

BAB IV

JADWAL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

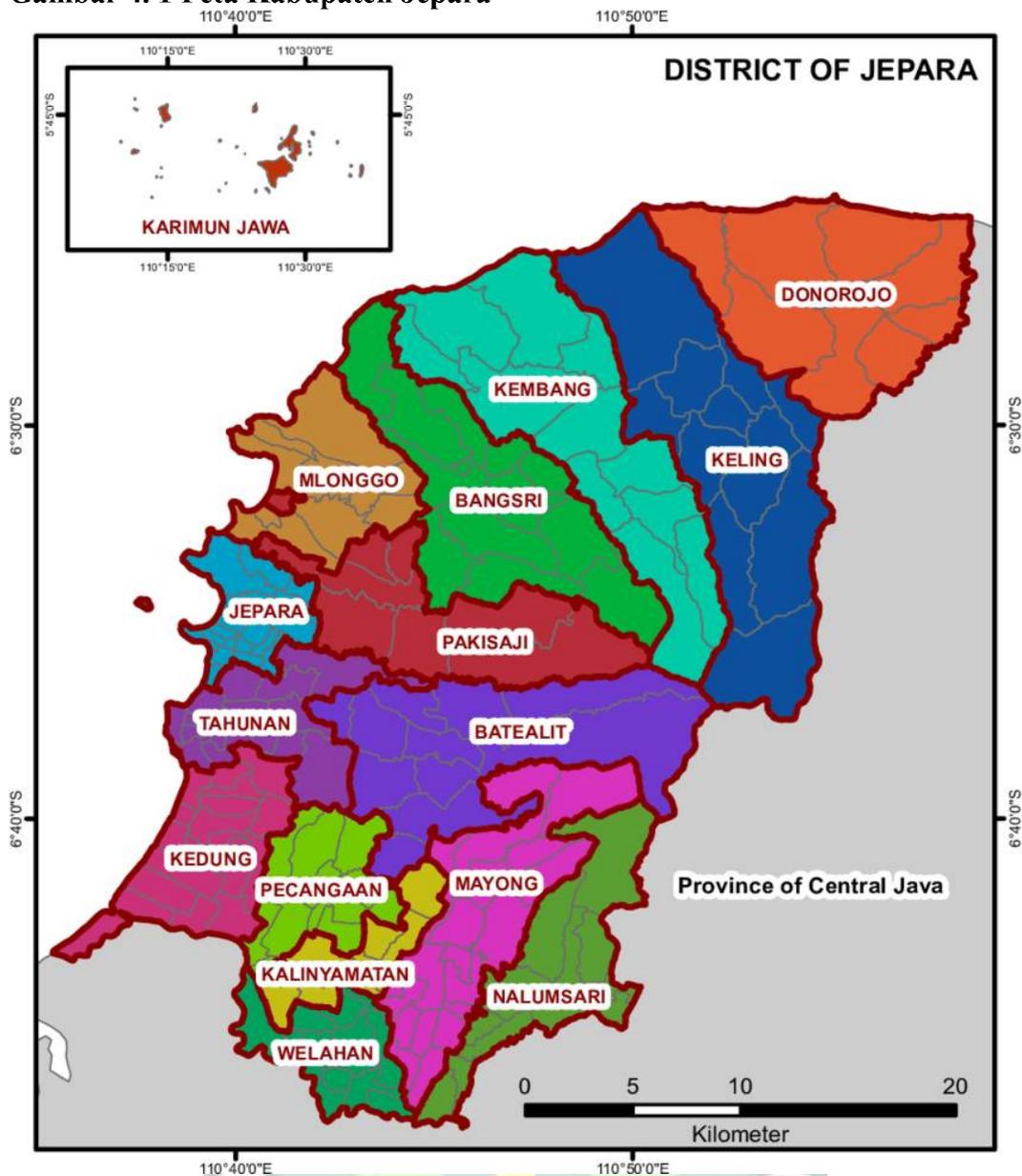
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Kondisi Geografis

Kabupaten Jepara terletak di ujung utara Pulau Jawa. Nama Jepara berasal dari kata Ujung Mara dan Jumpara, yang berarti sebuah tempat pemukiman para pedagang yang berniaga ke berbagai daerah. Secara astronomis, Kabupaten Jepara terletak antara 50° 43' 20,67" sampai 60° 47' 25,83" Lintang Selatan dan 110° 9' 48,02" sampai 110° 58' 37,40" Bujur Timur. Sebelah barat dan utara berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Kudus dan Pati, serta sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Demak. Kabupaten Jepara memiliki ketinggian antara 0-1.301 meter di atas permukaan laut.

