

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MENINGKATKAN USAHA KERAJINAN TANGAN

Oleh:

A. Taufiq Buhari¹

STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan

Email: taufiqbuhari@gmail.com

ABSTRAK

Pendapatan ekonomi masyarakat sangat penting untuk ditumbuh kembangkan sebagai penunjang utama dalam pemenuhan kebutuhannya. Di samping itu, Kegiatan usaha ini merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian karena bidang usahanya mempunyai kebebasan untuk berkarya. Masyarakat yang tinggal di pedesaan mulai mengembangkan usaha yang dikenal dengan UMKM, disebabkan beberapa faktor seperti penyempitan lahan pertanian secara terus menerus dan bertambahnya tenaga kerja di pedesaan. Tentunya banyak hambatan dalam pengelolaan mikro usaha kecil dan menengah, sebagai usaha yang dikelola rata-rata masyarakat pedesaan yang pengalaman mengelola usahanya sangat minim. UMKM yang dikembangkan masyarakat di Desa Kelbung Kecamatan Sepulu berupa kerajinan tangan Tas Rajut, sebagai salah satu wirausaha yang berada di desa dengan potensi keuntungan yang sangat besar bagi masyarakat sebagai pelakunya. Namun yang menjadi kendala dalam masyarakat adalah modal yang masih sedikit dan ketergantungan kepada orang lain, SDM yang masih rendah serta pengetahuan masyarakat dalam mengelola kerajinan tas masih minim baik sebagai produsen maupun distributor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode jenis empiris dengan pendekatan kasus yang terjadi di tengah-tengah masyarakat desa Kelbung Kecamatan Sepulu. Objek ini penting untuk dikaji untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi UMKM bagi masyarakat pedesaan. Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan usaha kerajinan tangan menggunakan system usaha bersama,

¹ Dosen Program Studi Ekonomi Syariah STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

strategi pengelolaan tersebut meliputi: Keuangan/Modal, peningkatan sumber daya masyarakat dengan melakukan pelatihan terhadap para karyawan untuk meningkatkan kualitas produksi dari segi kreatifitas, inovasi maupun jumlah produk, serta memperluas pemasaran dengan mempromosikan hasil usaha, melalui pameran-pameran dan media *online* serta menitipkan produk di gerai-gerai kerajinan tangan yang ada.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil Menengah, Kerajinan Tangan, Sumber Daya Manusia, Modal Usaha, *Online*.

ABSTRACT

It is very important for the community's economic income to grow and develop as the main support in meeting their needs. In addition, this business activity is one of the supporters that determines the progress and decline of the economy because the business sector has the freedom to work. People living in rural areas are starting to develop businesses known as MSMEs, due to several factors such as the continuous narrowing of agricultural land and the increase in labor. in the countryside. Of course, there are many obstacles in micro-management of small and medium enterprises, as businesses are managed by the average rural community whose experience in managing a business is very minimal. The MSMEs developed by the community in Kelbung village, Sepulu District, are handicraft knitted bags, as one of the entrepreneurs in the village with huge potential profits for the community as the perpetrators. However, the obstacles in society are the lack of capital and dependence on other people, human resources are still low and the community's knowledge in managing bag crafts is still minimal, both as producers and distributors. The method used in this research is an empirical method with a case approach that occurred among the Kelbung village community, Sepulu District. This object is important to study to increase the economic growth of MSMEs for rural communities. Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in improving handicraft businesses using a joint business system, the management strategy includes: Finance/Capital, increasing community resources by conducting training for employees to increase production quality in terms of creativity, innovation and number of products , as well as expanding marketing by promoting business results, through exhibitions and online media as well as leaving products in existing handicraft outlets.

Keywords: Micro Small and Medium Enterprises, Handicrafts, Human Resources, Business Capital, Online.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan dalam setiap negara sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin dengan berkembangnya usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan perannya tidak dapat di hapuskan atau di hindarkan lagi dari masyarakat Indonesia saat ini. Pengembangannya di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan semakin bertambah. Masyarakat yang tinggal di pedesaan mulai mengembangkan usaha kecil ini, disebabkan beberapa faktor seperti penyempitan lahan pertanian secara terus menerus dan bertambahnya tenaga kerja di pedesaan. Tentunya banyak hambatan dalam pengelolaan mikro usaha kecil dan menengah, sebagai usaha yang di kelola rata-rata masyarakat pedesaan yang pengalaman mengelola usahanya sangat minim. Usaha kecil dan menengah ini adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi.² Kegiatan usaha ini merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian karena bidang usahanya mempunyai kebebasan untuk berkarya dan tentunya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Serta jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap untuk berwirausaha berarti seseorang itu siap untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan tidak perlu mengandalkan orang lain maupun perusahaan lain untuk mendapatkan pekerjaan.³

