

**PROSPEK PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH
KERAJINAN ROTAN DI PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM**

NILA ASMITA¹

**¹Sekolah Tinggi Agama Islam HM Lukman Edy
Jl Yos Sudarso gg Jaya Pekanbaru Riau Indonesia
Hp. 081371401745 e-mail: asmitanila@gmail.com**

ABSTRACT

This Research entitled Prospect of small and Medium Enterprises of Rattan Handicraft in the Perspektif Islamic Economics. That method that write use in this writing is random sampling method. Data collection techniques are observation, interview, documentation and questionnaire. The purpose is the research is to know the factors that influence the marketing of rattan handicraft, to know the problems and Prospect of Small and Medium Enterprises of Rattan craft and the review in the perspective of Islamic Economics.

One of the emerging industries is SMEs Rattan Handicrafts in Pekanbaru from the result of the study authors of factors that affect the marketing of small and medium enterprises rattan handicraft in Pekanbaru are product, prices, competition, promotion, and market analysis. In kaedah fiqh the most basic in the concept of islam al ashlu fi al muamalat al ibaha illa an yadulla ala tahrimiha (basically all from of muamalah may be done unless there is proposition that forbids it). The problematic of rattan handicraft business is raw material and human resources. Prospect of rattan handicraft according to author good.

Keywords : *Prospect, marketing, small , medium enterprises rattan handicraft.*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Prospek Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam. Metode yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah Metode Random Sampling. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan angket. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemasaran kerajinan rotan, untuk mengetahui Problematika dan Prospek Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan dan dan Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam.

Dari hasil penelitian penulis faktor-faktor yang mempengaruhi Pemasaran Usaha Kecil Menengah kerajinan rotan di Pekanbaru adalah produk, harga, persaingan, promosi, dan analisis pasar. Dalam kaedah fiqh yang paling basic dalam konsep Islam al ashlu fi al mu'amalat al ibaha illa an yadulla a'la tahrimiha (Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya). Adapun problematika usaha kerajinan rotan adalah bahan baku dan sumber daya manusia. Prospek Kerajinan Rotan menurut penulis Baik.

Kata Kunci : *Prospek, Pemasaran, Usaha Kecil, Menengah, Kerajinan Rotan*

A. PENDAHULUAN

Sistem Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ekonomi yang berdasarkan ke Tuhanan dan Etika. Ekonomi Islam bertitik tolak dari Allah sebagai satu satunya sesembahan dan memiliki tujuan akhir pada Allah juga (Akhmad Mujahidin, 2010). Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berorientasi *rahmatan lil alamin* (Muslich, 2007). Namun dalam perkembangannya, sistem Ekonomi hanya dikenal dalam ruang lingkup yang sempit, yakni hanya pada Bank Syariah, *Baittumul bit Tamwil* dan Asuransi Syariah. Padahal ruang lingkup Ekonomi Islam itu meliputi sektor riil juga seperti perdagangan, pertanian, maupun industry.

Peranan usaha mikro sangat penting dalam memperkuat perekonomian domestic Indonesia. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa perkembangan UMKM khususnya mikro memberi kontribusi yang signifikan terhadap dinamika perekonomian Indonesia. Keunggulan usaha mikro ini antara lain besarnya daya serap tenaga kerja, berbasis ekonomi kerakyatan, dan daya tahan yang kuat terhadap gejolak krisis ekonomi. Oleh karena itu, perkembangan umkm akan memperkuat ketahanan ekonomi nasional (M Kwatono Adi, 2007). Dalam penelitian ini, penulis meneliti tentang Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan.