Kabupaten Jepara memiliki wilayah seluas 1.004,13 km² yang terdiri dari tanah sawah seluas 256,22 km² atau sebesar 26 persen dan tanah kering seluas 747,91 km² atau sebesar 74 persen. Topografi tanah di Kabupaten Jepara bervariasi mulai dari dataran tinggi di sekitar Gunung Muria dan Clering sampai dataran rendah dan memiliki garis pantai sepanjang 82,73 km yang memanjang dari sebelah selatan ke utara termasuk Kepulauan Karimunjawa. Kondisi ini menjadikan Kabupaten Jepara mempunyai sumber daya alam yang cukup melimpah. Kabupaten Jepara memiliki 2 desa yang berada di daerah lembah/daerah aliran sungai, 22 desa berada di lereng punggung bukit, 141 desa di daerah dataran, dan 34 desa di daerah pantai. (Suryakaca, 2019)

Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Jepara



Sumber : peta wilayah Kabupaten Jepara

4.1.2. Kondisi Sosial

4.1.2.1. Kependudukan

Proyeksi penduduk berdasarkan data Sensus Penduduk 2010 menyatakan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Jepara pada tahun 2018 sebanyak 1.240.600 orang. Tidak berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, jumlah penduduk perempuan

lebih banyak dibandingkan dengan jumlah laki-laki. Jumlah penduduk perempuan sebanyak 622.178 orang sedangkan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 618.422 orang. Perbandingan antara jumlah penduduk laki-laki dan perempuan dinyatakan dalam rasio jenis kelamin yaitu sebesar 99,40. Artinya, setiap 100 penduduk perempuan berbanding dengan 99 penduduk laki-laki.

Kepadatan penduduk di Kabupaten Jepara sedikit meningkat dari 1.218 pada tahun 2017 menjadi 1.235 pada tahun 2018. Nilai ini menunjukkan bahwa dalam setiap 1 km² wilayah di Kabupaten Jepara dihuni rata-rata oleh 1.235 penduduk. Berdasarkan kelompok umur, jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) sebanyak 844.312 jiwa, sedangkan penduduk usia non produktif sebanyak 396.288 jiwa. Dengan demikian angka beban ketergantungan sebesar 46,94 persen, yang artinya setiap 100 orang penduduk produktif menanggung sekitar 46 sampai 47 orang yang tidak produktif. Angka beban ketergantungan sedikit menurun dibanding tahun sebelumnya. Penurunan ini disebabkan oleh pertumbuhan penduduk usia produktif lebih tinggi dari pertumbuhan penduduk usia non produktif. (Suryakaca, 2019).

Tabel 4. 1 Tabel Kepadatan Penduduk

Tabel/Table III.1.5 Kepadatan Penduduk Per Km² di Kabupaten Jepara 2017

Density of Population Per Km² in Jepara Regency 2017

KECAMATAN	Banyaknya Desa/	Luas Daerah (Km²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk
<i>Subdistrict</i>	Kelurahan	<i>Land Area (Km²)</i>	<i>Total of</i>	Per Km²
	<i>Number of Village /</i>		<i>Population</i>	Density of
	<i>Adm. Unit</i>			<i>Population Per Km²</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

1. Kedung	18	43	78,935	1,833
2. Pecangaan	12	36	86,310	2,406
3. Kalinyamatan	12	24	65,656	2,770
4. Welahan	15	28	75,923	2,747
5. Mayong	18	65	91,707	1,410
6. Nalumsari	15	57	75,225	1,321
7. Batealit	11	89	87,326	983
8. Tahunan	15	39	117,170	3,012
9. Jepara	16	25	90,402	3,665
10. Mlonggo	8	42	87,777	2,070
11. Pakis Aji	8	61	61,782	1,020
12. Bangsri	12	85	103,974	1,218
13. Kembang	11	108	71,134	658
14. Keling	12	123	63,349	515
15. Donorojo	8	109	57,014	525
16. Karimunjawa	4	71	9,514	134
Jepara	195	1,004	1,223,198	1,218