Kerajinan tangan Tas Rajut di desa Kelbung Kecamatan Sepulu, sebagai salah satu wirausaha yang berada di desa dengan potensi keuntungan yang sangat besar bagi masyarakat sebagai pelakunya. Tentunya banyak hambatan-hambatan yang membuat usaha ini kesulitan untuk berkembang, sehingga masyarakat tidak bisa memaksimalkan potensi yang ada terhadap usaha kerajinan tersebut.

Masalah utama yang dihadapi tentang pengembangan UMKM adalah sumber daya manusia sendiri, yang sebagai pelaku rata-rata masyarakat desa yang pengalaman mengelola usaha sangat kurang sehingga harus bergantung terhadap orang lain dalam pengelolaan usaha. Dalam segi modal juga menjadi faktor penghambat berkembang usaha masyarakat, dalam hal ini masyarakat menggunakan modal pribadi dalam mengelola dan membuat

² Budi Harsono. *Pengusaha Sukses Melalui UMKM*. media kompotindo, Jakarta: 2014. 32.

³ Basuki Ranto. *Kewirausahaan*, Jakarta: Grafindo Persada, 2007, 19.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

kerajinan meskipun keuntungan yang diperoleh belum bisa menutupi modal-madal yang sudah dikeluarkan, karena proses pengembangan usaha tentunya sangat banyak mengeluarkan modal. Dengan sumber daya manusia yang masih rendah masyarakat keseluruhan melakukan peminjaman modal usaha yang harus memenuhi persyaratan yang harus dipenuhi.

Kurang pengetahuan dalam pengelolaan usaha juga menjadi faktor utama, masyarakat tidak tahu harus memulai dari mana untuk memulai usaha tersebut, sehingga pengusaha kesulitan dalam meningkatkan level bisnisnya, sehingga usaha yang mereka jalankan sulit untuk berkembang dan tentunya omset yang mereka dapatkan sulit untuk mengalami kenaikan yang signifikan. Jika pelaku usaha melakukan kerjasama dengan pihak lain maka mereka tidak bisa mengambil pelajaran dalam hal kerjasama tersebut. Dalam kegiatan kerjasama pasti terdapat hal negatif baik yang bersifat internal maupun eksternal, salah satunya terjadi pada pihak pelaku kerajinan Tas Rajut. Karena minimnya pengetahuan dan pengalaman dari para pelaku usaha ini sebagai kendala utama dalam mengembangkan usahanya untuk mandiri maka potensi besar usaha kerajinan Tas Rajut tersebut tidak bisa dikelola sendiri dan pelaku harus terus berkerjasama mengelola usaha tersebut dengan pihak lain sebagai investor. Akhirnya keuntungan yang potensi labanya sangat besar menjadi kecil karena faktor-faktor di atas terutama pengelolaan yang tidak mandiri.⁴

Dalam proses pengembangan usaha, masyarakat harus terus menerus berinovasi dalam segi produksi. Terkadang yang sering terlupakan dari perhatian pelaku usaha adalah *branding* karena belum banyak yang sadar terhadap pentingnya *branding* bagi produk dan usahanya, padahal menjaga kualitas *branding* sangatlah penting dalam meningkatkan keuntungan dengan cara hanya fokus penjual saja. Dalam meningkatkan daya saing usahanya seorang pengusaha sering mengalami kendala dalam melakukan inovasi produk. Saat ini jumlah produk usahanya yang menembus pasar internasional masih sangat sedikit sekali jumlahnya, dikarenakan kualitas produk yang diciptakan sulit bersaing di pasar manca negara dan apabila dihubungkan dengan harga yang ditawarkan, produk usaha yang ada di Indonesia masih jauh berbeda dengan kualitas yang ditawarkan produk luar negeri.