Didalam kaedah fiqih yang paling basic dalam konsep Islam '*al- ashlu fi al mu'amalati al ibaha illa an yadulla dalilun 'ala tahriimihaa'*'(Pada dasarnya semua bentuk muamalah/bisnis boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya) (Ahmad Azhar Basyir, 2003). Usaha Kecil Menengah Kerajinan rotan termasuk bentuk muamalah yang boleh dilakukan . Dimana Pelaku Usaha Kecil Menengah juga melakukan penjualan. Promosi Penjualan merupakan kegiatan para Usaha Kecil Menengah untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen (Muslichah, 2010). Dilokasi penelitian, penulis melihat para pelaku Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan rotan memajang hasil produk mereka di kedai mereka yang berada ditepi jalan, dengan menggantungkan produk kerajinan rotan ini akan menarik perhatian para calon pembeli yang melintasi jalan strategi di Rumbai Pekanbaru.

Berdasarkan paparan dari Ketua ASPRI, Bapak Sugianto, Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan rotan sangat pesat perkembangannya, pengrajin-pengrajin yang dulunya bekerja sebagai karyawan biasa sekarang telah beralih profesi menjadi pimpinan kerajinan rotan mereka masing-masing. Dengan banyaknya usaha kerajinan rotan yang baru tentunya semakin memperketat persaingan antar pengrajin rotan dan berpengaruh kepada sistem pemasaran.

Menurut Sunyoto, Pemasaran merupakan ujung tombak kegiatan suatu bisnis (Sunyoto, 2012). Oleh sebab itu penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Prospek Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam"

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Rotan, Problematika dan Prospek Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Rotan, dan untuk mengetahui pemasaran perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan. Hasil yang diperoleh adalah faktor-faktor yang mempengaruhi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan di Pekanbaru adalah produk, harga, persaingan, promosi, dan analisis pasar. Adapun problematika usaha kerajinan rotan adalah bahan baku dan sumber daya manusia. Prospek Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Rotan di Pekanbaru Baik.

Penelitian ini sebagai dasar pemikiran dalam upaya perkembangan secara teoritis disiplin ilmu, khususnya Ekonomi Islam dan untuk memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi Islam, khususnya ilmu yang berkenaan dengan Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah.

B. KONSEP TEORITIS

1. Pengertian Prospek

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Prospek adalah kemungkinan dan harapan. Hal-hal yang mungkin terjadi dalam suatu hal sehingga berpotensi menimbulkan dampak tertentu. gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang

2. Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (*product value*) dengan orang atau kelompok lain (Mursid, 2010).

Adapun komponen bauran pemasaran yaitu (Basu Swastha, 2008):

- a. Produk
- b. Harga
- c. Promosi
- d. Distribusi

Pemasaran merupakan bagian dari aktivitas jual beli. Pada dasarnya Islam sangat menghargai mekanisme dalam perdagangan . Penghargaan tersebut berangkat dari ketentuan Allah SWT , bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan dengan rasa suka sama suka (*mutual goodwill*), sebagaimana yang dinyatakan dalam Alquran, Allah SWT berfirman AlQuran Sura An nisaa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

29. *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.*

Allah SWT berfirman Qs Al Baqarah : 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَقَضْتُمْ مِنْ عَرَافَاتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَادْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ الضَّالِّينَ
198. *Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu Telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.*

Firman Allah dalam Al quran Surat Al-Jumuah : 10

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

10. *Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*

3. Pengertian Usaha Kecil Menengah

Usaha Kecil Menengah adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut keputusan Presiden RI No 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah “ Kegiatan Ekonomi yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”.

Kriteria Usaha Kecil Menengah menurut Undang-undang No 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut (Euis Amalia, 2009):

- Memiliki kekayaan bersih paling banyak 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 1000.000.000
- Milik WNI
- Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, kuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha yang besar.
- Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Secara garis besar UKM dikelompokkan menjadi (Zarmawis Ismail, 2014):

- Usaha Perdagangan
 - Keagenan: agen koran atau majalah, sepatu, pakaian, dll
 - Pengecer: minyak, kebutuhan pokok, buah-buahan, dll
 - Export/Import,
 - Sektor Informal: Pengumpulan barang bekas, Pedagang kaki lima, dll
- Usaha Pertanian
 - Perkebunan: pembibitan, sayur sayuran, dll

