

**STRATEGI INOVASI PRODUK KAYU BERBASIS SYARIAH
DALAM Mendukung KESEJAHTERAAN EKONOMI
Masyarakat (STUDI KASUS UD. LEGONG ANTIK
WRINGIN)**

SKRIPSI



Oleh:

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Faizah Nada Diyanah

NIM : 212105020010

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2025**

**STRATEGI INOVASI PRODUK KAYU BERBASIS SYARIAH
DALAM Mendukung KESEJAHTERAAN EKONOMI
Masyarakat (STUDI KASUS UD. LEGONG ANTIK
WRINGIN)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Faizah Nada Diyanah

NIM : 212105020010

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2025**

**STRATEGI INOVASI PRODUK KAYU BERBASIS SYARIAH
DALAM MENDUKUNG KESEJAHTERAAN EKONOMI
MASYARAKAT (STUDI KASUS UD. LEGONG ANTIK
WRINGIN)**

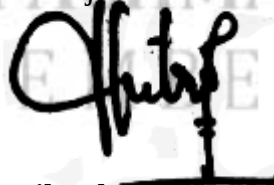
SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Faizah Nada Diyanah
NIM : 212105020010

Disetujui Pembimbing



Putri Kamilatul Rohmi, S.E.Sy., M.E.
NIP. 19920914202012

**STRATEGI INOVASI PRODUK KAYU BERBASIS SYARIAH DALAM
MENDUKUNG KESEJAHTERAAN EKONOMI MASYARAKAT (STUDI
KASUS UD. LEGONG ANTIK WRINGIN)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu
Tanggal : 18 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

Dr. H. M.P. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I
NIP. 19760822008011015

Sekretaris

Muhammad M.E.
NIP. 199506302022032004

Anggota :

1. Dr. Adil Siswanto, M.Par
2. Putri Kamilatur Rohmi, S.E.sy. M.E.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001



MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا ۚ فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُئَرُوا
وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبَرَّوْا مَا عَلَوْا تَتَّبِرًا

Artinya: Jika berbuat baik, (berarti) kamu telah berbuat baik untuk dirimu sendiri. Jika kamu berbuat jahat, (kerugian dari kejahatan) itu kembali kepada dirimu sendiri. Apabila datang saat (kerusakan) yang kedua, (Kami bangkitkan musuhmu) untuk menyuramkan wajahmu, untuk memasuki masjid (Baitulmaqdis) sebagaimana memasukinya ketika pertama kali, dan untuk membinasakan apa saja yang mereka kuasai. (Q.S Al-Isra' [17]:7).¹



¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Al-Isra' [17]: 7.

PERSEMBAHAN

1. Alhamdulillah hirabbil alamin, Karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini
2. Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta aba Faizal Yuliasnyah dan umma St. Maimunatun Shofiah yang telah melahirkan, merawat, menafkahi, membimbing, dan melindungi dengan tulus serta penuh keikhlasan, senantiasa mendoakan, dan memberikan semangat dukungan sepenuh hati
3. Karya ini juga saya persembahkan kepada keluarga tercinta adek (Farah, Nisa, Emi), om zakki, tante atika dan mbah yang slalu memberikan senyuman dan tawa hangat ketika lelah disaat saya pulang kerumah. Tidak ada yang lebih berharga selain melihat antusiasme adik-adik saya yang berlari menyambut dengan ceria, seolah kehadiran saya adalah kebahagiaan besar bagi mereka. Kehangatan dan perhatian dari kalian semua selalu menjadi pelipur lelah dan penyemangat bagi saya untuk terus melangkah menyelesaikan perjalanan ini.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah, serta ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini dengan lancar. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis sampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M., Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami, S. Sos., M. Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Ibu Dr. Sofiah, M.E selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah
6. Bapak Prof. Dr. Moch. Chotib, S. Ag, M.M selaku dosen pembimbing akademik saya.

7. Ibu Putri Kamilatul Rohmi, S.E.Sy., M.E selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dengan sabar sejak awal memulai penulisan skripsi sampai menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Staf dan Dosen FEBI yang telah memberikan jasa pelayanan dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
9. Almamater saya Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
10. Lucky, Elvita, Nayla, Luluk, Selvi, Amel, Nikent, dan Melvin selaku teman baik semasa perkuliahan. Terimakasih telah membuat kehidupan perkuliahan terasa begitu cepat dan penuh canda tawa. Seluruh dukungan dan dorongan yang telah diberikan akan selalu penulis kenang.
11. Terakhir untuk rekan-rekan mahasiswa/i Ekonomi Syariah angkatan 2021 khususnya Ekonomi Syariah 3. Terimakasih atas kenangan dan pengalamannya.

Semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT. Aamiin Yaa Rabbal A'lamiin.

Jember, 09 Februari 2025

Penulis

ABSTRAK

Faizah Nada Diyanah, Putri Kamilatul Rohmi, 2025: *Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah Dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus UD. Legong Antik Wringin)*.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kesejahteraan Ekonomi, Analisis SWOT

UD. Legong Antik adalah usaha mebel kayu yang berlokasi di Desa Wringin, Kabupaten Bondowoso. Usaha ini telah beroperasi selama lebih dari 12 tahun sejak didirikan pada tahun 2012 oleh Bapak Saliman. UD. Legong Antik dikenal karena produk kayunya yang berkualitas tinggi serta penerapan prinsip-prinsip syariah dalam setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pemasaran. Dalam upaya menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan daya saing produk, inovasi produk kayu menjadi fokus utama UD. Legong Antik. Inovasi tersebut meliputi pengembangan desain produk, peningkatan kualitas bahan baku, serta penerapan variasi produk berbasis syariah.

Fokus penelitian dalam skripsi ini ialah: 1) Bagaimana strategi inovasi produk kayu yang dilakukan oleh UD. Legong Antik? 2) Bagaimana peran UD. Legong Antik dalam mendukung kesejahteraan dan ekonomi masyarakat Wringin? 3) Bagaimana peluang dan tantangan inovasi produk kayu berbasis syariah dalam mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat Wringin?

