁴⁵

⁴⁵ *Ibid.*, hal.246.

1. Tingkat 0, Produsen – Konsumen Akhir

Bentuk saluran distribusi seperti ini yang paling pendek dan juga yang paling sederhana dimana distribusi langsung dilakukan oleh produsen ke konsumen atau pelanggan tanpa membutuhkan bantuan perantara atau dilakukan sendiri.

2. Tingkat 1, Produsen – Pengecer – Konsumen Akhir

Bentuk saluran distribusi seperti ini biasanya disebut distribusi langsung dimana pengecer mengambil barang dari produsen kemudian dijual kepada pihak konsumen.

3. Tingkat 2, Produsen – Grosir – Pengecer – Konsumen Akhir

Bentuk saluran distribusi seperti ini biasanya dilakukan oleh produsen yang hanya menerima pesanan dalam jumlah besar dan tidak menjual ke pihak pengecer.

4. Tingkat 3, Produsen – Grosir – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen Akhir

Dalam bentuk saluran distribusi terakhir ini produsen sering menggunakan agen sebagai perantara menyalurkan hasil produksi kepada pedagang besar.

3. Faktor-Faktor Pemilihan Saluran Distribusi

Menurut Basu Swastha dan Irawan dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pemasaran Modern dalam memilih saluran distribusi memerlukan faktor-faktor yang nantinya akan

mempengaruhi lancarnya suatu kegiatan distribusi produk yang telah dihasilkan sebagai berikut :⁴⁶

a. Pertimbangan Pasar

Dalam kegiatan distribusi pasar merupakan salah satu hal yang paling utama selain itu dalam melihat suatu saluran distribusi dipengaruhi oleh bagaimana pola pembelian dari seorang konsumen oleh karena itulah dalam mempertimbangkan pasar yang perlu diperhatikan adalah : (a) konsumen ataupun pasar industri, (b) jumlah pembeli produk potensial, (c) konsentrasi pasar geografis, (d) jumlah pesanan produk, (e) kebiasaan pembelian. Sehingga nantinya diharapkan dapat memberikan peningkatan perluas pasar sesuai dengan yang diharapkan.

b. Pertimbangan Produk/Barang

Dengan melakukan pertimbangan produk dengan baik maka otomatis nantinya akan memberikan dampak kepada perluasan dari distribusi produk. Berikut hal yang perlu dipertimbangkan oleh suatu pengusaha dalam segi produk diantaranya sebagai berikut : (a) nilai unit, (b) besar maupun berat dari produk, (c) mudan rusaknya suatu produk, (d) sifat teknis dalam produk, (e) produk standard maupun pesanan, (f) luasnya produk line. Dengan mempertimbangkan produk serta hal- hal tersebut diharapkan

⁴⁶ Basu Swastha DH dan Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hal.299.

dapat memberikan dampak terhadap distribusi yang akan dilakukan.

c. Pertimbangan Perusahaan

Dari segi perusahaan pastinya ada banyak faktor yang perlu dipertimbangkan dimana nantinya diharapkan pemilihan saluran distribusi dapat memberikan perluasan distribusi barang, yaitu sebagai berikut : (a) sumber untuk pembelanjaan, (b) pengalaman serta kemampuan manajemen, (c) pengawasan saluran, (d) pelayanan yang diberikan oleh penjual. Dengan memenuhi hal tersebut maka suatu perusahaan akan mampu memperluas kegiatan distribusi dari produk yang telah dihasilkan.

d. Pertimbangan perantara

Dalam kegiatan distribusi seorang perantara merupakan pihak yang dapat membantu kegiatan distribusi agar berjalan dengan baik seperti yang diharapkan. Dari segi perantara ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan diantaranya sebagai berikut : (a) pelayanan yang akan diberikan oleh perantara kepada konsumen, (b) kegunaan dari seorang perantara, (c) sikap perantara mengenai kebijakan dari produsen, (d) volume penjualan, (e) ongkos perantara. Dengan melakukan perantara dengan matang dan penuh perhitungan maka akan memberikan kemudahan dalam pendistribusian sehingga pendistribusian akan menjadi lebih

efektif dan menghemat waktu sehingga para konsumen juga akan merasakan manfaatnya.