- Peternakan: ternak ayam petelur, susu
- Perikanan: tambak udang, kolam ikan

c. Usaha Industri

- Industri Makanan
- Pertambangan
- Pengrajin
- Konveksi

d. Usaha Jasa

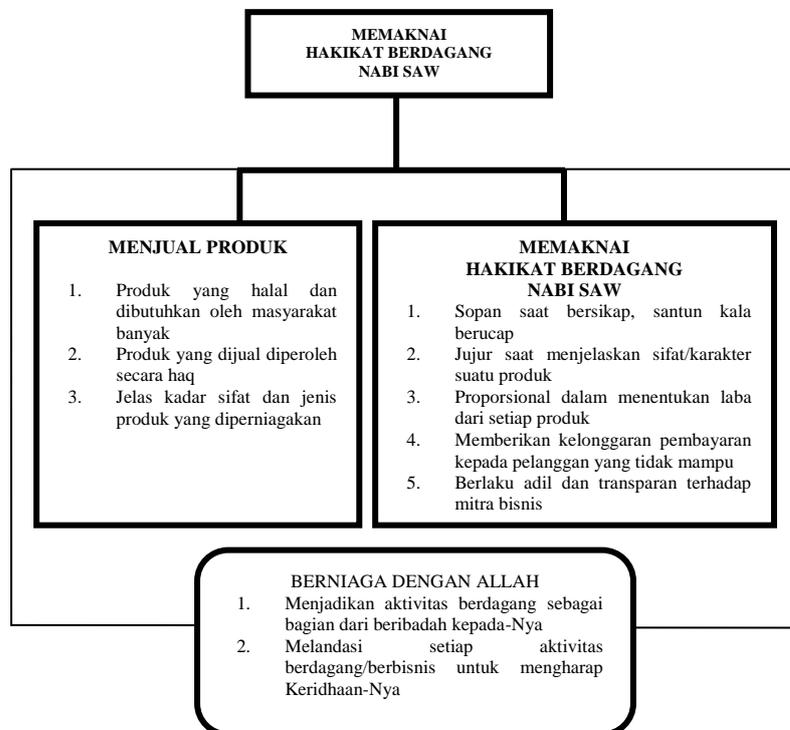
- Jasa Konsultan
- Perbengkelan
- Restoran
- Jasa kontruksi
- Jasa Transportasi
- Jasa Telekomunikasi
- Jasa Pendidikan
- Dll

Adapun Keunggulan Usaha Kecil Menengah adalah :

- a. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak
- b. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan skala besar yang pada umumnya birokrasi.
- c. Terdapatnya dinamisme manajerial dan perananan kewirausahaan
- d. Inovasi dan teknologi yang telah mudah terjadi dalam pengembangan produk
- e. Hubungan kemanusiaan yang akrab didalam manajerial.

Dengan keunggulan Usaha Kecil Menengah ini , diharapkan para pelaku Usaha Kecil Menengah agar bersemangat dalam menjalankan usaha yang dirintis. Sebagaimana sabda Nabi “Berdaganglah Kamu, sebab lebih dari sepuluh bagian dari kehidupan, Sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang”.

Dalam Islam, pemasaran maupun bisnis harus memaknai hakikat bisnis Nabi Muhammad SAW sebagai berikut :



Gambar I : Memahami Hakikat Berdagang Nabi

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengrajin rotan yang berlokasi di Jl Yos Sudarso Rumbai. Lokasi ini dipilih karena lokasi ini merupakan sentra kerajinan rotan di Pekanbaru sehingga diharapkan dapat memberikan data-data yang lebih valid tentang prospek pemasaran kerajinan rotan di Pekanbaru dan lokasi yang mudah dijangkau oleh penulis.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah pengrajin rotan di Pekanbaru, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru, Ketua Asosiasi Pengrajin rotan Riau di Pekanbaru. Sedangkan objek penelitian ini adalah Prospek Pemasaran Kerajinan rotan di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam.

3. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin rotan yang berada disentra kerajinan rotan di Pekanbaru yang berjumlah 100 orang. Sedangkan sebagai sampelnya penulis mengambil sebanyak 50% atau 50 orang dengan menggunakan metode *random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak, yang mana semua individu dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

4. Sumber Data

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh dari lapangan sentra kerajinan rotan di Pekanbaru dan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru.
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.
- c. Jurnal
jurnal yang diteliti oleh Anna Widistuti , Analisis Strategi Pengembangan Sentra Produksi Rotan dengan menggunakan Kosep Analisi SWOT di Kabupaten Jepara, Jurnal Dinamika Ekonomi Islam. Adapun hasil penelitiannya menjelaskan bahawa adanya kelemahan di bidang sdm, aspek pemasaran dan aspek produksi (Anna Widistuti, 2008). Sedangkan penulis meneliti tentang Prospek Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang valid dan akurat, penulis menggunakan instrument :

- a. Observasi yaitu melakukan pengamatan di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung.
- b. Wawancara yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian. Wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara terbuka dimana informan tidak merasa dirinya sedang diwawancarai, sehingga informasi yang didapat benar-benar murni tanpa direkayasa.
- c. Dokumentasi yaitu berupa foto-foto hasil kerajinan rotan
- d. Angket yaitu penulis membuat daftar pertanyaan secara tertulis dengan memeberi jawaban alternative untuk setiap pertanyaan, kemudian disebarkan kepada responden yang menjadi objek penelitian yang diteliti.
- e. Penelitian Kepustakaan, yaitu memperoleh data yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian, baik yang didapat dari buku-buku teori tentang Ekonomi Islam, hasil-hasil seminar, dan artikel-artikel yang mempunyai korelasi terhadap penelitian ini.

6. Analisa Data

Analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan mengklarifikasikan data data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara satu data dengan data yang lainnya sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Metode Penelitian

- a. Deduktif, yaitu menggambarkan kaedah umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan diambil kesimpulan secara khusus
- b. Induktif, yaitu menggambarkan kaedah khusus yang ada kaitannya dengan menyimpulkan fakta-fakta secara khusus di analisa dan diambil kesimpulan secara umum.

- c. Deskriptif Analitik, yaitu penelitian yang menggambarkan kaedah, subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Rotan

Usaha Kecil Menengah merupakan salah satu dari pelaku bisnis penting di Indonesia. Peranan Usaha Kecil Menengah semakin terasa pada masyarakat sejak era krisis moneter, yang ditandai dengan devaluasi nilai rupiah, turunnya daya beli, tingkat inflasi tidak terkendali, dan meningkatnya biaya produksi. Hal ini menyebabkan kehancuran dalam infrastruktur ekonomi, bank dan lembaga keuangan lainnya, serta berbagai perusahaan besar yang memiliki utang dalam mata uang asing dalam jumlah besar.

Ditengah gejolak krisis itulah sebagian besar dari Usaha Kecil Menengah mampu melakukan kinerja yang luar biasa, yakni sebagai salah satu dari sedikit pelaku ekonomi yang mampu bertahan terhadap krisis. Ditengah era pembangunan kembali infrastruktur dan suprastruktur ekonomi guna mengentaskan bangsa Indonesia dari krisis yang telah berkembang menjadi krisis multi dimensi. Usaha Kecil Menengah berada di garda terdepan sebagai pelapor bagi usaha menggerakkan sektor riil.

Sektor riil yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah, Pada dasarnya kriteria Usaha Kecil Menengah mengacu pada masalah kesederhanaan dan keterbatasan organisasi, manajemen, dan pengembangan kegiatan usaha, padahal Usaha Kecil Menengah sesungguhnya memiliki peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi.