⁴ Hasil Wawancara Dengan Ibu Hamida. *Ketua pengrajin wirausaha rumahan di desa kelbung*. Tanggal 5 Januari 2020.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Kesulitan dalam hal mendistribusikan barang yang dihasilkan juga menjadi salah satu faktor penghambat selama ini baik yang bersifat regional maupun global. Banyak pelaku usaha yang tidak mempunyai jaringan untuk mendistribusikan produknya, kebanyakan hanya fokus mendistribusikan barang kepada kolega dan menjualnya ke orang yang mereka kenal saja. Tentu cara pemasaran yang seperti ini sangat sederhana dan jangkauannya belum terlalu luas dan maksimal. Majunya ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi ini sangat penting untuk memanfaatkan dan mengembangkan media *online* dalam memasarkan hasil produk masyarakat sebagai media yang tanpa batas, media *online* menjadi salah satu cara yang positif dalam memasarkan produk dan tentunya jangkauannya cukup luas.

Berdasarkan pemaparan dan permasalahan di atas, peneliti tergugah dan sangat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dan mengembangkan serta mengkaji lebih dalam dalam perspektif ekonomi Islam terkait permasalahan-permasalahan yang menjadi kendala di dalam masyarakat terutama masyarakat desa Kelbung Kecamatan Sepulu berupa kerajinan tangan Tas Rajut. Dalam ekonomi Islam tentunya mengatur mengenai cara-cara mengembangkan usaha yang baik dan sesuai peraturan ekonomi Islam.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana penelitian adalah instrumen kunci, analisis data bersifat induktif, dan penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁵ Penelitian kualitatif adalah gejala yang bersifat menyeluruh dan tidak dapat dipisahkan sehingga penelitian ini tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel tetapi secara keseluruhan situasi sosial yang diteliti meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) karena informasi dan data yang diperlukan dikumpulkan langsung dari tempat kerajinan tangan Tas Rajut desa kelbung kecamatan 10 kabupaten Bangkalan, yang bersifat deskriptif atau

⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV, Alfabeta, 2015, 9.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

mendeskriftikan tentang bagaimana analisis strategi mengembangkan UMKM kerajinan tangan Tas Rajut. Pendekatan penelitian kualitatif dipilih untuk mengungkapkan makna dibalik suatu fenomena secara lebih komprehensif sehingga mampu mendeskripsikan kejadian-kejadian yang diteliti secara lebih utuh, kompleks, dan menyeluruh. Dalam penelitian ini mengkaji secara kualitatif fenomena dan kondisi faktual tentang penerapan kerjasama usaha mikro kerajinan tangan Tas Rajut dalam perspektif Islam yang ada di desa kalbum kecamatan Sepulu kabupaten Bangkalan.

Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi partisipan, dokumentasi, dan wawancara. Observasi partisipan adalah peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari pada objek yang diamati.⁶ Teknik wawancara yaitu tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan kondisi yang terjadi, di mana hal ini tidak dapat ditemukan melalui observasi dengan teknik wawancara tidak terstruktur dalam waktu yang singkat untuk mendapatkan data yang sebanyak-banyaknya.⁷ Sedangkan teknik dokumentasi sebagai pelengkap dari penggunaan teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara.⁸

Dalam pemilihan sumber data menggunakan *snobol sampling* adalah teknik penentuan pengambilan data yang pada awalnya sedikit kemudian menjadi banyak. Mulanya peneliti hanya mengambil 2 orang untuk dijadikan informan, tetapi karena dengan 2 orang tersebut dirasa belum cukup terhadap data yang diperoleh, maka peneliti mencari orang lain untuk melengkapi data sebelumnya. Sehingga jumlah informan yang semula hanya 2 orang berkembang menjadi 4, 6, 8 dan seterusnya sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memilih subyek Kepala Desa, ketua UMKM, karyawan, investor, dan konsumen.

PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan UMKM

Berbagai cara dilakukan oleh pelaku UMKM agar usaha yang dijalankan tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang ada. Suatu usaha pasti memerlukan strategi dalam hal pelaksanaan usahanya dengan tujuan

⁶ *Ibid*, 227.

⁷ Surharsimi Arikunto, *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Renika Cipta, 2013), 271.

⁸ Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 231.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

untuk terus mengembangkan usahanya. Strategi adalah poin keputusan yang merupakan hasil analisis kekuatan dan kelemahan serta antisipasi ancaman dengan memanfaatkan sepenuhnya peluang yang ada dari perusahaan dalam rangka mewujudkan visi dan misi suatu perusahaan (organisasi) (Afri Erisman, 2012).