4. Nilai-Nilai Distribusi Ekonomi Islam

Dalam ekonomi islam kegiatan distribusi adalah salah satu langkah dalam peningkatan aktivitas ekonomi. Upaya untuk mencapai kebahagiaan dapat dilakukan dengan tetap memegang teguh norma dan prinsip moral. Sehingga dibutuhkan nilai-nilai dalam distribusi yang nantinya akan mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan distribusi yaitu sebagai berikut:⁴⁷

- a. Penekanan Islam Kesatuan Atau Tauhid (*Unity*), dalam hal ini disebut juga dimensi vertikal dimana menunjukkan bahwasanya semua petunjuk yang ada serta hidayah yang diberikan kepada umat manusia semua berasal dari Allah SWT. Dimana hal tersebut menjadi pendorong dalam pembauran atau keutuhan sosial, karena memang semua umat manusia dipandang sama dihadapan Allah SWT. Oleh karena itu manusia memiliki hak merdeka dan tidak seorangpun yang boleh memperbudak sesama, dalam hal ini manusia juga harus memiliki kepercayaan antar sesama sehingga diharapkan mampu memberikan tindakan yang lebih bermanfaat bagi sesama umat manusia.
- b. Dimensi Horizontal Islam yaitu Keseimbangan (*Equilibrium*), dimana dalam kegiatan bermasyarakat harus ada keseimbangan

⁴⁷ Anita Rahmawaty, *Distribusi Dalam Ekonomi.....*, hal.9.

yaitu berupa kesejajaran antara satu dengan yang lainnya serta keseimbangan yang berdasar kepada etika islam, yaitu pemerataan dalam pendapatan serta pemerataan kekayaan, keharusan sebagai sesama manusia untuk saling membantu orang yang membutuhkan dan membuat penyesuaian dalam hubungan produksi, distribusi maupun konsumsi. Dalam hal ini diharapkan umat manusia akan selalu melalui jalan yang lurus dan benar sehingga nantinya dapat menghindari perilaku yang merusak lingkungan dan sosial masyarakat.

- c. Kebebasan (*Free will*), dalam islam kebebasan dibingkai dengan tauhid dimana artinya manusia diberikan kebebasan yang tidak sebebaskan-bebasnya atau bisa dikatakan terikat terhadap batasan-batasan yang telah diberikan oleh Allah SWT. Kebebasan manusia disini diharapkan tidak memberikan pengaruh yang buruk terhadap pihak manapun karena manusia adalah seorang wakil Allah dibumi yang diberikan kehendak bebas, namun tetap terarah dan dapat memberikan manfaat dengan tujuan sosial.
- d. Tanggung jawab (*Responsibility*), sebagai seorang muslim diharapkan memiliki komitmen terhadap upaya-upaya yang nantinya dapat memberikan kesejahteraan kepada sesama umat manusia.

D. UMKM

1. Pengertian UMKM

Secara umum pengertian usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah upaya dimana kegiatan produksi baik barang dan jasa menggunakan bahan baku mendayagunakan sumber daya alam, keterampilan dan pengelolaan tradisional yang ada dalam suatu daerah tertentu.

Tambunan, menyatakan UMKM adalah sebuah usaha yang produktif dan dapat didirikan seorang diri, yang dilakukan baik seseorang maupun oleh suatu bentuk badan usaha yang ada di ranah ekonomi. Pada umumnya pengelompokan UMKM berdasarkan sasaran aset yang dimilikinya dan bukan termasuk tanah dan bangunan. UMKM dapat diukur juga menggunakan omset dan jumlah orang yang dipekerjakan.⁴⁸

Sesuai dengan UUD 1945 No.20 Pasal 1 Thn. 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah :

- a. Usaha mikro adalah usaha yang bersifat produktif yang dimiliki oleh orang atau suatu badan usaha dimana telah memenuhi standar dan yang diatur di undang-undang.
- b. Usaha mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang yang dimiliki oleh orang atau suatu badan usaha dan buka anak cabang dari suatu perusahaan yang dikuasai baik langsung maupun tidak

⁴⁸ Puji Hastuti, Agus Nurofikdkk, *Kewirausahaan UMKM*, (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 140.

