

## BAB V

### PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi dan juga wawancara mengenai diversifikasi produk kerajinan tangan berbahan bambu dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek dalam perspektif ekonomi Islam, bahwa proses pengembangan produk sangat berpengaruh dalam kesejahteraan masyarakat di Desa Wonoanti. Setelah mengetahui bagaimana pengembangan produk tersebut maka memperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data hasil temuan dengan teori – teori yang sudah di kemukakan oleh penulis dengan poin sebagai berikut :

A. Proses dan Jenis Diversifikasi produk kerajinan tanagan berbahan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek dalam Islam

pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat di ubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.<sup>1</sup>

langkah – langkah dari pengembangan produk ini secara sistematis tahap proses pengembangan produk.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *manajemen pemasaran, jilid II.,Ed 12, Ter Benjamin Moln* (Jakarta; Prenhallindo,2007),hal. 320

<sup>2</sup> Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert, *Bisnis ter. Sita Wardhani*,(Surabaya; Erlangga,2006) hal.312

a. Gagasan produk

Pengembangan produk dimulai dengan pencarian gagasan bagi produk – produk baru. Para manajer puncak harus mendefinisikan produk dan pasar yang ingin ditekankannya menyatakan tujuan produk baru itu. Mereka juga harus menyatakan berapa banyak usaha yang harus dicurahkan untuk mengembangkan produk terobosan, memodifikasi produk lama dan meniru produk pesaing. Gagasan mengenai produk baru digali dari berbagai pihak yaitu :

- a) Pelanggan
- b) Ilmuan
- c) Pesaing
- d) Saluran pemasaran.
- e) Manajemen puncak

Setelah mengetahui data dari hasil wawancara diketahui bahwa proses pengembangan produk kerajinan tangan berbahan bambu adalah dengan adanya permintaan konsumen, keterbatasan produk kerajinan tangan berbahan bambu yang di sediakan oleh toko kerajinan membuat para konsumen harus melakukan permintaan sesuai yang mereka butuhkan. Dibuktikan dengan pernyataan para informan di UD Bambu Indah Craff bahwa tidak semua produk yang mereka butuhkan selalu

tersedia di toko – toko kerajinan sehingga mereka harus melakukan permintaan sesuai kebutuhan mereka.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dalam bukunya St. Aisyah R (2017) keinginan seseorang (konsumen) terhadap barang – barang tertentu yang diperlukan atau di inginkan. Dengan kata lain yang dimaksud dengan permintaan adalah jumlah produk barang atau jasa yang merupakan barang – barang ekonomi yang akan dibeli konsumen dengan harga tertentu dalam waktu tertentu dan dalam jumlah tertentu.<sup>3</sup>

hal ini sesuai dengan bukunya Prof Dr H.Indri bahwa produksi dan konsumsi dalam islam tidak terjadi israf (berlebih – lebihan) baik dalam produksi maupun konsumsi. Seorang produsen atau konsumen tidak boleh melakukan israf, tetapi hendaknya dalam produksi atau pengonsumsi itu dilakukan dengan moderat. Kegiatan produksi dan konsumsi harus dilakukam secara seimbang sehingga akan terwujud stabilitas ekonomi dalam pemunahan kebutuhan hidup.<sup>4</sup>

Dalam proses pengembangan produk yang dilakukan oleh UD Bmabu Indah Craf dengan munculnya ide – ide dari para karyawan dan juga meereka mempeajari dari buku – buku yang mereka miliki. hal ini membuktikan bahwa ada beberapa produk yang mereka kembangkan dengan ide – ide para karyawan mampu menarik perhatian para konsumen sehingga banyaknya konsumen yang memesan pada saat itu.