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui strategi inovasi produk kayu yang dilakukan oleh UD. Legong Antik. 2) Untuk mengidentifikasi peran UD. Legong Antik dalam mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat Wringin. 3) Untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam inovasi produk kayu berbasis syariah di UD. Legong Antik

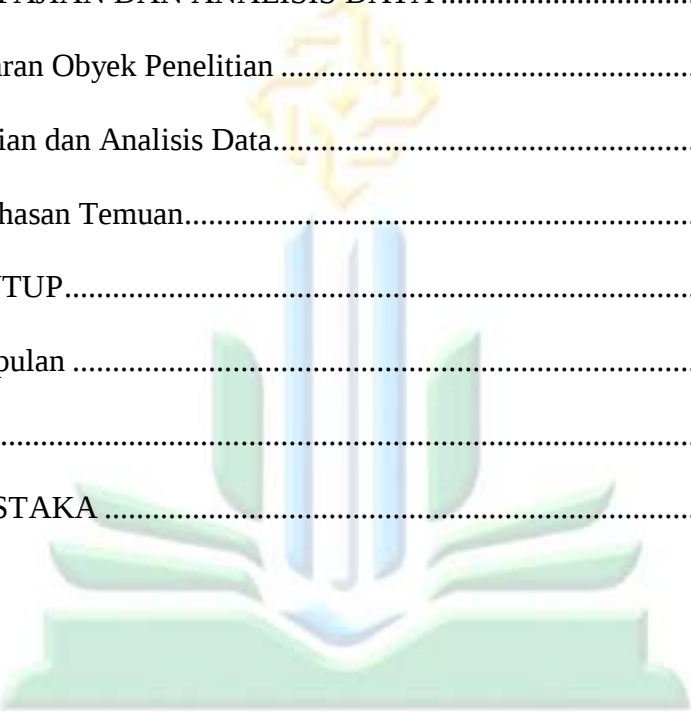
Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan *field research*, di mana data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi kondensasi data, display, dan verifikasi data. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik.

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa 1) UD. Legong Antik telah berhasil menerapkan inovasi produk kayu berbasis syariah melalui peningkatan kualitas produk, variasi produk, desain produk serta penerapan nilai-nilai Islam seperti prinsip Tauhid, akhlak, keseimbangan, kebebasan individu, dan keadilan dalam proses produksi. 2) Inovasi produk kayu ini tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga berkontribusi dalam peningkatan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat lokal, pertumbuhan masyarakat, serta penerapan nilai-nilai syariah dalam bisnis nya. 3) Peluang dan tantangan yang dihadapi UD. Legong Antik dianalisis menggunakan kerangka SWOT, yang menghasilkan empat strategi alternatif yang dapat diterapkan, yaitu strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah.....	10
BAB II KAJIAN PUSTKA.....	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	24
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Subyek Penelitian.....	42

D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Analisis Data	46
F. Keabsahan Data.....	48
G. Tahap-tahap Penelitian.....	48
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	52
A. Gambaran Obyek Penelitian	52
B. Penyajian dan Analisis Data.....	56
C. Pembahasan Temuan.....	87
BAB V PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Unit Usaha.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Tantangan terbesar yang masih dihadapi Indonesia saat ini adalah masalah ekonomi, terutama terkait ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja dan peluang usaha yang tersedia. Persaingan di kalangan para pencari kerja semakin ketat, sementara kesempatan semakin terbatas. Kenyataannya, banyak lulusan pendidikan tidak mampu memenuhi kebutuhan dunia kerja karena keterampilan mereka tidak sejalan dengan permintaan pasar.

Ekonomi kreatif kini berkembang pesat sebagai respons terhadap tantangan globalisasi yang dinamis. Peran teknologi informasi sangat berkontribusi dalam mempercepat laju ekonomi kreatif, menjadikannya sebagai solusi potensial dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menekan tingkat pengangguran.

Selain itu, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mendorong perubahan pola pikir dan gaya hidup manusia serta mendukung inovasi yang dapat mengurangi kelangkaan barang dan jasa. Melalui proses inovatif, riset, dan pengembangan yang berkelanjutan, tercipta produk-produk yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.²

Salah satu sumber utama perekonomian Indonesia adalah kekayaan alamnya yang melimpah, yang dapat diolah menjadi berbagai bentuk

²Tri Handayani, “Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Perekonomian Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Labuhan Ratu IX Kabupaten Lampung Timur dalam Perspektif Ekonomi Islam” Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2022.

kegiatan masyarakat. Dengan potensi sumber daya alam yang besar, masyarakat diharapkan mampu memanfaatkannya secara optimal untuk menciptakan peluang ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan mereka.

Indonesia memiliki peran penting sebagai salah satu penghasil utama hasil hutan, terutama kayu tropis, yang menjadi komoditas strategis untuk bahan baku industri domestik sekaligus penyumbang devisa dari sektor non-migas. Kawasan hutan Indonesia mencakup sekitar 133,3 juta hektar, yang terdiri dari kawasan suaka alam, hutan lindung, dan hutan produksi, menjadikannya sumber daya yang berlimpah dan signifikan bagi pengembangan berbagai sektor industri berbasis kayu.³

Kayu merupakan bahan organik padat yang terbentuk dari serat selulosa alami, menjadikannya material penting dalam produk teknis seperti papan serat, kayu lapis, dan *furniture*.⁴ Karakteristik unik kayu, mulai dari kekuatan hingga tekstur, membuatnya unggul untuk produk kerajinan berkualitas tinggi. Dalam konteks industri furniture di Indonesia, pemanfaatan kayu tidak hanya bernilai ekonomi tetapi juga dapat menjadi wujud penerapan nilai-nilai Islam, seperti bekerja dengan kesungguhan, menjaga kualitas produk, serta memanfaatkan sumber daya alam secara bijak sebagai bentuk syukur atas karunia Allah.

³ Moh. Syafi', Suroso, "*Kajian Pengelolaan Hutan Produksi Desa Senanggalih Kecamatan Sambelia Kabupaten Lombok Timur Tahun 2017*" Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Hamzanwadi, (Jurnal Geodika Vol.2, No.1, 29-36).

⁴ Rizki Kunang Ardian Np, Chairil Budiarto, Bambang Yatnawiajaya, *Penerapan Material Kayu Pada Konstruksi Bangunan Kampung Lumbung Di Kota Batu*, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya.