- langsung. Usaha tersebut memenuhi kriteria usaha kecil yang sudah diatur dalam undang-undang.
- c. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh orang atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari organisasi yang dimiliki atau dikuasai atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan swasta atau organisasi besar dengan jumlah yang lengkap baik aset atau hasil transaksi tahunan. Usaha ini memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam undang-undang.
 - d. Usaha besar merupakan usaha atau bisnis ekonomi produktif yang dilakukan oleh sebuah badan usaha dimana jumlah baik aset atau hasil lebih besar dari usaha menengah yaitu berupa usaha nasional milik negara maupun milik asing yang melakukan kegiatan perekonomian di Indonesia.⁴⁹

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan UMKM adalah usaha yang melakukan kegiatan produksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku berupa sumber daya alam, bakat yang dimiliki oleh seseorang dan juga kegiatan tradisional yang ada di daerah tertentu. Salah satu ciri-ciri dari UMKM adalah bahan baku yang digunakan mudah diperoleh, menggunakan teknologi yang masih sederhana, keterampilan yang masih dasar dan pada umumnya diwariskan secara turun-temurun.

⁴⁹ *Ibid.*, hal.157.

Usaha ini juga bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar-pasar lokal, beberapa komoditi tertentu memiliki ciri khas terkait dengan karya seni budaya daerah setempat serta melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat secara ekonomis dan menguntungkan baik segi ekonomi maupun sosialnya.⁵⁰

2. Klasifikasi UMKM

Dalam perkembangannya yang semakin luas, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah suatu kelompok usaha yang mengalami pertumbuhan jumlah paling besar dan juga kelompok usaha yang memiliki ketahanan terhadap berbagai macam krisis ekonomi yang ada. Maka penguatan terhadap usaha ini diharapkan dapat terus membantu pertumbuhan ekonomi dan juga dapat membantu masyarakat serta Negara. Berikut adalah klasifikasi dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) :

- a. *Livelihood Activities*, adalah UMKM yang disebut sektor informal dimana usaha ini digunakan sebagai sebuah kesempatan kerja untuk mencari nafkah.
- b. *Micro Enterprise*, adalah UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

⁵⁰ Abdul Halim, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Vol.1, No. 2, 2020, hal.163.

- c. *Small Dynamic Enterprise*, adalah UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan menerima pekerjaan subkontrak maupun ekspor.
- d. *Fast moving Enterprise*, adalah UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan akan segera melakukan transformasi menjadi usaha besar.⁵¹

3. Kelebihan dan Kekurangan UMKM

Dengan ukurannya yang kecil dan tentunya fleksibilitas yang tinggi, UMKM memiliki berbagai kelebihan terutama dalam segi pembentukan dan operasional. Usaha ini memiliki kontribusi besar bagi perekonomian suatu negara bukan hanya karena menumbuhkan peluang bisnis besar melainkan juga karena menyediakan layanan tertentu bagi masyarakat. Berikut adalah beberapa kelebihannya dari UMKM :⁵²

- a. Fleksibilitas operasional, usaha kecil menengah biasanya dikelola oleh tim kecil yang masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan keputusan hal ini membuat lebih fleksibel dalam operasional kesehariannya. Kecepatan reaksi terhadap perubahan misalnya pergeseran selera konsumen dan trend produk cukup tinggi sehingga bisnis skala kecil ini lebih kompetitif.

⁵¹Ade Resalawati, “Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia”, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011, hal.31.

⁵² Nurmalia Hasanah, dkk, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hal.22.

- b. Kecepatan inovasi, dengan tidak adanya pengorganisasian dan kontrol dalam UMKM produk-produk dan ide-ide baru dapat dirancang digarap dan diluncurkan dengan segera. Baik dari pemikiran karyawan maupun pemilik, cenderung lebih mudah didengar diterima dan dieksekusi.
- c. Struktur biaya rendah umumnya UMKM dijalankan di rumah dengan kerabat sendiri untuk dipekerjakan membantu kegiatan produksi, hal ini dapat mengurangi biaya tambahan dalam kegiatan operasionalnya. Selain itu usaha seperti ini biasanya mendapatkan bantuan dan dukungan dari pemerintah maupun non-pemerintah dan bank.
- d. Kemampuan untuk memfokuskan pada sektor ataupun cangkupan area tertentu, usaha seperti ini dapat fokus pada area produk tertentu atau pasar tertentu. Misalnya usaha khusus rumah tidak membidik pada satu jenis dan model tertentu dan hanya melayani spesifik permintaan pembeli untuk memiliki opsi untuk menciptakan keuntungan.