Sumber :BPS Kabupaten Jepara 2017

4.1.2.2. Agama

Tabel 4. 2 Agama Yang Dianut Di Kabupaten Jepara

No	Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
1	Kedung	99.90	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
2	Pecangaan	98.98	0.81	0.20	0.01	0.00	0.00
3	Kalinyamatan	99.58	0.31	0.10	0.01	0.00	0.00
4	Welahan	99.28	0.43	0.07	0.00	0.21	0.01
5	Mayong	99.52	0.36	0.12	0.00	0.00	0.00
6	Nalumsari	99.62	0.35	0.03	0.00	0.00	0.00
7	Batealit	99.88	0.09	0.01	0.00	0.02	0.00

8	Tahunan	99.20	0.61	0.12	0.01	0.06	0.00
9	Jepara	96.54	2.78	0.60	0.04	0.03	0.01
10	Mlonggo	94.02	5.91	0.03	0.00	0.04	0.00
11	Pakis aji	98.08	0.55	0.06	0.73	0.58	0.00
12	Bangsri	93.60	6.31	0.06	0.00	0.03	0.00
13	Kembang	98.94	0.91	0.03	0.00	0.12	0.00
14	Keling	94.27	3.59	0.08	0.01	2.05	0.00
15	Donorojo	95.28	0.91	0.06	0.00	3.75	0.00
16	Karimunjawa	99.40	0.52	0.06	0.00	0.02	0.00
	Jepara	97.88	1.53	0.10	0.05	0.43	0.00

Sumber :BPS Kabupaten Jepara 2017

4.1.3. UMKM Mebel di Kabupaten Jepara

Industri mebel di kabupaten Jepara yang terkenal unik dengan ukirannya merupakan salah satu kekayaan intelektual dengan kearifan lokal yang telah meningkatkan nilai tambah produk industri furniture dan kerajinan kayu tidak hanya di Kabupaten Jepara, tetapi juga Provinsi Jawa Tengah dan Indonesia. Industri mebel Jepara telah menjadi ikon bagi produk ekspor dari Jawa Tengah dan Indonesia. Sektor ini telah mampu menciptakan kesempatan kerja yang tinggi dan kesejahteraan baik bagi masyarakat, khususnya masyarakat di Kabupaten Jepara. Berdasarkan laporan Statistik kabupaten Jepara pada tahun 2016 terdapat sebanyak 5.993 unit usaha yang bergerak pada bidang furniture. Jumlah unit usaha tersebut mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 77.187 orang.

Tabel 4. 3 Profil Industri Mebel Kabupaten Jepara Tahun 2016

Jumlah unit	Jumlah Tenaga	Volume Produksi	Nilai Produksi
-------------	---------------	-----------------	----------------

usaha (unit)	kerja (orang)	(buah/set)	(Rp)

Sumber: Kabupaten Jepara dalam Angka, 2017

4.2. Deskripsi responden

Dalam penelitian ini ada 20 responden yang menjadi informan dan akan menjelaskan berbagai pertanyaan yang dipaparkan oleh peneliti, responden dari pengusaha mebel di Kabupaten Jepara, adalah sebagai berikut :

A. Penjual

1. Bapak Adi Arso Umur : 47 Tahun pemilik Bunga Jati Meubel Kecapi Rt 13 Rw 02

B. Pembeli

1. Bapak Johan Umur : 53 tahun Kecapi Rt 13 Rw 02
2. Bapak Imron Umur : 60 Tahun Kecapi Rt 13 Rw 02
3. Bapak Burhannudin Umur : 22 Tahun Kecapi Rt 15 Rw 02
4. Bapak Eko Umur :28 Tahun Kecapi Rt 13 Rw 02
5. Bapak Slamet Umur 57 Tahun Kecapi Rt 13 Rw 02

4.3. Analisis data

Dalam penelitian ini peneliti ini, membahas implementasi bisnis islam dalam meningkatkan kinerja penjualan UMKM Mebel Jepara. Tujuan peneliti ini untuk mengetahui apakah pengusaha sudah mengimplementasi etika bisnis islam dan peran etika bisnis islam dalam UMKM mebel di Kabupaten Jepara. Metode penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis

dengan menginterpretasikan temuan di observasi, wawancara, dan dokumen.