Pemanfaatan kayu ini tidak hanya untuk kebutuhan dasar, tetapi juga dapat menghasilkan karya-karya artistik dan fungsional yang memiliki nilai estetika tinggi. Oleh karena itu, dalam perspektif Islam, pemanfaatan kayu dalam industri *furniture* juga merupakan bentuk syukur kepada Allah atas nikmat sumber daya alam yang diberikan, yang dikelola dengan bijaksana dan bertanggung jawab sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan keberlanjutan. Hal tersebut juga tertuang dalam firman Allah SWT pada Surah An-Nahl ayat (16:80) yang berbunyi:

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُم مِّنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا وَجَعَلَ لَكُم مِّنْ جُلُوسِ اللَّائِمِ بُيُوتًا
تَسْتَسِقُونَهَا يَوْمَ ظَعْنِكُمْ وَيَوْمَ إِقَامَتِكُمْ وَمِنْ أَصْوَابِهَا وَأَوْبَاسِهَا وَأَشْعَاسِهَا
أَتَشَاءُ وَمَتَعْنَا إِلَهُ حِينَ ۝

Artinya: "Dan Allah menjadikan rumah-rumahmu sebagai tempat tinggal, dan Dia menjadikan bagimu rumah-rumah dari kulit hewan ternak yang kamu anggap ringan ketika kamu bepergian dan ketika kamu menetap, dan dari bulu domba, bulu unta, dan rambut kambing (Dia membuat) perlengkapan rumah tangga dan kesenangan sampai waktu tertentu."⁵

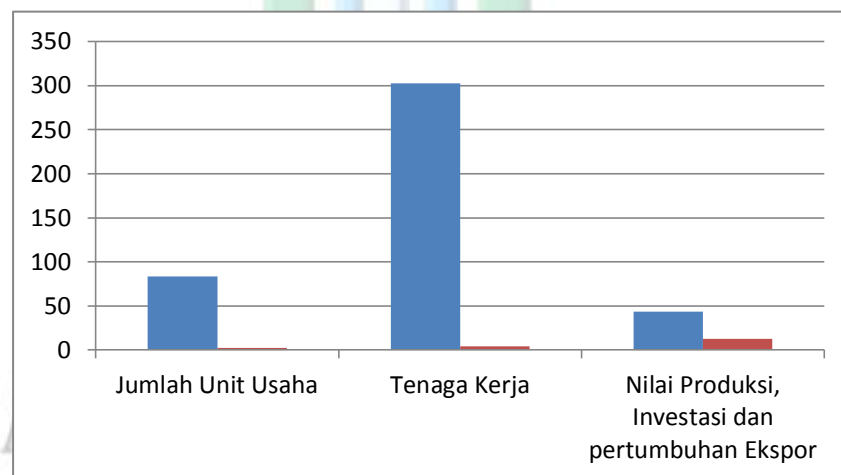
Ayat tersebut menunjukkan bahwa sumber daya alam seperti, kulit, bulu, dan bahan lainnya telah diberikan oleh Allah SWT untuk diolah menjadi barang rumah tangga yang bermanfaat, seperti furnitur.

Kayu sebagai bahan baku dalam industri kerajinan dan kreatif memiliki nilai ekonomi tinggi karena tidak hanya berfungsi secara teknis

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Al-Nahl' [16]: 80.

tetapi juga menghasilkan produk bernilai estetika seperti furniture. Dalam Islam, pemanfaatan sumber daya alam secara bijaksana dianjurkan, sejalan dengan hadist Nabi tentang kemaslahatan umat.⁶ Di Jawa Timur, industri furniture menunjukkan potensi besar dengan 83.477 unit usaha yang menyerap 302.468 tenaga kerja dan nilai produksi mencapai 43.367 miliar rupiah pada 2010. Pemerintah setempat terus mendorong perkembangan sektor ini melalui kebijakan dan acara promosi seperti Java Furniture Fair.

Tabel 1.1
Jumlah Unit Usaha, Tenaga Kerja, Nilai Produksi, Investasi, dan Pertumbuhan Ekspor Produk kayu di Jawa Timur



Inovasi produk menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan daya saing usaha, termasuk pada industri mebel kayu. UD. Legong Antik di Desa Wringin, Kabupaten Bondowoso, merupakan contoh usaha yang mampu menarik minat konsumen melalui produk berkualitas, pelayanan prima, dan

⁶ Andrian Saputra, "Alquran Isyaratkan Pentingnya Muslim Kuasai Sumber Daya Alam." Harian Republika. Selasa 20 Desember 2022 21:08 WIB

fleksibilitas dalam menerima pesanan khusus. Keunggulan ini tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha, tetapi juga berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja dan perputaran ekonomi lokal. Penelitian ini relevan karena mengkaji bagaimana inovasi produk berbasis nilai-nilai syariah dapat diterapkan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi dan mendukung kesejahteraan masyarakat di sekitar UD. Legong Antik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada 21 November 2024 di Desa Wringin, Kabupaten Bondowoso, ditemukan dua usaha mebel. UD. Legong Antik menjadi yang paling banyak dikunjungi oleh konsumen. Menurut Ibu Fat Subaina salah satu pelanggan setia, popularitas UD. Legong Antik disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kualitas produk yang sesuai dengan harga, pelayanan yang ramah, variasi model yang terus diperbarui, serta fleksibilitas dalam menerima pesanan khusus sesuai keinginan pelanggan. Ibu St. Maimunah, pelanggan lainnya, juga menyatakan bahwa produk di UD. Legong Antik memiliki keunggulan dalam kualitas dan daya tahan dibandingkan dengan mebel lain di Desa Wringin maupun daerah sekitarnya. Ia menambahkan bahwa desain produk di mebel ini selalu mengikuti tren dan tidak ketinggalan zaman, sehingga membuatnya tetap menjadi pilihan utama meskipun UD. Legong Antik telah berdiri cukup lama.⁷

UD. Legong Antik merupakan salah satu pengusaha mebel dan terdapat di desa Wringin kabupaten Bondowoso. Usaha ini sudah berdiri

⁷ Observasi di desa Wringin Bondowoso, 21 November 2024

selama 12 tahun tepatnya sejak tahun 2012 yang dirintis oleh owner sendiri yang bernama Saliman. Beliau memberi nama usaha mebel ini dengan nama Legong Antik. Bapak Saliman memulai usahanya dengan modal terbatas, namun dilandasi tekad dan keinginan kuat untuk terus mengembangkannya. Semangat kewirausahaan dapat dibentuk melalui kesadaran diri akan pentingnya berwirausaha, sementara kemandirian bisa dikembangkan melalui peningkatan keterampilan dan pengetahuan. Oleh karena itu, pemahaman tentang kewirausahaan perlu ditanamkan sejak dini, baik dalam lingkungan pendidikan maupun keluarga.