Selain beberapa kelebihan yang sudah dipaparkan pastinya ada beberapa kekurangan yang ada dalam usaha ini. Berikut beberapa permasalahan yang dihadapi dalam mengelola usaha kecil menengah antara lain :⁵³

⁵³*Ibid.*,hal.24.

- a) Sempitnya waktu untuk melingkupi kebutuhan, tekanan jadwal yang besar membuat mereka tidak fokus menyelesaikan permasalahan satu-persatu, tekanan semacam ini bisa muncul tiba-tiba ketika mereka memperoleh orderan dalam jumlah yang besar dan juga beberapa orderan yang masuk dalam waktu yang hampir bersamaan.
- b) Kontrol ketat atas anggaran dan pembiayaan, usaha seperti ini umumnya memiliki anggaran yang kecil akibatnya ia kerap kali dipaksa membagi-bagi dana untuk membiayai berbagai kebutuhan seefisien mungkin ketidakmampuan untuk mengumpulkan modal dan sebisa mungkin melakukan penghematan. Karena apabila terjadi kekurangan pemberian operasional dan tidak dapat dicegah maka bisa mengakibatkan kebangkrutan.
- c) Kurangnya tenaga ahli, usaha seperti ini biasanya tidak mampu membayar jasa tenaga ahli untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu hal ini merupakan kelemahan usaha kecil menengah yang sangat serius apalagi jika dibandingkan dengan lembaga bisnis yang mampu mempekerjakan banyak tenaga ahli kualitas produk barang atau jasa yang bisa dihasilkan tanpa tenaga ahli sangat mungkin berada di bawah standar tertentu akibatnya kemampuan persaingan bisnis ini di pasar yang luas bisa sangat kecil.

E. Persaingan Usaha

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan dalam bahasa Inggris berarti *competition* artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak atau banyak perusahaan yang menawarkan harga yang memberikan laba persaingan memiliki berbagai bentuk dari bentuk barang, harga, iklan kemasan dan segmentasi pasar.

Dalam manajemen bisnis persaingan usaha sendiri terdiri dari dua jenis diantaranya sebagai berikut:

- a. Persaingan sehat (*healthy competition*), persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.
- b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.”

Sesuai dengan teori persaingan sempurna dari ekonomi klasik, pasar sendiri terdiri dari sejumlah produsen dan konsumen yang tidak

menentu. Sehingga dalam hal itu kebebasan masuk maupun keluar pasar serta kebebasan dalam mendapatkan informasi semua memiliki kebebasan akan tetapi tetap diatur oleh pemerintah. Dalam keadaan pasar seperti itu sebagai pelaku usaha dituntut memiliki teknologi yang lebih efektif dan efisien sehingga para pelaku pasar akan tetap bertahan.⁵⁴

Persaingan usaha sendiri sering sekali dikaitkan dengan hal negative karena hal tersebut dianggap sebagai perilaku mementingkan diri sendiri. Walaupun pada kenyataannya seorang manusia, apakah pada kapasitasnya sebagai individu maupun anggota suatu organisasi, secara ekonomi tetap akan berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Alfred Marshall, seorang ekonomi terkemuka sampai mengusulkan agar istilah persaingan digantikan dengan istilah “economic freedom” dalam menggambarkan atau mendukung tujuan positif dari proses persaingan. Oleh sebab itu pengertian kompetisi atau persaingan usaha dalam pengertian yang positif dan independent sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.

2. Faktor Pendorong Persaingan Usaha

Menurut Porter faktor pendorong persaingan usaha sangatlah penting karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap keberhasilan

⁵⁴ Muhammad. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam.* (Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta, 2004), hal.371.

maupun kegagalan suatu usaha. Ada 5 faktor yang mempengaruhi hal tersebut, sebagai berikut:⁵⁵