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

4.3.1 Implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan kinerja penjualan.

4.3.1.1. Pengetahuan dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Penjual UMKM

Seperti yang disampaikan Bapak Adi Arso 47 tahun mengatakan “Setahu saya jualan itu yang penting selain bagus harus jujur pada pembeli agar pembeli merasa puas dengan barang yang dibeli dan pembeli tahu kekurangan dan kelebihan barang itu.”.

Jadi dalam wawancara dengan pemilik UMKM Bungajati meubel peneliti menarik kesimpulan bahwa responden belum mengetahui secara detail etika bisnis dalam islam. Bagi pemilik etika bisnis islam yang mereka ketahui hanya berupa jujur. Responden tidak mengetahui secara mendetail etika bisnis islam dan bagaimana penerapannya dalam berwirausaha. Oleh karena itu diperlukannya dorongan dan pengetahuan tentang etika bisnis islam agar nantinya para responden mampu menerapkan guna meningkatkan prinsip berbisnis islami.

4.3.1.2. Harga Barang yang di Jual Sesuai dengan Kualitas Barang

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Adi Arso 47 tahun bahwa “Perihal harga saya sesuaikan dengan ukuran yang dibeli oleh pembeli semakin besar barang yang dibeli maka semakin tinggi pula harganya”.

Pada kesimpulan hasil wawancara peneliti dengan responden penjual bahwa penjual sudah menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang yang dihasilkan. Hal ini berdasarkan pada pemilihan bahan dan proses pembuatan, selain itu dikarena barang yang diminta oleh pembeli adalah barang custom atau *request* juga dapat mempengaruhi harga yang diberikan oleh penjual.

4.3.1.3. Penerapan dalam menjalankan bisnis dengan melakukan inovasi saat ada trend baru

Pada sesi wawancara dengan Bapak Adi Arso 47 tahun mengungkapkan “kita harus mengikuti perkembangan zaman begitu juga dengan trend mebel dari tahun ketahun jika tidak kita akan ketinggalan zaman dan ketinggalan dengan temen temen UMKM Mebel yang lain”.

Dari hasil wawancara diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa penjual berusaha mengikuti trend atau pasar dari tahun ketahun agar tidak ketinggalan dengan UMKM UMKM mebel yang lain, sehingga penjual melakukan inovasi ketika ada trend pasar baru.

4.3.1.4. Kurangnya Kominikasi dari Penjual kepada Pelanggan setelah Transaksi Jual Beli Barang

Dalam wawancara dengan peneliti Bapak Adi Arso 47 tahun berpadangan bahwa “Terkadang ada yang menjalin komunikasi kembali jika ada ordreran atau pesanan kembali kadan pula ada pembeli yang sengaja mampir kemari untuk melihat barang”.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti menemukan bahwa penjual hampir tidak pernah melakukan atau menjalin komunikasi kembali dengan pembeli. Penjual hanya menjalin komunikasi kembali hanya pada saat pembeli akan membeli barang kembali. Dalam hal ini peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi antara penjual dan pembeli sangat kurang setelah transaksi jual beli. Hal ini dapat menjadi koreksi karena dengan menjalin kemitraan atau bisnis melalui komunikasi dapat meningkatkan kepercayaan pembeli pada penjual.

4.3.1.5. Kurangnya Pengetahuan Pentingnya Administrasi Bisnis UMKM Penjual

Hasil wawancara dengan Bapak Adi Arso 47 tahun mengatakan bahwa “Untuk pencatatan saya catat sebisanya, terkadang saya mencatat ketika ada pembayaran sebagai bukti adanya pembelian barang ke tangan pembeli”.

Berdasarkan hasil wawancara penjual tidak menggunakan administrasi secara detail, hanya menggunakan administrasi al kadarnya sebagai pengingat administrasi. Hal ini menjadi sorotan karena dari administrasi yang tidak terstruktur dengan baik dapat mudah menimbulkan polemik nantinya. Penjual tidak mengetahui rincian detail untung, rugi, dan modal. Penjual juga tidak dapat memperkirakan rata-rata penjualan dan produksi barang setiap bulannya. Penjual perlu diberikan pemahaman pentingnya administrasi penjualan.