---

<sup>33</sup> St. Aisyah R, *Ekonomi Mikro: Aplikasi dalam bidang agribisnis*,(Makassar: CV Inti Mediatama,2017) hal. 10

<sup>4</sup> Idri, *hadid Ekonomi:Ekonomi dalam perspekif hadits Nabi*,(Jakarta:Kencana,2015) hal.11

Hal ini sesuai dalam bukunya Eka Ardianto (2013) bahwa dalam hal kaitannya dengan Manajemen Operasi (Operations Management) yaitu terutama dengan inovasi pengembangan produk baru. Keberadaan komunitas karyawan perusahaan bermanfaat untuk mendapatkan ide – ide kreatif bagi pengembangan produk baru.<sup>5</sup>

Proses pengembangan produk di UD Bambu Indah Craf dengan adanya pelatihan – pelatihan bagi pengrajin bambu yang diadakan oleh pemerintahan Kabupaten Trenggalek namun keterbatasan waktu dalam pelatihan membuat mereka kesulitan dalam memproduksi hal ini dikuatkan oleh informan UD Bmabu Indah Craf bahwa pemerintahan Kabupaten Trenggalek selalu mengadakan pelatihan bagi pengrajin seperti mereka untuk memperluas wawasan mereka tentang kerajinan.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dalam bukunya Sri Larasati (2018) biasanya pelatihan merujuk pada pengembangan keterampilan bekerja (vocational) yang dapat digunakan dengan segera. Istilah pelatihan merupakan istilah yang berhubungan dengan usaha – usaha berencana yang diselenggarakan untuk mencapai penguasaan skil, pengetahuan dan sikap – sikap pegawai.<sup>6</sup>

Dari proses pengembangan tersebut adanya jenis produk yang ditambah oleh UD Bambu Indah Craf yang pada awalnya mereka hanya memproduksi topi petani namun dengan adanya proses tersebut kini UD

---

<sup>5</sup> Eka Ardianto, Agus W. Soehadi, *Consumunity Marketing*,(Tanggerang:Prasetya Mulya Publlising,2013) hal. 61

<sup>6</sup> Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,(Yogyakarta:CV Budi Utama,2018) hal.128

Bambu Indah Craf telah mampu memproduksi berbagai macam jenis kerajinan. dari berbagai macam jenis kerajinan jenis kerajinan yang paling diminati oleh konsumen adalah jenis produk tempat makan hal ini di kuatkan oleh pernyataan informan UD Bambu Indah Craf bahwa banyaknya pemilik restoran yang memesan produk adalah para pemilik restoran, hal ini memudahkan para pemilik dalam penyajian.

Hal ini sesuai dengan pernyataan dalam bukunya Feddy Rangkuti (2016) konsumen mempergunakan informasi produk yang berhasil mereka kumpulkan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan pilihan. Jatuhnya pilihan pada produk dengan merek tertentu juga mengikuti suatu proses. Dari berbagai merek produk yang mereka minati, selanjutnya konsumen menentukan produk yang atributnya paling cocok dengan keinginan mereka.<sup>7</sup>

Dalam penambahan jenis produk yang dilakukan oleh UD Bambu Indah Craf ada jenis produk yang memiliki nilai guna yang lebih tinggi yaitu produk tempat duduk sekaligus bisa dijadikan tempat berbaring. Hal tersebut di kuatkan oleh informan UD Bambu Indah Craf bahwa produk yang memiliki nilai guna yang lebih tinggi adalah kursi sekaligus tempat tidur, namun tak banyak dari konsumen yang menginginkan produk tersebut.

Hal ini sesuai pernyataan dalam bukunya Deliarnov (2007) dalam melakukan kegiatan produksi, produsen berusaha menciptakan manfaat

---

<sup>7</sup> Freddy Rangkuti, *Customer care excellence:meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan prima plus analisis kasus jasa raharja*,(Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) hal.181

atau nilai guna suatu barang atau jasa atau sekurang – kurangnya menambah manfaat atau nilai guna barang atau jasa tersebut.<sup>8</sup>

B. Pengembangan produk kerajinan tangan berbahan bambu dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek dalam Islam

Kesejahteraan mempunyai arti tindakan yang dilakukan oleh manusia untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik, taraf hidup yang lebih baik hanya di ukur secara ekonomi tetapi dapat di lihat dari beberapa aspek.