- a. Anacaman adanya pendatang baru. Dengan adanya hal ini akan memberikan tekanan baik dari segi kapasitas, pangsa pasar ataupun bahkan sumber daya yang ada. Dengan adanya pendatang baru pemilik usaha akan kesulitan serta banyaknya hambatan yang akan dilalui dalam mengembangkan usahanya.
- b. Persaingan diantara para pesaing yang ada Persaingan diantara para pemain (perusahaan) yang ada dalam kompetisi untuk memperebutkan posisi dengan menggunakan taktik-taktik, seperti kompetisi harga, pengenalan produk, dan persaingan meningakatan iklan secara besar segingga hal tersebut akan berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan serta jaminan kepada para pelanggan. Persaingan dapat dirasakan apabila para pemilik usaha merasakan sebuah tekanan dalam melihat peluang yang ada dan berpengaruh terhadap peningkatan posisi usahanya.
- c. Kekuatan tawar menawar pemasok atau Supplier Pemasok yang berkuasa dapat menggunakan kekuatan menawarnya dengan menekan perusahaan yang ada dalam suatu industri dengan menaikkan harga atau mengurangi kualitas barang atau jasa yang dibeli. Apabila suatu usaha tidak mampu dalam menutupi suatu kenaikan baik dari struktu harga, maka keuntungan usaha tersebut

⁵⁵ Muhammad Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, DIPA STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 35-37

akan menurun, yang akan mengakibatkan pasokan akan menurun dan usaha tersebut harus menaikkan biaya produk yang dihasilkan.

- d. Kekuatan tawar menawar pembeli Pembeli juga dapat memaksa harga turun, menuntut kualitas yang lebih tinggi, atau pelayanan yang lebih baik. Tuntutan tersebut akan menyebabkan persaingan yang kuat di antara perusahaan yang ada dalam suatu industri yang sama.
- e. Ancaman produk pengganti Semua perusahaan dalam suatu industri sesungguhnya bersaing dengan produk pengganti, meskipun karakteristiknya berbeda, namun produk pengganti dapat memberikan fungsi dan manfaat yang sama. Apabila suatu produk yang dihasilkan tersebut tidak mampu memberikan peningkatan produk, maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap penurunan keuntungan suatu usaha atau bahkan hal tersebut akan mempengaruhi pertumbuhan karena diakibatkan harga yang ditawarkan oleh produk lainnya lebih menarik.

F. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi islam sendiri memiliki beberapa definisi menurut para ahli ekonomi. Ekonomi islam membahas mengenai keragaman yang ada sesuai dengan sudut pandang para ahli. Apabila dikaji secara seksama terhadap definisi tersebut tampak semuanya bermuara pada

hal yang sama yaitu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan segala permasalahan ekonomi secara apa yang telah disyariatkan oleh Allah SWT. Tidak ada definisi ekonomi Islam yang baku yang digunakan sebagai pedoman umum untuk memecahkan segala persoalan ekonomi yang dihadapi oleh orang Islam. Banyaknya definisi dari ekonomi islam yang ada dan menjadi arahan serta auran para umat manusia dalam mengembangkan ekonomi sesuai dengan syariat islam tidak menjadikan hal tersebut menjadi sebuah permasalahan. Perbedaan tersebut malah menjadi penanda bahwa semua usaha yang ada di Indonesia khususnya saat ini menunjukkan bahwa usaha para ekonom muslim semakin berkembang untuk memecahkan berbagai masalah-masalah ekonomi islam yang tentunya tetap harus berpegang kepada Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁵⁶

2. Nilai-Nilai Dasar Sistem Ekonomi Islam

- a. Keseimbangan Nilai dasar keseimbangan ini selain mengutamakan kepentingan dunia dan kepentingan akhirat, juga mengutamakan kepentingan perorangan dan kepentingan umum, dengan dipeliharanya keseimbangan antara hak dan kewajiban.
- b. Keadilan Keadilan harus di tetapkan di semua fase kegiatan ekonomi, baik kaitannya dengan produksi maupun konsumsi, yaitu dengan aransemen efisiensi dan memberantas keborosan ke dalam

⁵⁶ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Islam Dalam Perspektif kewenangan peradilan agama*. (Jakarta: kecana, 2016), hal. 5

keadilan distribusi ialah penilaian yang tepat terhadap faktor-faktor produksi dan kebijaksanaan harga hasilnya sesuai dengan takaran yang wajar dan ukuran yang tepat atau kadar sebenarnya. Keadilan juga berarti kebijaksanaan mengalokasikan sejumlah hasil tertentu dari kegiatan ekonomi bagi mereka yang tidak mampu memasuki pasar atau tidak sanggup lagi membelinya menurut kekuatan pasar, yaitu kebijaksanaan melalui zakat, infaq, dan shodaqoh.⁵⁷