Salah satu sektor riil adalah Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan di Pekanbaru, usaha ini merupakan usaha yang bergerak di bidang industry kerajinan rotan yang kegiatannya mengolah bahan baku rotan menjadi produk-produk kerajinan rotan. Setelah produk dibuat maka akan melakukan pemasaran dan penjualan. Untuk meningkatkan pemasaran tentunya berupaya memenuhi semua kebutuhan konsumen sehingga konsumen dapat merasa puas terhadap produk yang ia konsumsi. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Ketatnya persaingan membuat para pengrajin harus bekerja keras agar mampu mendapatkan konsumen yang sebanyak-banyaknya. Agar penjualan dapat meningkat dan memperoleh keuntungan maka dibutuhkan analisa mengenai pemasaran Usaha Kecil Menengah kerajinan rotan. Dengan demikian, masalah-masalah yang menghambat usaha-usaha pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan ini harus dapat dicarikan solusinya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Rotan adalah :

a. Produk

Produk-produk yang diciptakan adalah kursi, meja makan, kursi mahligai, kursi goyang, kursi santai lipat, pembatas ruangan, meja oshin,

buayan bayi, tudung saji, dan lain lain. Menurut hemat penulis, jika suatu produk yang telah dihasilkan oleh pengrajin terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas maka konsumen akan merasa puas. Karena dengan kualitas kerajinan yang bagus maka produk atau kerajinan rotan yang dibeli akan tahan lama.

Gambar II
Proses Buat Kerangka Kursi Rotan



Gambar III
Proses penganyaman meja



Gambar IV
Produk – produk rotan



Tabel I
Jumlah Pemasaran Produk Kerajinan Rotan

No	Jenis Perabot	2012	2013	2014	2015	2016
1	Kursi Tamu	143	215	218	224	235
2	Kursi Teras	102	92	120	117	116
3	Kursi , Meja Makan	95	57	103	126	103
4	Kursi Goyang	188	316	191	162	304
5	Kursi santai lipat	145	223	201	181	289
6	Kursi mahligai	113	190	137	121	107
7	Pembatas Ruangan	59	75	48	58	168
8	Meja Oshin	71	46	189	67	166
9	Ayunan Baby	119	107	144	119	123
10	Tudung Saji	148	220	187	175	154
	Jumlah	1183	1541	1538	1350	1759

Sumber: Data Olahan

Dari data diatas, dapat dilihat pemasaran produk kerajinan rotan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dari tabel diatas dapat penulis simpulkan bahwa prospek pemasaran kerajinan rotan di Pekanbaru cerah atau bagus, hal ini ditandai dengan banyaknya permintaan dari konsumen, sehingga pemasaran kerajinan rotan mengalami peningkatan dan tentunya pengrajin juga mendapat keuntungan dari penjualan rotan. Dan dengan keuntungan inilah pengrajin dapat menyambung hidup dan menambahkan modal pada usaha kerajinan rotannya sehingga diharapkan akan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

b. Harga

Usaha Kecil Menengah Kerajinan rotan menetapkan harga jual menggunakan *cost plus pricing method*. Mengakibatkan perbedaan harga jual untuk setiap perabot. Dalam melakukan proses produksi, masing-masing perabot menggunakan jenis dan tipe kualitas bahan yang berbeda-beda. Sehingga biaya masing-masing perabot juga mengalami perbedaan.

Tabel II
Harga Jual Kerajinan Rotan

No	Tanggapan	Jumlah Responden	Persentase
1	Tinggi	14	28%
2	Standar	21	42%
3	Murah	15	30%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Olahan

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa ada 14 responden yang menyatakan harga jual kerajinan rotan tinggi, 21 responden menyatakan standard dan 15 responden yang menyatakan harga jual kerajinan rotan murah.

c. Persaingan

Ketatnya persaingan menuntut para pengrajin harus berupaya keras untuk memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Agar mampu menang dalam persaingan, para pengusaha dan pengrajin telah melakukan berbagai usaha diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta meningkatkan pelayanan. Hal ini menjadi perhatian khusus karena faktor tersebut mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

**Tabel III
Persaingan Usaha**

No	Tanggapan	Jumlah Responden	Persentase
1	Ketat	21	42%
2	Baik	15	30%
3	Biasa	14	28%
	Jumlah	50	100%

Dari data diatas dijelaskan bahwa ada 21 responden yang menyebutkan persaingan usaha ketat, 15 responden yang menyatakan pesaingan usaha sehat, dan 14 responden yang menyatakan persaingan usaha biasa.