Upaya meningkatkan kesejahteraan

- a. Membuka lapangan kerja
- b. Bantuan dana sebagai modal untuk usaha
- c. Membangun fasilitas yang memadai
- d. Menyediakan sarana untuk dapat memperlancar pemasaran hasil produksi dan jasa masyarakat.<sup>9</sup>

Setelah mengetahui data dari hasil wawancara di ketahui bahwa pengembangan produk kerajinan di UD Bambu Indah Craf membuat pemilik kerajinan kekurangan tenaga kerja, dengan berkurangnya tenaga kerja maka terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Terbuktinya pernyataan tersebut dari informan UD Bambu indah Craf bahwa dengan adanya perkembangan tersebut terbukanya lapangan kerja

---

<sup>8</sup> Delivavno, *Ilmu pengantar sosial*,(Jakarta:Erlangga,2007) hal 45

<sup>9</sup> Ainul Fadilah rachmawati, upaya pemerintah daerah dalam mngembangkan ekonomi lokal, jurnal vol 3 no ,(malang: Universitas Brawijaya,2014) hal. 1257

bagi masyarakat sekitar sehingga bertambahnya penghasilan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Hal ini sesuai pernyataan dalam bukunya Sumitro Djodjokusumo (1994) adanya industri dapat meningkatkan pembangunan perekonomian, sedangkan dampak dari pembangunan ini akan semakin luasnya kesempatan kerja yang bersifat produktif untuk masyarakat yang nantinya akan berdampak menambah pendapatan nyata bagi masyarakat.<sup>10</sup>

Dengan terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat maka bertambahnya pendapatan yang di peroleh masyarakat dengan pendapatan tersebut masyarakat dapat menggunakan uang tersebut sebagai modal usaha. Hal tersebut di kuatkan dengan pernyataan informan UD Bambu Indah Craf bahwa ada sebagian dari masyarakat yang mendapatkan hasil dari pengrajin di jadikan modal usaha untuk mendapat penghasilan tambahan bagi mereka.

Hal ini sesuai pernyataan dalam bukunya Listyawan Ardi Nugroho (2011) bahwa modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Sumitro Djodjokusumo, *perkembangan pemikiran ekonomi: dasar ekonomi pertumbuhan dan ekonomi pembangunan*, (Jakarta, LP3ES, 1994) hal. 210

<sup>11</sup> Listyawan Adi Nugroho, *Pengantar modal usaha*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2011) hal. 9

Hal ini sesuai dengan kesejahteraan masyarakat dalam islam demikian penjelasan dengan menggunakan dua cara menjadi satu pandangan tentang kesehatan. Dalam Al-Qur'an Surat AL-Nahl : 97

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۗ

وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Yang artinya : barang siapa mengerjakan kebaikan, baik laki – laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami berikan balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.<sup>12</sup>

### C. Pemasaran produk kerajinan tangan berbahan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek dalam islam

pemasaran dalam pandangan islam merupakan suatu penerapan disiplin strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai pemasaran syariah ini sendiri dikeluarkan oleh dua orang pakar di bidang pemasaran dan syariah.

fungsi – fungsi pemasaran, yaitu diantaranya ebagai berikut :

#### a. Berprilaku baik dan simpatik (shidiq)

<sup>12</sup> Almizan, *distribusi pendapatan:kesejahteraan menurut konsep ekonomi islam*, (padang: institute agama islam negeri imam bonjol, 2016), hal.78



- b. Berprilaku adil dalam bisnis (al-adl)
- c. Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah)
- d. Menepati janji dan tidak curang
- e. Jujur dan terpercaya (al-amanah)
- f. Tidak suka berburuk sangka (su'udzon)
- g. Tidak suka menjelek – jelekkan (gibah)
- h. Tidak melakukan sogok (risywah)<sup>13</sup>

Setelah mengetahui data dari hasil wawancara diketahui bahwa UD Bambu Indah Craf selalu berperilaku baik terhadap konsumen karna UD Bmabu Indah Craf menganggap konsuemn adalah hal yang penting bagi mereka. Hal tersebut di kuatkan dengan pernyataan informman UD Bambu Indah Craf bahwa pemilik kerajinan selalu berperilaku baik kepada konsuemn walaupun ada sebagian konsumen yang tidak punya pendirian pada pilihan mereka.