Untuk meningkatkan perkembangan usaha secara berkelanjutan, penting bagi pengusaha untuk menambah kreativitas dan inovasi agar pelanggan tetap tertarik. Dalam bisnis mebel, misalnya, pembaruan bentuk dan warna produk secara berkala dapat menjaga minat konsumen serta membuat produk lebih dinamis dan menarik. Inovasi dan kreativitas perlu dikembangkan dan diperbaharui, karena jika pengusaha mebel terus membuat dengan model yang lama dan tidak mengikuti zaman maka akan sulit berkembang, dan konsumen mulai berpaling.

Sebagai data pembanding Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus UD. Legong Antik Wringin) peneliti mengambil data dari penelitian milik Melinda Nur Fauziah (2022) berjudul *“Pengembangan Jaringan Usaha dalam Perspektif Syariah pada UMKM Kriya Kayu untuk Menembus Pasar Ekspor”* menyoroti pentingnya inovasi dan penguatan jaringan usaha berbasis prinsip

syariah dalam meningkatkan daya saing UMKM kriya kayu. Studi ini menunjukkan bahwa pengembangan jaringan usaha melalui kerja sama antar pelaku usaha, peningkatan kualitas produk, dan inovasi desain yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat membantu UMKM menembus pasar ekspor. Penerapan prinsip syariah dalam pengembangan usaha tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi, tetapi juga aspek sosial dan etika bisnis, yang selaras dengan karakteristik UMKM berbasis ekonomi lokal dan penting dalam pengentasan kemiskinan.⁸

Berdasarkan data pembandingan tersebut, peneliti dapat membandingkan pendekatan pengembangan produk kayu berbasis syariah dalam mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat juga melihat pentingnya aspek pengembangan jaringan usaha kriya kayu berbasis syariah untuk menembus pasar ekspor. Penelitian Melinda Nur Fauziah menekankan pentingnya inovasi jaringan usaha untuk memperluas pasar produk kriya kayu melalui strategi pemasaran berbasis syariah. Sementara itu, penelitian ini lebih berfokus pada inovasi produk kayu melalui peningkatan kualitas, variasi desain, dan penerapan prinsip-prinsip Islam dalam proses produksi. Kedua penelitian tersebut sama-sama menekankan pentingnya penerapan prinsip syariah, tetapi dengan fokus yang berbeda: Melinda pada pengembangan jaringan usaha untuk pasar ekspor, sedangkan penelitian ini pada inovasi produk untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

⁸ Melinda Nur Fauziah, "Pengembangan Jaringan Usaha dalam Perspektif Syariah pada UMKM Kriya Kayu untuk Menembus Pasar Ekspor," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, Vol. 1, No. 1, 2022, 31–41.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis bahwasanya UD. Legong Antik berusaha untuk melakukan pembaruan produk kayu baik dari segi bentuk, motif, maupun warna dalam usahanya. Berdasarkan uraian konteks penelitian diatas maka penulis mengambil judul penelitian "Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus UD. Legong Antik Wringin).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai strategi inovasi produk kayu berbasis syariah di UD. Legong Antik dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan inovasi produk yang berlandaskan nilai-nilai syariah dapat mendukung peningkatan daya saing usaha, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat, baik dari segi produsen maupun konsumen.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi inovasi produk kayu yang dilakukan oleh UD. Legong Antik?
2. Bagaimana peran UD. Legong Antik dalam mendukung kesejahteraan dan ekonomi masyarakat Wringin?
3. Bagaimana peluang dan tantangan inovasi produk kayu berbasis syariah dalam mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat Wringin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi inovasi produk kayu yang dilakukan oleh UD. Legong Antik
2. Untuk mengidentifikasi peran UD. Legong Antik dalam mendukung kesejahteraan masyarakat Wringin
3. Untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam inovasi produk kayu berbasis syariah di UD. Legong Antik

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha, khususnya UD. Legong Antik, dalam mengembangkan produk kayu yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi panduan bagi para pengrajin dan pelaku bisnis lainnya untuk menerapkan prinsip ekonomi Islam dalam menjalankan usaha, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung perekonomian lokal secara berkelanjutan.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dalam bidang ekonomi Islam, terutama dalam penerapan prinsip-prinsip syariah untuk mengembangkan usaha produk kayu. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan landasan teoretis bagi pengembangan industri kreatif yang mengutamakan nilai-nilai Islam, baik dalam aspek

inovasi produk, kesejahteraan masyarakat, maupun keberlanjutan ekonomi lokal.

E. Definisi Istilah

1. Inovasi Produk Kayu

Inovasi adalah proses menciptakan atau memperkenalkan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk produk, layanan, metode, atau ide, yang memberikan nilai tambah atau solusi terhadap kebutuhan dan masalah yang ada.⁹ Dalam industri kayu, inovasi bisa berupa desain produk baru, penggunaan bahan yang lebih efisien, atau metode pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat. Dalam industri kreatif, produk kayu tidak hanya dihargai karena fungsinya, tetapi juga dari aspek estetika dan artistik, sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan menarik bagi konsumen.¹⁰ Inovasi kayu berbasis syariah adalah pengembangan produk kayu yang mengutamakan kreativitas dan kualitas dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip Islam. Prinsip tersebut mencakup kehalalan bahan, keadilan dalam proses produksi, dan manfaat yang luas bagi masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga memastikan keberlanjutan dan kesejahteraan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah.

Pengembangan ini melibatkan pemilihan kayu berkualitas, penerapan teknik pengerjaan, serta proses finishing yang memperhatikan

⁹ Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934), 66.

¹⁰ Fila Fitriani, "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam," Skripsi, IAIN Metro, 2020, 21.

daya tahan dan keindahan produk. Studi kasus pada UD. Legong Antik Wringin menunjukkan bahwa pengembangan produk kayu difokuskan pada inovasi penciptaan produk kayu berbasis syariah yang berarti mengembangkan produk kayu dengan memperhatikan prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, keberlanjutan, dan manfaat bagi banyak pihak. yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga memberikan dampak positif bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

2. Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat

Kesejahteraan merujuk pada kondisi di mana seseorang atau kelompok masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka, baik secara fisik, mental, maupun sosial, sehingga dapat hidup dengan nyaman, sehat, dan produktif.¹¹ Kesejahteraan mencakup berbagai aspek, seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan keamanan yang mendukung kehidupan yang layak.