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini adalah penelitian dimana sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh orang lain. Fungsi dari penelitian terdahulu itu sendiri adalah sebagai perbandingan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan dari penelitian yang dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fidziah dan Vadilla Mutia Zahara dengan judul “Strategi Saluran Distribusi Dan Akses Dalam Meningkatkan Pendapatan UMK Emping Melinjo Di Kota Serang”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi saluran distribusi dan juga akses agar umkm ini dapat memberikan peningkatan pendapatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Kendala dalam melakukan pendistribusian dimana pedagang mengalami kendala dalam biaya distribusi yang disebabkan tidak adanya agen dalam kegiatan distribusi untuk menyalurkan produk dari pengrajin ke konsumen. Akan tetapi dari segi

⁵⁷ Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro.....*, hal. 35.

bahan baku pihak pengrajin tidak mengalami kekawatiran karena bahan baku produksi dapat diperoleh tidak jauh dari wilayah tempat produksi dikerjakan sehingga hal tersebut sangat membantu dimana dengan banyaknya persediaan bahan baku maka hasil yang dijual akan semakin banyak yang pada akhirnya nanti akan berpengaruh kepada jumlah pendapatan yang semakin meningkat. Perbedaan dari penelitian ini adalah dari segi bahan baku dimana persediaan bahan baku dalam penelitian penulis bukan hal yang perlu di khawatirkan selain itu objek penelitian juga berbeda.⁵⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Efia Aminatus dan Luthfiyah Nurlaila dengan judul “Manajemen produksi usaha wingko khas kota babat di kecamatan babat kabupaten lamongan (studi di pabrik wingko loe lan ing babat)”. Pada penelitian ini bertujuan untuk untuk mengenalisis bagaimana manajemen produksi melalui fungsi-fungsi manajemen. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa usaha wingko ini sudah menerapkan sistem produksi dengan baik mulai dari proses produksi pengawasan dimana dalam prosesnya diawasi langsung oleh pihak pemilik sedangkan pengendalian dan pengoperasian dilakukan oleh pihak karyawan. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian dimana pada penelitian yang peneliti tulis menggunakan objek UMKM.⁵⁹

⁵⁸ Fidziah dan Vadilla Mutia Zahara, Strategi Saluran Distribusi Dan Akses Dalam Meningkatkan Pendapatan Umk Emping Melinjo Di Kota Serang, *Jurnal Ekonomi Dan Publik*, Vol.16 No.1 Februari 2020, hal.45-49.

⁵⁹ Efia Aminatus dan Luthfiyah Nurlaila, Manajemen produksi usaha wingko khas kota babat di kecamatan babat kabupaten lamongan (studi di pabrik wingko loe lan ing babat), *E-journal Boga* Vol.02. No.03 2013, hal. 86-94.

Penelitian yang dilakukan oleh Risdawati Br. Ginting dan Mudhita Zikkrullah Ritonga dengan judul Studi Manajemen Produksi Usaha Peternakan Kambing Di Desa Deli Tua Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai bagaimana system manajemen produksi yang terlak dilakukan oleh pihak peternak kambing yang ada di desa ini sehingga diharapkan semua kegiatan produksi dapat berjalan dengan lancar. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa peternak sudah mengaplikasikan manajemen produksi dengan baik dengan memaksimalkan faktor- faktor dari segi bahan pakan kemudian tempat peternakan, dan juga faktor kesehatan sehingga nantinya usaha ini dapat terus bertahan. Perbedaan dari penelitian ini adalah metode peenlitian dan juga objek penelitian.⁶⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Rina Masithoh Haryadi dan Catur Kumala Dewi yang berjudul “Strategi Rantai Pasok Pada Umkm Yang Melakukan Proses Produksi Berdasarkan Pesanan Dan Reguler Di Samarinda”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk rantai pasokan dari umkm di Samarinda karena dengan rantai pasok yang efektif dan baik akan mampu meningkatkan strategi kompetitif dari umkm. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif diskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan saluran distribusi pendek (produsen-konsumen akhir) dipilih oleh pelaku umkm di samarinda dimana mereka

⁶⁰ Risdawati Br. Ginting dan Mudhita Zikkrullah Ritonga, Studi Manajemen Produksi Usaha Peternakan Kambing Di Desa Deli Tua Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara, Jurnal AGROVETERINER Vol.6, No.2 Juni 2018.