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu

1. Strategi manajemen

Meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya: strategi pengembangan produk, penetapan harga, pengembangan pasar, dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

3. Strategi Bisnis

Sering juga diebut sebagai strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau oprasional, strategi dristribusi dan sebagainya.

Tentunya dalam pengembangan UMKM pelaku usaha memerlukan beberapa strategi dalam proses pengembangan usaha diantaranya.

- a. Mengajukan permohonan bantuan pengembangan prasarana

Tingginya produktifitas usaha tidak menjamin keberhasilan bisnis/usaha jika tidak diimbangi dengan angka penjualan yang tinggi. Penjualan yang tinggi juga tidak ada artinya jika keuntungan yang diperoleh sangat kecil kerena tingginya distribusi. Biaya ditribusi yang tinggi diakibatkan oleh kurangnya prasana, perlu diatasi dengan strategi pengembangan usaha lewat pengajuan permohonan bantuan baik berupa bantuan dana, logistik, dan lain sebagainya kepada pemerintah maupun lembaga keuangan.

- b. Membentuk kelompok usaha

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha yang digerakkan secara sendiri-sendiri membawa dampak lambatnya akumulasi modal, jika berjalan sendiri anda tidak akan mungkin dapat mengendalikan distribusi hasil produksi dan bahan mentah. Mau tidak mau pasokan bahan baku ditentukan oleh pemasok, bukan pengusaha. Berbeda jika usaha yang ada di suatu lingkungan dengan produk yang sejenis dijadikan satu dalam wadah kelompok usaha. Strategi pengembangan usaha, memungkinkan pengusaha mempunyai kekuatan untuk mengendalikan distribusi. Pembentukan kelompok atau organisasi juga dapat diarahkan untuk memperoleh akses modal ke lembaga keuangan dan membangun skala usaha yang lebih besar dan menguntungkan.

c. Pengembangan jaringan usaha, pemasaran, dan kemitraan

Mengembangkan jaringan usaha bisa dilakukan dengan membentuk subkontrak klaste serta kemitraan. Pola jaringan ini sudah terbentuk tetapi tidak berjalan sebagaimana mestinya. Banyak pengusaha kecil yang tidak terikat dengan jaringan subkontrak atau kemitraan dengan perusahaan besar, sehingga eksistensi usahanya sangat rentan. Kebaikan subkontrak yaitu, usaha kerajinan akan terus menjadi pemasok barang yang diperlukan oleh perusahaan besar dalam proses produksinya. Sedangkan pola klaster (mendekatkan usaha-usaha sejenis dalam suatu wilayah geografis) diharapkan mampu menghasilkan produk dengan keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar internasional.

d. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Faktor yang sangat penting dalam kegiatan pengembangan usaha adalah sumberdaya sebagai pelaku utama dalam segala hal kegiatan tersebut khususnya bagi pengembangan usaha kecil dan menengah agar dapat bersaing dengan produk impor di pasar lokal. Manajemen pengelolaan usaha kecil harus dibenahi, biasanya pengelolaan keuangan usaha kecil masih menjadi satu dengan keuangan rumah tangga, sehingga sulit ditentukan berapa besar uang yang masuk dan keluar. Peningkatan pelatihan karyawan bisa dengan cara pelatihan, seminar, pendidikan, dan lokakarya, serta kerjasama usaha. Lalu dilanjutkan pendampingan oleh instansi terkait.

e. Promosi

Promosi produk merupakan strategi pengembangan usaha menengah yang sangat penting, apalagi jika produk yang kita jual adalah produk Tas

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Rajut baru, maka promosi sangat penting dilakukan agar promosi tepat sasaran maka anda harus melakukan riset terhadap produk yang akan dijual dan siapa saja calon konsumennya. Setelah itu anda hanya perlu memilih melalui media mana anda melakukan promosi, apakah via media *online* atau media *offline* dan bisa juga dua-duanya.

Usaha kecil dan menengah yang merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. (Budi Harsono, ²⁰¹⁴). Jadi, dalam penelitian ini adalah usaha yang bergerak di bidang usaha menengah didirikan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan.