Kesejahteraan ekonomi masyarakat adalah kondisi di mana masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak, baik dari segi pendapatan, akses terhadap pekerjaan, maupun pemenuhan kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan. Kesejahteraan ini juga mencakup peningkatan kualitas hidup, seperti pendidikan, kesehatan, dan stabilitas ekonomi, yang memungkinkan masyarakat hidup lebih mandiri dan produktif. Dalam konteks ekonomi Islam, kesejahteraan ekonomi

¹¹ Badan Pusat Statistik (BPS), *Indeks Kesejahteraan Rakyat Indonesia 2021* (Jakarta: BPS, 2021), 7.

masyarakat diupayakan melalui prinsip keadilan, pemerataan, dan keberlanjutan.

Dalam penelitian ini, kesejahteraan ekonomi masyarakat dikaitkan dengan bagaimana inovasi produk kayu berbasis prinsip syariah dapat membantu meningkatkan penghasilan masyarakat, membuka lapangan pekerjaan, dan memperkuat ekonomi lokal. Penerapan prinsip syariah dalam inovasi produk diharapkan mampu menciptakan manfaat ekonomi yang adil dan berkelanjutan, seperti yang diterapkan pada studi kasus UD. Legong Antik Wringin.¹²



¹² Fila Fitriani, "Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. (Skripsi, IAIN Metro, 2020), 45.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa hasil penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian ini, yang dilakukan untuk menghindari kesamaan dengan peneliti sebelumnya sebagai bentuk perbandingan yang dilakukan oleh peneliti. Berikut ini merupakan pemaparan hasil penelitian yang relevan, yakni:

1. Jurnal oleh Binar Dwiyanto Pamungkas, Nining Sudiyarti, Marisa Sutanty, Hamdani dan Ainun Mardia. Dengan judul *"Pengembangan Kreativitas Masyarakat Dalam Mengolah Kayu Jawa Menjadi Produk Yang Bernilai Ekonomi"*.¹³ Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia, 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam dua tahap, yaitu sosialisasi dan pelatihan. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah agar masyarakat dapat mengoptimalkan pemanfaatan seluruh sumber daya yang tersedia sebagai sumber pendapatan, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian oleh Binar Dwiyanto Pamungkas, Nining Sudiyarti, Marisa Sutanty, Hamdani dan Ainun Mardia melakukan pendekatan dengan pengembangan, sedangkan peneliti Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah metode kualitatif di mana peneliti secara aktif terlibat dalam mengamati dan berinteraksi langsung dengan subjek

¹³Binar Dwiyanto Pamungkas dkk., *"Pengembangan Kreativitas Masyarakat dalam Mengolah Kayu Jawa Menjadi Produk Yang Bernilai Ekonom,"* Universitas Samawa, Sumbawa Besar, 2019

penelitian dalam skala sosial kecil. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Pengembangan Produk Kayu untuk kesejahteraan ekonomi masyarakat.

2. Skripsi oleh Fila Fitriani, dengan judul “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pengrajin kayu di Desa Wonosari, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur, berperan penting dalam ekonomi kreatif dengan terus mengembangkan inovasi yang sesuai dengan keinginan konsumen. Upaya ini penting agar produk mereka tetap bersaing dengan pengrajin lain.¹⁴ Peningkatan kreativitas dan inovasi ini berkontribusi terhadap minat konsumen serta berdampak positif pada pendapatan yang diperoleh oleh pengrajin, sehingga peran ekonomi kreatif berimplikasi langsung pada peningkatan pendapatan usaha mereka. Dalam menjalankan kegiatan usaha, pengrajin kayu di Desa Wonosari telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, termasuk dalam aspek pengelolaan, perawatan, dan tanggung jawab atas pekerjaan mereka. Kesamaan antara penelitian ini dan peneliti terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif serta fokus pada peningkatan perekonomian dan pendapatan. Namun, penelitian Fila Fitriani lebih menitikberatkan pada peningkatan pendapatan kriya kayu dari sudut pandang etika bisnis Islam, sedangkan penelitian ini

¹⁴ *“Pengembangan Kreativitas Masyarakat Dalam Mengolah Kayu Jawa Menjadi Produk Yang Bernilai Ekonomi”*. Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia, 2019.

berfokus pada Inovasi produk kayu berbasis syariah dalam mendukung kesejahteraan dan ekonomi masyarakat.¹⁵

3. Penelitian oleh Maila Khulaidah (2020) “Prospek Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Plastik Dalam Upaya Mengurangi Kemiskinan Pengrajin (Studi Pada Masyarakat Dusun Perendekan Utara Desa Giri Sasak Kecamatan Kuripan),”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kemiskinan para pengrajin anyaman plastik dan dampak perkembangan usaha kerajinan tersebut di Dusun Perendekan Utara, Desa Giri Sasak. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh para pengrajin dalam mengembangkan usaha kerajinan tangan mereka. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha kerajinan anyaman plastik di Dusun Perendekan Utara dapat berkontribusi pada pengurangan tingkat kemiskinan di kalangan masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin. Penelitian Maila ini memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti, terutama dalam hal fokus pembahasan tentang usaha kerajinan serta penggunaan metode kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun, perbedaan utama terletak pada fokus penelitian tentang pengurangan kemiskinan pada pengrajin anyaman

¹⁵ Fila Fitriani, “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro, 2020

plastik dalam skripsi Maila, serta perbedaan objek penelitian yang diangkat.¹⁶

4. Penelitian oleh Ayu Nurjannah yang berjudul “Usaha Kerajinan Bambu Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Usaha Kerajinan Bambu di Desa Jadimulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur), 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana etika bisnis Islam berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi keluarga melalui usaha kerajinan yang ada di Desa Jadimulyo. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kerajinan memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi bagi keluarga pengrajin di Desa Jadimulyo. Kesamaan antara kedua penelitian ini terletak pada fokusnya yang membahas usaha kerajinan serta teknik pengumpulan data yang menggunakan wawancara dan dokumentasi. Namun, penelitian Ayu Nurjannah lebih berfokus pada usaha kerajinan bambu dalam konteks peningkatan ekonomi keluarga, sedangkan penelitian ini menyoroti aspek kesejahteraan dan ekonomi masyarakat didesa Wringin.¹⁷
5. Penelitian oleh Shinta Lorenza yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Kulit Kerang Di Kecamatan Teluk

¹⁶ Maila Khulaida6.h, “Prospek Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Plastik Dalam Upaya Mengurangi7. Kemiskinan Pengrajin (Studi Pada Masyarakat Dusun Perendekan Utara Desa Giri Sasak Kecamatan Kuripan)” (Skripsi, UIN Mataram, 2020).