**Tabel IV
Nama-Nama Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan**

No	Nama UKM Kerajinan Rotan	Alamat
1	Perabotan Rotan Dona 1	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
2	Perabot Rotan Dona 2	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
3	Mitra Furniture	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
4	Perabot Rotan Rian	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
5	Rattan Handmade premium	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
6	Perabot Rotan MT Kurnia	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
7	Perabot Rotan USM	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
8	Perabot Rotan Farel	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
9	Perabot Rotan Atang	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
10	Pengrajin Rotan Kirana	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
11	Perabot Rotan Elsindo	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru

12	Perabot Rotan Devi	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
13	Perabot Rotan Sakra Jaya	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
14	Usaha Kelompok Pengrajin Rotan	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru
15	Perabotan Rotan Keluarga	Jl. Yossudarso Rumbai Pekanbaru

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa usaha kerajinan rotan di Pekanbaru berjumlah 15 usaha kerajinan rotan. Padahal pada tahun 1990 usaha kerajinan rotan ini hanya ada lima yaitu Perabot Rotan Keluarga, Elang Perkasa, Lilik Perabot Rotan, Warman Rotan, dan Dona Rotan. Namun yang masih bertahan adalah Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan Dona Dan Perabot Rotan Keluarga. Sampai tahun 2016 , Alhamdulillah Usaha Kerajinan Rotan di Pekanbaru semakin meningkat, hal ini ditandai adanya berdiri toko perabot rotan yang baru . Adapun jumlah Usaha Kecil Menengah di Rumbai Pekanbaru ada 15 Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan.

Dengan banyaknya muncul pengrajin pengrajin rotan yang baru ini berdampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian di Pekanbaru. Salah satunya adalah dapat meningkatkan perekonomian dan mengurangi pengangguran dan tindak kriminal juga akan semakin berkurang.

d. Promosi

Pelaksanaan promosi di Usaha Kerajinan Rotan adalah berupa menghadiri acara-acara pameran dan bazar.

Tabel V
Minat Pengrajin mengikuti kegiatan promosi bazar

No	Tanggapan	Jumlah Responden	Persentase
1	Sangat Tinggi	5	10%
2	Tinggi	17	34%
3	Sedikit	28	56%
	Jumlah	50	100%

e. Analisis Pasar.

Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan ini dalam pemasarannya hanya menungu bola dari pembeli dan memanfaatkan media online untuk promosi produk-produk kerajinan rotan di Pekanbaru.

2. Problematika dalam Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan

Problematika atau masalah merupakan bagian kehidupan. Sebagai makhluk sosial, tanpa problem atau masalah justru hidup menjadi tidak bermakna. Keberhasilan yang diperoleh melalui berbagai tantangan hidup dengan perjuangan dan pengorbanan sekecil apapun membuat seseorang bisa menghargai kehidupan itu sendiri apalagi jika dilakukan pada saat yang tepat dan diberikan dengan hati yang tulus dan ikhlas.

Adapun problematika dalam Usaha Kecil Menengah kerajinan rotan adalah :
 a. Bahan Baku Rotan

Usaha kerajinan rotan adalah usaha yang mengolah bahan baku rotan menjadi kerajinan-kerajinan rotan. Jadi bahan utamanya adalah rotan itu sendiri. Ketika pertama kali berdiri kerajinan rotan ini sangat mudah untuk mendapatkan bahan baku dari dalam Provinsi Riau. Namun sekarang hutan – hutan Riau telah diubah menjadi perkebunan sawit, sehingga rotan yang ada di Riau jadi langka. Oleh karena itu pengrajin-pengrajin rotan sekarang sangat susah untuk mendapatkan bahan baku rotan ini. Jika bahan baku rotan tidak ada, para pengrajin tidak dapat bekerja karena tidak adanya bahan baku, dan hal ini akan menambah beban pemerintah karena semakin banyaknya pengangguran. Jika pengangguran telah banyak otomatis tingkat kriminal juga meningkat.