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi usaha mikro sesuai yang telah diatur Undang-Undang. Usaha yang termasuk kriteri usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki perusahaan besar yang sesuai kriteria, yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana sesuai Undang-Undang. Yang termasuk usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkan mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2.500.000.000,-.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh persorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki perusahaan kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih mencapai lebih dari Rp 500.000.0000,- hingga Rp 10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunan mencapai Rp 2,500.000.000,- atau bisa lebih (Budi Harsono, 2014).

Keuntungan yang didapatkan apabila mengembangkan UMKM, salah satunya memiliki ketahanan yang cukup kuat terhadap krisis ekonomi yang

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

terjadi di Indonesia pada tahun 1997-1998-an UMKM terlihat lebih kebal dari perusahaan besar (Budi Harsono, 2014). UMKM sendiri dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah mu'amalah, yaitu masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal antar manusia dan tetap akan dipertanggungjawabkan kelak. Al-Qur'an Surat an-Nisa' ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: 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. (QS. An-Nisa': 29).⁹

Seperti hadis di bawah ini, Rasulullah SAW mengajarkan umatnya supaya berusaha memenuhi hajat hidupnya dengan jalan apapun asalkan jalan yang ditempuh halal.

عن شبيب رضي الله عنه ان النبي صلى الله عليه وسلم قال: صلاه فيهن البركه البيع الى اجل والمقارضة واخلاق البر بالشعير للبيت لا للبيع (رواه ابن ماجه)

Artinya: Dari suhaib ra. Bahwa Rasulullah SAW bersabda: ada tiga perkara yang di dalamnya terdapat keberkahan yaitu jual beli yang memberi Tempo, pinjaman, dan mencampurkan tepung dengan gandum untuk keperluan rumah bukan untuk dijual (HR. Ibnu Majah)¹⁰

Melihat teks hadist di atas bahawa anjuran Rasulullah SAW; seorang yang berusaha dengan bekerja keras itu lebih terhormat dari pada memintaminta dan menggantungkan diri kepada orang lain. Itulah didikan Rasulullah SAW untuk menjadikan umatnya sebagai manusia yang terhormat dan terpancang, bukan menjadi umat yang lemah dan pemalas.

B. Kerajinan Tangan Tas Rajut

Bermacam-macam jenis UMKM yang ada di masyarakat salah satunya kerajinan tas menjadi yang sangat banyak peminatnya, di tengah maraknya perkembangan penjualan grosir tas murah akhir-akhir ini, dan beragam jenis tas buatan pabrik banyak bermunculan inovasi model termasuk golongan

⁹ QS. An-Nisa': 29

¹⁰ Al-Hafidz Ibnu Hajar Al- 'Asqolani. *Bulughul Marom*. Surabaya: Nurul Hidayah. 193.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

model Tas Rajut dengan berbagai pilihan tipe, warna, maupun ukuran. Bahkan barang baku yang dipakaipun cukup bervariasi tidak hanya mengandalkan benang *nylon* semata, akan tetapi memanfaatkan bahan-bahan alami seperti misalnya *eceng gondok*, jerami dan lain-lain. Untuk bagian talinya pun dibuat semenarik mungkin tergantung bahan dasar dari Tas Rajut itu sendiri, khusus untuk Tas Rajut berbahan dasar benang *nylon* talinya, namun ada juga kualitas yang lebih tinggi yaitu Tas Rajut premium dengan semua material bahannya berkualitas super.

Merajut atau *knaitting* adalah metode membuat kain, tas, pakaian atau perlengkapan busana dari benang rajut. Berbeda dari menenun yang menyilangkan dua jajaran benang yang saling tegak lurus, merajut hanya menggunakan sehelai benang sebaris tusukan. Merajut dapat dilakukan dengan tangan atau mesin.¹¹ Cara membuat Tas Rajut, Tas Rajut diproduksi dengan cara konvensional sehingga dalam pembuatannya dibutuhkan ketelitian tinggi, Jadi tidak heran jika Tas Rajut mempunyai banyak peminat untuk para konsumennya, ada banyak sekali macam-macam tas, seperti tas ransel, koper, dan lain-lain. Terkait model dan bahan tas maka penamaan tas biasanya disesuaikan dengan jenis bahan yang dipakai, seperti tas plastik, tas kertas, tas kain, tas rajut dan lain-lain.¹² Dengan menggunakan kategori home industry, dalam pengembangan usaha Tas Rajut, dengan produk baru yang tidak terlalu banyak pesaingnya serta bahan baku yang mudah didapat akan sangat besar potensi perkembangan usaha kerajinan tangan Tas Rajut tersebut. Sasaran dari produk ini adalah masyarakat umum, butik dan distro. Dalam pembuatan Tas Rajut diperlukan peralatan sebagai berikut. Di antaranya mesin jahit, gunting kain, hakpen, penggaris pola, meteran, jarum pentol, benang nilon, kain furing, risluting, kancing, jarum jahit dan lain-lain.