¹⁷ Ayu Nurjannah “Usaha Kerajinan Bambu Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Usaha Kerajinan Bambu di Desa Jadimulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)” (Skripsi, IAIN Metro, 2021).

Nibung Kota Tanjung Balai, 2021". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor, seperti modal, produksi, dan harga, yang berpengaruh terhadap pendapatan pengrajin kulit kerang di Kecamatan Teluk Nibung, Kota Tanjung Balai. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dan analisis dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa modal, produksi, dan harga memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap pendapatan pengrajin kulit kerang di Kecamatan Teluk Nibung, Kota Tanjung Balai. Kedua penelitian ini membahas kerajinan, tetapi perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan; penelitian Shinta Lorenza menerapkan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.¹⁸

6. Penelitian oleh Lisyia Wirdah (2021) "Kerajinan Anyaman AWEE Sebagai Home Industri (Analisis Terhadap Stilistik Anyaman Stilistik Anyaman Di Gampong Lambaro Kueh, Kecamatan Lhoknga, Aceh Besar)". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai jenis produk yang dihasilkan dan dikembangkan oleh masyarakat Gampong Lamboro dalam kerajinan anyaman AWEE. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan meliputi keranjang hantaran, keranjang buah, pot bunga, dan lain-lain. Kesamaan antara kedua penelitian ini terletak pada penggunaan metode kualitatif serta fokus pada kerajinan.

¹⁸ Shinta Lorenza "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Kulit Kerang Di Kecamatan Teluk Nibung Kota Tanjung Balai" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan, 2021).

Sementara itu, perbedaannya terlihat pada jenis penelitian, objek yang diteliti, dan juga pada pembahasan yang dilakukan.¹⁹

7. Penelitian oleh Esti Ningsih yang berjudul “Peningkatan Kreativitas Anak Untuk Mengembangkan Seni Kerajinan Tangan Stick Ice Cream Kelompok A di TK Libukang Permai Kota Palopo,2022”. Pembahasan dalam skripsi ini berfokus pada upaya peningkatan kreativitas di bidang seni kerajinan tangan pada anak-anak di TK Libukang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merangsang kreativitas anak usia dini melalui kegiatan seni dan kerajinan. Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian tindakan kelas. Hasil dari penelitian menunjukkan adanya peningkatan dalam pembelajaran anak. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian Esti Ningsih di TK Libukang sedangkan peneliti di UD. Legong Antik.²⁰
8. Penelitian oleh Welly Ramadani Saputra yang berjudul “Pemberdayaan Pengrajin Anyaman Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Di Desa Jati Baru Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan,2022”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberdayakan pengrajin di desa agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pelaksanaan berbagai pelatihan. Metode yang digunakan dalam penelitian

¹⁹ Lisya Wirdah, “Kerajinan Anyaman AWEE Sebagai Home Industri (Analisis Terhadap Stilistik Anyaman Stilistik Anyaman Di Gampong Lambaro Kueh, Kecamatan Lhoknga, Aceh Besar)” (Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam- Banda Aceh, 2021).

²⁰ Esti Ningsih, “Peningkatan Kretivitas Anak Untuk Mengembangkan Seni Kerajinan Tangan Menggunakan Stik Ice Cream Kelompok A Di TK Libukang Permai Kota Palopo” (Skripsi, IAIN Palopo, 2022).

ini adalah pendekatan kualitatif, dengan analisis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dalam kerajinan anyaman lidi kelapa telah berhasil. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Welly, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan teknik analisis data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta membahas tentang kerajinan. Namun, perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, di mana penelitian Welly lebih terfokus pada kerajinan anyaman lidi kelapa, sedangkan penelitian ini mengkaji kerajinan berbahan dasar kayu.²¹

9. Jurnal oleh Ni Luh Putu Anom Pancawati dan Rieka Yulita Widaswara, dengan judul *“Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata”*, Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, 2023. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengembangan sektor ekonomi kreatif berpotensi mendukung transformasi ekonomi dengan menerapkan ide-ide yang kreatif dan inovatif. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, di mana sektor pariwisata memiliki peran penting dalam menghubungkan individu melalui kunjungan wisatawan yang memanfaatkan kreativitas tersebut. Perbedaan dalam penelitian ini adalah oleh Ni Luh Putu Anom Pancawati dan Rieka Yulita Widaswara hanya

²¹ Welly Ramadani Saputra, “Pemberdayaan Pengrajin Anyaman Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Di Desa Jati Baru Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022).

Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi sedannngkan peneliti untuk Mendukung Kesejahteraan Dan Perekonomian ekonomi Masyarakat.²²

10. Skripsi oleh Imam Syafi’I dengan judul “*Industri Kerajinan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Dan Perekonomian Masyarakat Desa Mlandingan Kulon Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo*”. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2024. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh tiga sektor industri kerajinan di Desa Mlandingan Kulon memiliki kesamaan, baik dalam ketersediaan produk maupun harga, di antara usaha kerajinan kayu, logam, dan kerang. Namun, perbedaannya terletak pada kinerja, hasil produk, dan fasilitas usaha. Dampak dari industri kerajinan kayu, logam, dan kerang terhadap kesejahteraan dan perekonomian masyarakat di Desa Mlandingan Kulon mencakup pembukaan lapangan kerja. Selain itu, masyarakat juga diuntungkan karena mereka dapat dengan mudah memperoleh barang yang diinginkan melalui ketiga sektor kerajinan tersebut. Kesamaan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif. Sementara itu, perbedaannya adalah objek penelitian, yaitu Imam Syafi’i di Desa Mlandingan Kulon Kecamatan

²² Ni Luh Putu Anom Pancawati dan Rieka Yulita Widaswara, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata*” , Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, 2023.