Hal ini sesuai dengan pernyataan dalam bukunya Terence A Shimp (2003) bahwa prilaku konsumen dalam menentukan pilihan sepertinya terlihat sederhana dan pasti. Namun sebenarnya tidak demikian orang tidak selalu berperilaku konsisten ssuai dengan preferensinya.<sup>14</sup>

Dalam pemasaran produsen harus melayani dan rendah hati kepada konsumen hal tersebut juga yang dilakukan oleh UD Bmabu Indah Craf bahwa selalu melayani dan renddah hati kepada konsumen karna

---

<sup>13</sup> Hermawan kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *syariah marketing*, (bandung:mizan pustaka,2006) hal. 67

<sup>14</sup> Terence A. Shimp, *periklanan promosi aspek tambahan komunikasi terpadu*,(Jakarta:Erlangga,2003) hal.209

konsumen adalah hal yang penting bagi mereka. Hal tersebut dikuatkan oleh informan UD Bambu Indah Craf bahwa produsen selalu melayani konsumen dengan baik dan rendah hati.

Hal ini sesuai dengan pernyataan dalam bukunya M Shodiq Mustika (2012) bahwa dalam dunia bisnis sikap rendah hati dan melayani dengan baik sepenuh hati adalah jalan yang paling ampuh untuk mendapatkan pelanggan.<sup>15</sup>

Dalam pemasaran menepati janji adalah salah satu cara agar konsumen percaya akan kualitas kerja yang dilakukan oleh pemilik usaha begitupun yang dilakukan UD Bambu Indah Craf dalam hal menepati janji. Dibuktikan dengan pernyataan informan UD Bambu Indah Craf bahwa pemilik kerajinan selalu menyelesaikan permintaan sesuai tanggal yang telah ditentukan oleh konsumen.

Hal ini sesuai dengan bukunya Hafidhuddin (2003) bahwa sebuah janji haruslah ditepati, hal itu dinyatakan dalam Al – Qur'an Surah Al-mu'minuun ayat 3 :

وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ ﴿٣﴾

Artinya : orang – orang yang menjauhkan diri dari perbuatan dan perkataan yang tiada guna (al-mu'minuun:3)

---

<sup>15</sup> M. Shodiq Mustika, *The Ultimate Power Of Shalat Tahajud*,(Jakarta:Qultum Media, 2012) hal97

Ayat di atas bermakna bahwa seorang muslim harus produktif dalam segala hal. Produktif dalam berbicara dan bekerja. Kemudian dalam ayat berikut difirmankan :

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْنَتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ﴿٨﴾

Artinya : orang – orang yang menjaga amanah – amanah (yang dipukulnya) dan janjinya (al-mu’nuun:8)

Ayat ini menegaskan bahwa menjaga amanah dan memenuhi janji adalah bagian dari b udaya islam.<sup>16</sup>

Dalam suatu bisnis sogok menyogok untuk mendapatkan suatu produk yang di inginkan seringlah terjadi dalam dunia usaha begitupun dengan UD Bambu Indah Craf seperti pernyataan informan di UD Bambu Indah Craf bahwa tidak banyak dari konsumen di UD Bambu Indah Craf yang melakukan sogok menyogok agar pesanan yang mereka inginkan segera di kerjakan, namun pemilik kerajinan tidak menerima penambahan uang dari para konsumen.

Hal ini sesuai dengan bukunya Ath Thariqi (2001) bahwa suap adalah sesuatu yang diberikan kepada seseorang dengan syarat orang yang di berikan tersebut dapat menolong orang yang memberi. Dalam surat An-Nisaa:29

---

<sup>16</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri, *Manajemen Syariah dan praktik*,(Jakarta:Gema Insani Press,2003) hal65

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٦﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu: Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Abdullah Bin Abdul Muhsin, *Suap dalam pandangan islam*,(Jakarta:Gema Insani Press,2001) hal 9-14