Merajut sendiri pertama kali dilakukan oleh kaum pria di Jazira Arab, tujuannya untuk membuat permadani yang diperdagangkan oleh pedagang arab. Kemudian hasil dari permadani tersebut disebarkan keseluruh belahan dunia, di antaranya Spanyol dan Eropa khususnya, lambat laun karna adanya kolonisasi Eropa diberbagai wilayah dunia, keterampilan ini menyebar hingga ke Amerika, Afrika dan Asia. Merajut sendiri di Indonesia sendiri diebarkan oleh bangsa Belanda, sehingga lebih dikenal dengan istilah *brein* (merajut).

¹¹ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Merajut>

¹² <https://www.kompasiana.com/asepfirmsyah/fakta-menarik-tas-rajut-yang-perlu-kamu-ketahui>.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Saat itu kegiatan merajut dilakukan kaum pria, sekarang kegiatan merajut tersebut banyak diminati kaum perempuan.¹³

C. Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Tas Rajut

Kerajinan tangan Tas Rajut sendiri merupakan salah satu produk mode yang melekat ke seluruh masyarakat Indonesia dan menjadi ajang bisnis yang kompetitif, yang dalam proses pembuatannya membutuhkan respon dari konsumen. Salah satu keunggulan yang dimiliki Tas Rajut adalah dalam proses pembuatannya menggunakan teknik konvensional sehingga membutuhkan ketelitian tinggi dalam pembuatannya dan tidak lupa juga selalu mengutamakan *trend*, membuat produk-produk baru yang mempunyai kualitas dan harga yang terjangkau. Potensi besar yang dimiliki kerajinan Tas Rajut ini perlu terus dikembangkan kedepannya dan tentunya memerlukan strategi. Strategi pengembangan usaha merupakan rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu industri yang diperlu gunakan mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai tujuan industry secara efektif dan efisien.¹⁴ dalam pengembangannya dengan sistem usaha bersama, strategi pengelolaan tersebut di antaranya.

1. Keuangan/Modal

Sebuah modal sangat penting dalam pengelolaan usaha, *variable* keuangan terdiri dari indikator memiliki cukup modal usaha, memiliki laba, dan tentunya dapat merealisasikan strategi-strategi yang sudah disiapkan dengan lebih baik. Untuk mendapatkan modal pelaku usaha tidak harus menoton terhadap modal sendiri yang sifatnya terbatas namun ada jalan dengan cara meminjam modal dari luar untuk mengembangkan usahanya sehingga hasilnya maksimal.

Banyak lembaga keuangan yang menawarkan uang pinjaman untuk meningkatkan modal usaha masyarakat terutama usaha mikro kecil menengah. Salah satunya melalui peminjaman di lembaga keuangan syariah yang lebih menitikberatkan asas tolong menolong untuk membantu keuangan masyarakat pelaku usaha. Namun kebanyakan masyarakat tidak tahu dan tidak mengerti dalam proses peminjamannya di samping proses

¹³ <https://www.zonakreatif.com/sejarah-rajutan-knitting>. Diakses pada tanggal 10 februari 2020.

¹⁴ <https://journal.unnes.ac.id/sju/indek.x.php/edaj/article/view/3219>. Diakses pada tanggal 10 Februari 2020.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

administrasinya yang agak rumit. Di sini butuh bantuan pemerintah dalam mengentaskan keuangan atau modal pelaku usaha UMKM karena meningkatnya pendapatan ekonomi masyarakat terutama masyarakat pedesaan merupakan indikasi majunya perekonomian suatu negara.

2. Sumber Daya Manusia

Pengembangan usaha kerajinan tangan Tas Rajut ini, salah satunya untuk meningkatkan kreativitas sumber daya masyarakat dengan melakukan pelatihan terhadap para karyawan dengan tujuan meningkatkan kualitas produksi dari segi kreatifitas, inovasi maupun jumlah produk, karena memang sangat membutuhkan ketekunan dan kesabaran dalam pembuatan kerajinan tangan Tas Rajut tersebut, sehingga terus-menerus dapat mempersaingkan produk-produk nya.