Mlandingan Kabupaten Situbondo, sedangkan peneliti UD. Legong Antik berfokus di Wringin Kabupaten Bondowoso.²³

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu
Di Olah Peneliti Tahun 2025

No.	Nama, Judul , dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Binar Dwiyanto Pamungkas, Nining Sudiyarti, Marisa Sutanty, Hamdani dan Ainun Mardia. Dengan judul <i>"Pengembangan Kreativitas Masyarakat Dalam Mengolah Kayu Jawa Menjadi Produk Yang Bernilai Ekonomi"</i> . Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia, 2019.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Pengembangan Produk Kayu untuk kesejahteraan perekonomian masyarakat.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian oleh Binar Dwiyanto Pamungkas, Nining Sudiyarti, Marisa Sutanty, Hamdani dan Ainun Mardia melakukan pendekatan dengan pengembangan , sedangkan peneliti Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research).
2.	Fila Fitriani, "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam", Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro, 2020	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, dan juga sama-sama untuk meningkatkan perekonomian dan pendapatan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah Fila Fitriani lebih fokus pada Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam, sedangkan peneliti Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah dalam Mendukung Kesejahteraan dan Ekonomi Masyarakat
3.	Maila Khulaidah, "Prospek Pengembangan Usaha Kerajinan	Penelitian Maila dengan penelitian memiliki	Perbedaannya adalah pembahasan tentang mengurangi kemiskinan pengrajin anyaman plastik pada

²³ Imam Syafi'i "Industri Kerajinan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Dan Perekonomian Masyarakat Desa Mlandingan Kulon Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo". Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2024.

	Tangan Anyaman Plastik Dalam Upaya Mengurangi Kemiskinan Pengrajin (Studi Pada Masyarakat Dusun Perendekan Utara Desa Giri Sasak Kecamatan Kuripan). 2020	persamaan diantaranya adalah pembahasan tentang usaha kerajinan dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.	skripsi Maila dan obyek penelitiannya juga berbeda.
4.	Ayu Nurjannah "Usaha Kerajinan Bambu Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Usaha Kerajinan Bambu di Desa Jadimulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)2021.	Persamaan kedua penelitian ini adalah membahas tentang usaha kerajinan dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi.	Perbedaannya pembahasan pada penelitian Ayu Nurjannah adalah usaha kerajinan bambu dalam meningkatkan ekonomi keluarga, sedangkan penelitian ini membahas kesejahteraan dan ekonomi masyarakat.
5.	Shinta Lorenza "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Kulit Kerang Di Kecamatan Teluk Nibung Kota Tanjung Balai,2021.	Persamaan 2 penelitian ini adalah membahas tentang sebuah kerajinan.	Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Shinta Lorenza menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan peneliti kualitatif.
6.	Lisya Wirdah (2021) "Kerajinan Anyaman AWEE Sebagai Home Industri (Analisis Terhadap Stilistik Anyaman Stilistik Anyaman Di Gampong Lambaro	Persamaan antara dua penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif dan pembahasannya mengenai	Perbedaannya terdapat pada jenis penelitiannya, obyek penelitian dan pembahasannya pun berbeda.

	Kueh, Kecamatan Lhoknga, Aceh Besar.	kerajinan.	
7.	Esti Ningsih “Peningkatan Kreativitas Anak Untuk Mengembangkan Seni Kerajinan Tangan Stick Ice Cream Kelompok A di TK Libukang Permai Kota Palopo,2022.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas	Perbedaanya adalah objek penelitian Esti Ningsih di TK Libukang sedangkan peneliti di UD. Legong Antik Wringin.
8.	Welly Ramadani Saputra “Pemberdayaan Pengrajin Anyaman Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Di Desa Jati Baru Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan,2022.	Persamaan penelitian Welly dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis data observasi, wawancara dan dokumentasi, dan membahas tentang kerajinan.	Perbedaannya terdapat pada fokus pembahasan yakni penelitian welly adalah kerajinan anyaman lidi kelapa sedangkan penelitian ini kerajinan kayu
9.	Ni Luh Putu Anom Pancawati dan Rieka Yulita Widaswara, dengan judul “ <i>Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata</i> ” , Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, 2023.	Persamaannya sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah oleh Ni Luh Putu Anom Pancawati dan Rieka Yulita Widaswara hanya Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi sedanngkan peneliti un tuk Mendukung Kesejahteraan dan Ekonomi Masyarakat.

10.	Imam Syafi’I <i>“Industri Kerajinan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Dan Perekonomian Masyarakat Desa Mlandingan Kulon Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo”</i>. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2024.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.	Perbedaanya adalah objek penelitian Imam Syafi’I di Desa Mlandingan Kulon Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo sedangkan peneliti di UD. Legong Antik Wringin, Kabupaten Bondowoso.
-----	---	--	--

B. Kajian Teori

1. Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah

Inovasi produk kayu berbasis syariah merupakan pada upaya pengembangan produk mebel yang tidak hanya menonjolkan aspek estetika dan fungsi, tetapi juga memperhatikan prinsip-prinsip dalam ajaran Islam.

a. Pengertian Inovasi

Inovasi produk merupakan proses menciptakan atau memperbarui suatu barang atau jasa dengan tujuan memberikan nilai tambah yang lebih baik bagi konsumen. Inovasi ini bisa berupa penyempurnaan desain, fungsi, kualitas, hingga teknologi yang digunakan, sehingga

produk tersebut mampu bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.²⁴

Pemasaran telah mengalami perkembangan dari pendekatan tradisional menuju konsep pemasaran modern. Dalam konsep modern ini, pemasaran tidak sekadar berfokus pada penjualan, tetapi lebih menitikberatkan penerapan strategi untuk memahami aspek-aspek seperti kebutuhan pelanggan, kemampuan perusahaan untuk memenuhinya, dan cara memberikan kepuasan pelanggan yang lebih unggul dibandingkan pesaing. Persaingan memainkan peran penting bagi perusahaan, sehingga untuk meraih keunggulan dalam persaingan, perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang tepat guna menciptakan keunggulan kompetitif.

Inovasi produk merupakan strategi penting bagi pemilik UD. Legong Antik mebel kayu di desa Wringin agar produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk dari pesaing yang lebih inovatif. Inovasi ini berperan Penting karena berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan produk di pasar. Inovasi produk adalah kegiatan untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang telah ada. Inovasi produk memberikan nilai tambah yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pemasaran produk.²⁵

Inovasi, menurut Damanpour, mencakup pengenalan atau penerapan

²⁴ Syaifuddin dan Sofyan Indris, *Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 15.