menganggap hal tersebut mempersingkat pengadaan bahan baku dan juga mengurangi biaya produksi, selain itu dari segi produksi umkm di Samarinda memiliki dua proses produksi yaitu melalui pesanan dan juga secara regular. Dengan pendistribusian langsung dari produsen ke konsumen akhir kegiatan produksi dapat beroperasi secara efektif sehingga harga lebih terjangkau dan juga dapat memenuhi rantai pasok serta pengiriman dapat tepat waktu yang pada akhirnya akan berpengaruh kepada peningkatan pendapatan. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada objek penelitian dan saluran distribusi yang digunakan.⁶¹

Penelitian yang dilakukan oleh Geraldo dengan judul “Analisis Manajemen Distribusi Ud Karya Baru”. Pada penelitian ini bertujuan untuk untuk menganalisis bagaimana manajemen distribusi dari UD Karya Baru. Hasil penelitian didapatkan bahwa UD ini telah memaksimalkan manajemen distribusi dengan pembagian tugas serta alur distribusi produk yang jelas mulai dari awal pengiriman sampai barang tersebut sampai ke konsumen akhir. Fungsi manajemen yang lain yakni organizing dan controlling masih perlu ditingkatkan dengan mengadakan pembagian tugas di dalam perusahaan yang jelas. Dan fungsi manajemen distribusi dengan melihat faktor produksi secara keseluruhan telah diterapkan dengan baik di

⁶¹ Rina Masithoh Haryadi dan Catur Kumala Dewi, Strategi Rantai Pasok Pada Umkm Yang Melakukan Proses Produksi Berdasarkan Pesanan Dan Regular Di Samarinda, *Jurnal Riset Inossa* Vol.1 No.2 Tahun 2019, hal.98-108.

dalam perusahaan. Perbedaan penelitian ini adalah objek penelitian dan juga metode analisis yang digunakan.⁶²

Penelitian yang dilakukan oleh Benget Hutagaol dengan judul “Studi Analisis Manajemen Distribusi Pada PT. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar”. Pada penelitian ini bertujuan untuk untuk menganalisis bagaimana Penataan sistem distribusi yang nantinya mempengaruhi daya saing sebuah produk dan atau merek. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa PT. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar sudah menerapkan manajemen distribusi secara baik dengan melakukan pertimbangan pemilihan saluran distribusi, dengan melakukan pengolahan pesanan dan mempertimbangkan kemampuan agen. Perbedaan penelitian ini adalah objek penelitian dan juga metode analisis yang digunakan.⁶³

Penelitian yang dilakukan Agus atori dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Perusahaan Snack Lucky Olympik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan juga mendeskripsikan bagaimaa strategi yang dilakukan Snack Lucky Olympic Kediri untuk melihat posisi perusahaan dan juga strategi untuk memasarkan produknya. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Dari segi penjualan produk mempertahankan harga produk yang kompotitif dapat memberikan peluang pemasaran, dari segi distribusi dengan

⁶² Geraldo, Analisis Manajemen Distribusi UD Karya Baru, *Jurnal AGORA* Vol. 6, No. 2. 2018

⁶³ Hutagaol, Benget. 2022. Studi Analisis Manajemen Distribusi Pada PT. Pabrik Cat Dan Tinta Pacific Makassar, *Jurnal Equilibrium* 2(1)2022, hal.56-59.

memanfaatkan dan memaksimalkan dari kinerja agen dan melakukan penetrasi pasar dapat memberikan peluang perluasan pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya memerlukan peningkatan pendapatan. Perbedaan dari penelitian yaitu metode analisis yang digunakan serta objek penelitian.⁶⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Fidziah dan Vadilla Mutia Zahara dengan judul “Strategi Saluran Distribusi Dan Akses Dalam Meningkatkan Pendapatan Umk Emping Melinjo Di Kota Serang”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi saluran distribusi dan juga akses agar umkm ini dapat memberikan peningkatan pendapatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Kendala dalam melakukan pendistribusian dimana pedagang mengalami kendala dalam biaya distribusi yang disebabkan tidak adanya agen dalam kegiatan distribusi untuk menyalurkan produk dari pengrajin ke konsumen. Akan tetapi dari segi bahan baku pihak pengrajin tidak mengalami keawatiran karena bahan baku produksi dapat diperoleh tidak jauh dari wilayah tempat produksi dikerjakan sehingga hal tersebut sangat membantu dimana dengan banyaknya persediaan bahan baku maka hasil yang dijual akan semakin banyak yang pada akhirnya nanti akan berpengaruh kepada jumlah pendapatan yang semakin meningkat. Perbedaan dari penelitian ini adalah dari segi bahan baku dimana persediaan bahan baku dalam penelitian