Untuk mengatasi ini para pengrajin berusaha mendatangkan rotan dari luar Provinsi Riau seperti dari Padang dan Jambi. Namun permasalahannya biaya produksi rotan juga meningkat. Dan ini yang menyebabkan harga produk kerajinan rotan itu mahal. Sehingga mahalnya harga produk kerajinan rotan maka perputaran arus barang yang telah diciptakan juga lama. Sehingga tingkat penjualan sedikit.

Tabel VI
Sumber Bahan Baku Rotan

No	Tanggapan	Jumlah Responden	Persentase
1	Riau	20	40%
2	Sumatera Barat	25	50%
3	Kalimantan	5	10%
	Jumlah	50	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa ada 20 orang pengrajin yang mendapatkan bahan baku rotan dari Riau, 25 orang pengrajin mendapatkan bahan baku dari Sumatera Barat, dan 5 orang mendapatkan bahan baku rotan dari Kalimantan. Jadi dapat disimpulkan untuk bahan baku rotan sebagian besar dari Sumatera Barat.

Usaha Kerajinan Rotan adalah usaha yang mengolah bahan baku rotan menjadi kerajinan-kerajinan rotan. Jadi bahan utamanya adalah rotan. Ketika pertama kali berdiri kerajinan rotan ini sangat mudah mendapatkan bahan baku. Pengrajin mendapatkan bahan baku dari Provinsi Riau. Namun, sekarang hutan- hutan di Riau telah beralih fungsi menjadi perkebunan sawit, sehingga yang ada hutan Riau telah langka. Oleh karena itu pengrajin mendapatkan bahan baku dari Provinsi Tetangga.

Tabel VI
Bahan Baku Rotan

No	Tanggapan	Jumlah Responden	Persentase
1	Sangat Mudah	5	10%
2	Mudah	20	40%
3	Sulit	25	50
	Jumlah	50	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa ada 5 pengrajin yang menyebutkan bahan baku sangat mudah didapatkan, 20 pengrajin mengatakan mudah dan 25 pengrajin yang mengeluhkan sulitnya mendapatkan bahan baku rotan.

b. Jumlah Sumber Daya Manusia / Pengrajin

Pengrajin rotan adalah orang yang bekerja di usaha kerajinan rotan yang memiliki nilai seni yang tinggi dalam mengolah rotan menjadi kerajinan-kerajinan rotan. Namun sekarang karyawan-karyawan biasa yang pernah bekerja di usaha rotan mereka mendirikan sendiri usaha kerajinan rotan sendiri dan menjadi *owner* di usaha mereka. Meskipun mayoritas pengrajin rotan hanya berpendidikan Sekolah Dasar namun mereka mempunyai skill yang luar biasa. Karena mereka mampu mengubah rotan menjadi produk kerajinan yang menarik, hasil kerja mereka sangat bagus, hal ini terlihat dari hasilnya yang bagus dan rapi. Pengrajin rotan ini sangat professional dalam bekerja. Ayunan tangan pekerja dalam menganyam berbagai kerajinan sangatlah mempesona.

Tabel VII
SDM (Pengrajin UKM Kerajinan Rotan)

No	Tanggapan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pekanbaru	24	48%
2	Sumatera Barat	12	24%
3	Kalimantan	4	8%
4	Jawa	10	20%
	Jumlah	50	100%

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa ada 24 pengrajin rotan berasal dari Pekanbaru, 12 dari Sumatera Barat, 4 orang dari Kalimantan dan 10 dari Jawa. Pengrajin rotan yang dulunya bekerja di usaha kerajinan rotan pendahulunya, sekarang telah berdikari . Sehingga pengrajin yang professional sangat sulit didapatkan , karena mereka lebih memilih menjadi owner di Usaha Kerajinan Rotan mereka sendiri.

3. Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam.

Pemasaran Syariah juga merujuk kepada kaidah fiqh dalam Islam yaitu “*Almuslimuuna ‘alaa syuruuthihim illa syarthan harroma halaaln aw ahalla harraman*” (Kaum muslimim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis (syarat-syarat) yang mereka buat, kecuali kesepakatan-kesepakatan yang mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram). Juga kaidah fiqh yang palin basic dalam konsep muamalah yaitu “*al ashlu fi al mua’malati al ibahah illa an yadulladaliilun ‘ala tahrimihaa*” (pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya).

Dalam Islam pemasaran yang dibenarkan adalah pemasaran yang mengandung nilai kejujuran, transparan, dan menjelaskan apa adanya. Didalamnya tidak terdapat unsur-unsur kebohongan dan penipuan baik dari segi kuantitas dan kualitas. Pada sisi lain harus menyampaikan apa adanya walaupun tidak mungkin tidak akan berdampak luar biasa bagi penjualan karena tidak dibesar-besarkan, namun berkah.

Islam sangat menganjurkan umatnya memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, perindustrian dan perdagangan. Islam sangat menghargai usaha yang produktif, dan juga usaha perdagangan. Dalam pemahaman yang lebih umum, perlu diciptakan sebanyak mungkin lapangan kerja untuk menanggulangi kemiskinan dan pengangguran, dan ini lebih sulit terwujud, kecuali dengan mengembangkan sektor riil. Salah satu sektor riilnya adalah Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dilakukan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

Prospek Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan di Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam akan mempunyai prospek yang baik sepanjang pengrajin mau bekerja keras, mampu mengembangkan produk-produk kreatif dan dukungan sepenuhnya dari instansi internal maupun eksternal. Tinjauan Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Rotan dalam Perspektif Ekonomi Islam adalah Islam sangat menghargai usaha yang produktif, seperti Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan. Pemasaran yang dibenarkan adalah pemasaran yang mengandung nilai kejujuran, transparan, dan menjelaskan apa adanya. Didalamnya tidak terdapat unsur-unsur kebohongan dan penipuan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Dengan adanya sektor riil Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan ini diharapkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk menanggulangi kemiskinan dan pengangguran. Dalam Islam sangat dianjurkan dalam bekerja dan mencegah hidup meminta-minta sebagaimana sabda Nabi SAW “Berusahalah untuk duniamu seolah-olah kamu akan hidup selama-lamanya dan beramallah untuk Akhiratmu seolah-olah kamu akan mati besok pagi. Tentunya dalam beramal dan berusaha memasarkan kerajinan rotan dapat memaknai hakikat hidup dan berdagang Nabi Muhammad SAW.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akhmad Mujahidin. 2010. *Ekonomi Islam 2*, Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.
- [2] Amalia, Euis. 2009. *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pres.
- [3] Anna Widistuti, *Analisis Strategi Pengembangan Sentra Produksi Rotan dengan menggunakan Kosep Analisis SWOT di Kabupaten Jepara*, Jurnal Dinamika Ekonomi Islam, vol 5 No 22. 2008.
- [4] Basyir, Azhar, Ahmad. 2000. *Asas-asas Hukum Muamalat*, Yogyakarta : UII Pers.
- [5] Basu Swastha, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.

- [6] Bonar Sinaga. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*, Bandung: Karya Putra Darwati.
- [7] Danang Sunyoto. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara.
- [8] Eko Sadam Husin, *Analisis Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru*.
- [9] Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara.
- [10] Kwartono , Adi. 2007. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta: Andi.
- [11] Murshid. 2010. *Manajemen Pemasaran* , Jakarta: Bumi Aksara.