Pendidikan dengan cara penyuluhan dan pendampingan kepada masyarakat pelaku usaha sangat membantu peningkatan kreativitas masyarakat itu sendiri. Kebanyakan masyarakat tidak mengetahui bagaimana cara efektif dan efisien dalam mengembangkan kreatifitas kerajinan tangan Tas Rajut ini terutama berkaitan inovasi yang selalu dituntut kesesuaiannya dengan selera masyarakat. Kerajinan tangan yang dihasilkan masyarakat harus berkualitas tinggi dan bisa bersaing dengan produk-produk impor yang sudah modern. Karena kalau tidak maka kerajinan tangan masyarakat lokal terutama Tas Rajut akan sangat using dan tidak laku. Maka dari itu, kontribusi pemerintah dan masyarakat akademisi sangat diharapkan untuk merubah keterbatasan dan kendala-kendala sumber daya manusia yang ada.

3. Pendampingan Perhitungan dan Laporan Keuangan Sederhana

Hal ini sangat penting dalam proses usaha kerajiana Tas Rajut, sebagian besar pelaku usaha Tas Rajut tersebut ibu-ibu yang minim pendidikannya. Tentu mereka membutuhkan pendampingan dalam perhitungan dan laporan keuangan usahanya, sehingga mereka tahu keuangan usaha mereka dan menentukan harga yang pas terhadap produk yang mereka buat. Target penghitungan dan pelaporan keuangan sangat penting untuk menghindari kerugian bagi pelaku usaha. Banyak dari masyarakat dalam meletakkan harga kurang memperhitungkan dengan baik, kadang malah merugi karena mereka tidak memperhitungkan secara matang dan baik bagaimana cara menetapkan harga dengan keuntungan yang diperoleh. Mereka hanya memperhitungkan terlalu mahal atau terlalu

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

murah tanpa memperhitungkan pembelian bahan baku dan kerjanya sehingga laba yang didapat tidak maksimal dan bahkan atidak sesuai dengan harapan mereka.

4. Pemasaran dan Promosi Produk

Metode pemasaran yang harus dilakukan untuk pengembangan Tas Rajut itu memerlukan mentor yang cukup luas dalam segi pemasaran, sehingga masyarakat umum banyak yang mengetahui hasil usaha kerajinan Tas Rajut dihasilkan oleh masyarakat. Pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat Desa Kelbung Kecamatan Sepulu masih bersifat tradisional, dan mereka belum mengenal media massa baik *online* maupun *offline* untuk mengembangkan pemasarannya. Menggunakan media untuk mempromosikan hasil usaha sangat membantu untuk memperluas jangkauan promosinya, diantaranya mengikuti pameran-pameran, promosi lewat media *online* baik melalui *all shoppe* maupun yang lain yang jangkauannya sangat luas. Di samping itu, bias juga menitipkan produknya di gerai-gerai kerajinan tangan lainnya sehingga hasil kerajinan tangan yang berupa Tas Rajut akan maksimal pemasaran dan promosinya.¹⁵

DAFTAR PUSTAKA

- Afri Erisman dan Andi Azhar. (2012). *Manajemen Strategi*. Jakarta: cv budi utama.
- Al-Hafidz Ibnu Hajar Al- 'Asqolani. (1993) *Bulughul Marom*. Surabaya: Nurul Hidayah.
- Basuki Ranto. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Budi Harsono. (2014). *Pengusaha Sukses Melalui UMKM*. Jakarta: media kompotendo.
- Hasil Wawancara Dengan Ibu Hamida. 2020. *Ketua pengrajin UMKM di desa kelbung*.
<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Merajut>,
<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/1275/801>.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/indek.x.php/edaj/article/view/3219>.
<https://www.zonakreatif.com/sejarah-rajutan-knitting>.
- Husaini A.Majid Hasyim. Syarah Riyadhush Shalihin, terj. Mu'amalah Hamidy Dan Imron A. Manan, Surabaya: PT Bina Ilmu, 1993, 347.

¹⁵ <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/1275/801>.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Siangian P. Sandang. (2004). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiono. (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- <https://www.kompasiana.com/asepfirmansyah/fakta-menarik-tas-rajut-yang-perlu-kamu-ketahui>.