⁶⁴ Agus Athori, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Perusahaan Snack Lucky Olympic Kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen, Revitalitas*, Vol.02 No.04 2013, hal.25-35.

penulis bukan hal yang perlu di khawatirkan selain itu objek penelitian juga berbeda.⁶⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Yuni dengan judul “Manajemen Produksi Usaha Tahu Perspektif Ekonomi Islam (Studi Sentra Industri Tahu Desa Kalisari Cilongok Banyumas). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi dari sentra industri tahu yang ada di Desa Kalisari. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen produksi yang diterapkan perusahaan ini yaitu melakukan perencanaan berupa bahan baku yang diperlukan, merumuskan sasaran dan prioritas dalam mencapai tujuan, merencanakan waktu, lokasi atau tempat, serta merencanakan biaya pelaksanaan produksi. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis membahas tentang manajemen produksi perpektif ekonomi Islam , sedangkan perbedaanya yaitu pada waktu dan lokasi penelitian.⁶⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Ayu Pratiwi dan Niken Purwidiani yang berjudul Kajian Tentang Manajemen Produksi Kerupuk Samping Pada Home Industry “Kapal Layar” Di Desa Sukorejo Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen produksi Home Industri Kapal Layar melalui

⁶⁵ Fidziah dan Vadilla Mutia Zahara, Strategi Saluran Distribusi Dan Akses Dalam Meningkatkan Pendapatan Umk Emping Melinjo Di Kota Serang, *Jurnal Ekonomi Dan Publik*, Vol.16 No.1 Februari 2020, hal.45-49.

⁶⁶ Dyah Yuni Fitroh, “Manajemen Produksi Usaha Tahu Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus di Senta Industri Tahu Desa Kalisari Cilongok Banyumas”, Skripsi STAIN Purwokerto, 2011.

pemaksimalan faktor-faktor produksi. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan manajemen produksi dilakukan dengan baik mulai dari kebijakan dari pemilik dalam mengelola sumber daya, jumlah produksi, manajemen bahan baku dan biaya, manajemen tenaga kerja dan peralatan yang digunakan dalam produksi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian dimana dalam penelitian yang dilakukan peneliti mengambil objek penelitian UMKM.⁶⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Rina Masithoh Haryadi dan Catur Kumala Dewi yang berjudul “Strategi Rantai Pasok Pada Umkm Yang Melakukan Proses Produksi Berdasarkan Pesanan Dan Reguler Di Samarinda”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk rantai pasokan dari umkm di Samarinda karena dengan rantai pasok yang efektif dan baik akan mampu meningkatkan strategi kompetitif dari umkm. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif diskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan saluran distribusi pendek (produsen-konsumen akhir) dipilih oleh pelaku umkm di samarinda dimana mereka menganggap hal tersebut mempersingkat pengadaan bahan baku dan juga mengurangi biaya produksi, selain itu dari segi produksi umkm di Samarinda memiliki dua proses produksi yaitu melalui pesanan dan juga secara regular. Dengan pendistribusian langsung dari produsen ke konsumen akhir kegiatan produksi dapat beroperasi secara efektif sehingga harga lebih terjangkau dan juga dapat memenuhi rantai pasok serta

⁶⁷ Putri Ayu Pratiwi dan Niken Purwidiani, Kajian Tentang Manajemen Produksi Kerupuk Simping Pada Home Industry “Kapal Layar” Di Desa Sukorejo Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik, *E-journal Boga*, Vol.5, No.1, 2016.

pengiriman dapat tepat waktu yang pada akhirnya akan berpengaruh kepada peningkatan pendapatan. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada objek penelitian dan saluran distribusi yang digunakan.⁶⁸

⁶⁸ Rina Masithoh Haryadi dan Catur Kumala Dewi, Strategi Rantai Pasok Pada Umkm Yang Melakukan Proses Produksi Berdasarkan Pesanan Dan Reguler Di Samarinda, *Jurnal Riset Inossa* Vol.1 No.2 Tahun 2019, hal.98-108.