4.3.1.6. Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Spesifikasi Barang Hasil Penjual

Menurut Bapak Adi Arso 47 tahun dalam wawancaranya mengungkapkan bahwa “Seperti yang saya jelaskan sebelumnya semisal ada

pembeli kursi saya akan menjelaskan terlebih dahulu jika kayu jati ini ukurannya sekian maka harganya juga sekian. Saya pun akan menyesuaikan dengan permintaan pembeli”.

Dari hasil ini wawancara dapat disimpulkan penjual memakai dua step, yaitu step awal adalah pejelasan barang atau produk dan step kedua adalah dengan pembelian harga. Harga yang diberikan penjual didasarkan pada kualitas dan permintaan barang dari pembeli. Hal ini juga dapat dipengaruhi oleh permintaan brang costum atau reques oleh pembeli penjual berupaya memenuhi dengan mendengarkan dan mencatat permintaan spesifikasi barang yang diinginkan oleh pembeli.

4.3.1.7. Tingkat Ketepatan Jadwal Pengiriman Barang Kepada Pelanggan

Dari hasil wawancara dengan Bapak Adi Arso 47 tahun mengungkapkan “Setiap orang pasti ingin tepat waktu terutama pembeli ingin barang yang dipesan sampai tepat waktu. Namun terkadang ada beberapa kendala yang harus dihadapi seperti musim hujan dan listirik mati”.

Dalam hasil wawancara penjual atau responden mengungkapkan bahwa sulitnya pengiriman barang datang atau sampai ketangan kembeli dikarenakan berbagai faktor contohnya faktor cuaca yang tidak menentu dapat mempengaruhi pengiriman. Namun dalam hal ini penjual berusaha menyiasati dengan menjalin komunikasi yang baik atau adanya transparansi antara pejual dan pembeli

mengenai kendala-kendala yang dihadapi hingga menyebabkan keterlambatan pengiriman barang.

4.3.2 Peran Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan kinerja penjualan UMKM mebel.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Adi Arso 47 tahun mengungkapkan bahwa Sangat baik jika dalam berjualan kita jujur nantinya pelanggan kita akan lebih percaya untuk kedepannya kepada kita.

Dalam hasil wawancara dari penjual mengungkapkan bahwa ketika etika bisnis Islam atau etika yang baik diterapkan didalam usaha UMKM Mebel, maka akan meningkatkan rasa kepercayaan dari para pembeli. Sehingga nantinya akan meningkatkan kinerja UMKM Mebel di Jepara untuk kedepannya.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kinerja Penjualan UMKM Mebel di Jepara.

Jepara terkenal akan kota mebel-ukirnya yang bukan hanya diakui oleh masyarakat Indonesia, melainkan oleh masyarakat dunia. Hal ini menjadikan mayoritas penduduk Jepara bekerja pada sector mebel-ukir yang hasil produk mebel dan ukirnya tersebut dijual ke pasar nasional dalam negeri dan dikirim ke luar negeri atau *export*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jepara pada tahun 2017 terdapat 5.870 industri mebel ukir di Jepara, industri

kerajinan rotan sebanyak 846 industri dan 1.346 industri kerajinan kayu (BPS, 2017). Maka dibutuhkan adanya etika bisnis Islam .

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik UMKM Bunga Jati Meubel di Jepara yaitu :

1. Pengetahuan dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Penjual UMKM mempunyai hasil belum mengetahui secara detail etika bisnis dalam islam. Bagi para responden etika bisnis islam yang mereka ketahui rata rata hanya berupa jujur. Responden tidak mengetahui secara mendetail etika bisnis islam dan bagaimana penerapannya dalam berwirausaha. Oleh karena itu diperlukannya dorongan dan pengetahuan tentang etika bisnis islam agar nantinya para responden mampu menerapkan guna meningkatkan prinsip berbisnis Islam.
2. Harga barang yang di jual sesuai dengan kualitas barang pada kesimpulan hasil wawancara peneliti dengan responden penjual bahwa penjual sudah menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang yang dihasilkan dalam sesi wawancara dengan peneliti. Hal ini berdasarkan pada pemilihan bahan dan proses pembuatan, selain itu dikarena barang yang diminta oleh pembeli adalah barang custom atau reques juga dapat mempengaruhi harga yang diberikan oleh penjual.
3. Penerapan Penjualan dengan Mengikuti trend dan inovasi Menurut Penjual UMKM maka hasil wawancara menarik kesimpulan penjual selalu

melakukan inovasi ketika ada trend baru dipasaran agar tidak ketinggalan zaman dengan UMKM yang lainnya nanti.

4. Dari poin komunikasi dari penjual kepada pelanggan setelah transaksi jual beli barang, berdasarkan hasil wawancara peneliti menemukan bahwa penjual hampir tidak pernah melakukan atau menjalin komunikasi kembali dengan pembeli. Penjual hanya menjalin komunikasi kembali hanya pada saat pembeli akan membeli barang kembali. Dalam hal ini peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi antara penjual dan pembeli sangat kurang setelah transaksi jual beli. Hal ini dapat menjadi koreksi karena dengan menjalin kemitraan atau bisnis melalui komunikasi dapat meningkatkan kepercayaan pembeli pada penjual.
5. Dalam pengetahuan pentingnya administrasi bisnis UMKM penjual Berdasarkan hasil wawancara penjual tidak menggunakan administrasi secara detail, hanya menggunakan administrasi alakadarnya sebagai pengingat bahkan ada yang tidak menggunakan administrasi sama sekali. Hal ini menjadi sorotan karena dari administrasi yang tidak terstruktur dengan baik dapat mudah menimbulkan polemik nantinya. Penjual tidak mengetahui rincian detail untung, rugi, dan modal. Penjual juga tidak dapat memperkirakan rata-rata penjualan dan produksi barang setiap bulannya.
6. Tingkat kepuasan pelanggan pada spesifikasi barang hasil penjual dari hasil ini wawancara dapat disimpulkan penjual memakai dua step, yaitu

step awal adalah penjelasan barang atau produk dan step kedua adalah dengan pembelian harga. Harga yang diberikan penjual didasarkan pada kualitas dan permintaan barang dari pembeli. Hal ini juga dapat dipengaruhi oleh permintaan barang *custom* atau *request* oleh pembeli penjual berupaya memenuhi dengan mendengarkan dan mencatat permintaan spesifikasi barang yang diinginkan oleh pembeli.

7. Tingkat ketepatan jadwal pengiriman barang kepada pelanggan dalam hasil wawancara penjual atau responden mengungkapkan bahwa sulitnya pengiriman barang datang atau sampai ketangan kembali dikarenakan berbagai faktor contohnya factor cuaca yang tidak menentu dapat mempengaruhi pengiriman. Namun dalam hal ini penjual berusaha menyasati dengan menjalin komunikasi yang baik atau adanya transparansi antara pejual dan pembeli mengenai kendala-kendala yang diahdapi hingga menyebabkan keterlambatan pengiriman barang.

Pemilik UMKM Bunga Jati Meubel yang berada di Jepara sebenarnya sudah menjalankan atau menerapkan etika yang baik, cuma memang belum sepenuhnya mengetahui tentang prinsip etika bisnis Islam yang baik dan benar. pemilik hanya mengetahui apa yang diperbolehkan dan apa yang dilarang dalam Agama.

4.4.2. Peran Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan kinerja penjualan UMKM mebel di Kabupaten Jepara.

Islam menempatkan nilai etika ditempat paling tinggi. Pada dasarnya Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia. Seperti yang disebutkan dalam hadis “aku diutus untuk menyempurnakan Akhlak yang mulia”. Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Qur’an memberikan petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha tidak ada unsur eksploitasi (QS. 4 : 29) dan bebas dari kecurigaan atau penipuan.

Dalam peran etika bisnis yang baik yang baik harus diimplementasikan oleh para pengusaha bisnis. Pengusaha UMKM Mebel yang berada di Jepara telah menerapkan etika yang baik menurut mereka seperti jujur dan amanah menurut para responden peran etika sangat baik jika diterapkan di dalam usahanya nantinya para pembeli akan memesan kembali dan lama kelamaan menjadi pelanggan karena jika melakukan etika yang baik maka akan meningkatkan rasa kepercayaan kepada para pelanggan nantinya.

Dalam hasil wawancara dari penjual atau responden mengungkapkan bahwa ketika etika bisnis Islam atau etika yang baik diterapkan didalam usaha UMKM Mebel, maka akan meningkatkan rasa kepercayaan dari para pembeli. Sehingga nantinya akan meningkatkan kinerja UMKM Mebel di Jepara untuk kedepannya.