²⁵ Diah Ayu Mustika, et al, Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Pada Sentra Industri Kerajinan Kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar), Volume 13 Nomor 2 (2018), Jurnal Pendidikan Ekonomi, hlm,86.

elemen-elemen internal baru seperti sistem, kebijakan, program, produk, atau layanan yang mungkin tidak baru bagi dunia, tetapi merupakan sesuatu yang baru bagi organisasi sehingga layak untuk diadopsi. Sementara itu, Wu mendefinisikan inovasi sebagai gagasan, produk, proses, atau sistem yang dianggap sebagai hal baru bagi individu tertentu. Dalam pandangan Lorens Montes, inovasi adalah pilihan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja organisasi.²⁶

Inovasi menjadi hal yang sangat penting dalam dunia bisnis. Hal ini disebabkan oleh perkembangan pesat para pengusaha yang dengan pemikiran kreatif mereka mampu menciptakan produk baru yang unik dan bermanfaat, berdasarkan produk yang sudah ada sebelumnya.²⁷ Allah SWT berfirman dalam Q.S. Ali-Imran (3):190 yang berbunyi:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَآخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي
الْأَلْبَابِ ﴿١٩٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi serta pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal.”²⁸

²⁶ Ali E. Akgün, Halit Keskin, and John C. Byrne, —Procedural Justice Climate in New Product Development Teams: Antecedents and Consequences, in *Journal of Product Innovation Management*, vol. 27, 2010, <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2010.00773.x>.

²⁷ Danit Anggi Muninggar, ”Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah” (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2023).hlm.56.

²⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Ali 'Imran [3]: 190.

Ayat ini mengungkapkan bahwa salah satu peran akal yang dianugerahkan kepada umat manusia adalah untuk memanfaatkannya dalam merenungkan berbagai tanda yang telah diberikan oleh Allah SWT. Dengan demikian, ayat ini mendorong manusia untuk terus mencari pengetahuan dan melakukan inovasi di berbagai bidang, termasuk menjelajahi alam semesta. Hal ini mengarah pada pengembangan peralatan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan manusia terkait dengan segala yang ada di bumi dan langit.

b. Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, inovasi produk dapat diukur menggunakan tiga indikator utama yaitu kualitas produk, variasi produk, serta elemen gaya dan desain produk.²⁹

1) Kualitas produk

Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi ketahanan, keandalan, dan ketepatan yang dihasilkan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana produk tersebut dapat menjalankan fungsi-fungsi tersebut dengan optimal. Fungsi yang dipermasalahkan di sini adalah daya tahan, ketergantungan, dan kebenaran produk yang dihasilkan sebagai konsekuensinya. Semakin tinggi daya tahan dan masa pakai produk yang dihasilkan, semakin besar pula nilai ekonomis dan kepuasan pengguna terhadap produk tersebut.

²⁹ Kotler and Armstrong, —Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid Satu, 4.

2) Variasi Produk

Sebagai strategi kompetitif, diferensiasi produk diperlukan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Ragam produk berfungsi sebagai sarana kompetitif yang memberikan ciri khas pada produk perusahaan, menjadikannya unik di pasar. Dalam hal ini, kualitas produk memainkan peran penting agar dapat berkompetisi dengan baik dan menarik perhatian konsumen.

3) Elemen dan Desain Produk

Dalam meningkatkan nilai bagi pelanggan, gaya produk berperan dalam tampilan visual, sedangkan desain mencakup konsep yang lebih komprehensif daripada sekadar estetika. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk adalah melalui perancangan desain produk yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memenuhi fungsi dan kebutuhan pengguna dengan lebih baik. Desain produk mencakup keseluruhan fitur yang menentukan tampilan dan fungsi produk, dengan fokus utama pada pemenuhan kebutuhan pelanggan.³⁰

Dalam filosofinya, ekonomi Islam memiliki beberapa prinsip dasar yang menjadi landasan dalam aktivitas ekonomi, di antaranya yaitu

³⁰ Indri Hastuti Listyawati, "Peran Penting promosi dan Desain produk dalam Membangun Minat Beli Konsumen", JBMA (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi), Vol. III, No. 1, Maret 2016

prinsip tauhid, akhlak, keseimbangan (tawazun), kebebasan individu yang bertanggung jawab, dan prinsip keadilan.

1) Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid dalam ekonomi syariah berangkat dari keyakinan bahwa segala sesuatu yang ada di bumi merupakan ciptaan Allah SWT. Manusia tidak memiliki kepemilikan mutlak atas sumber daya tersebut, melainkan hanya sebagai amanah untuk mengelola, menjaga, dan memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya sesuai dengan petunjuk-Nya.

2) Prinsip Akhlaq

Prinsip ini merujuk pada akhlak para nabi dan rasul yang mencerminkan sifat *shiddiq* (jujur), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fathanah* (cerdas).

3) Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan ini tidak hanya berkaitan dengan kepentingan dunia dan akhirat, melainkan juga mencakup keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan bersama, serta keseimbangan antara hak dan kewajiban.

4) Prinsip Kebebasan Individu

Kebebasan dalam aktivitas ekonomi merupakan bagian dari prinsip tanggung jawab individu dalam menjalankan usahanya. Dalam praktiknya, kebebasan ini tidak berarti tanpa batas,

melainkan diiringi oleh kesadaran akan tanggung jawab terhadap setiap keputusan dan tindakan yang diambil.

5) Prinsip Keadilan

Rasulullah SAW mengajarkan bahwa segala bentuk transaksi perdagangan harus dilandasi dengan prinsip keadilan dan kesetaraan antar pihak, melarang praktik jual beli yang merugikan salah satu pihak atau berpotensi menimbulkan perselisihan.

Untuk menjalankan suatu usaha bisnis tentunya perlu adanya suatu perencanaan atau rancangan yang merupakan bagian dari manajemen bisnis untuk menuntun pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya. Ekonomi syariah tidak hanya menawarkan solusi yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga mampu memperkuat dasar perekonomian nasional.³¹ Dalam islam istilah manajemen ini disebut Idarah yang bermakna segala tindakan, usaha, serta kegiatan manusia dalam melakukan pengendalian dan perencanaan sesuatu secara tepat.³² Dan untuk perencanaan sendiri islam mengistilahkannya sebagai Takhtith yang bermakna sebuah gambaran rencana dari suatu kegiatan yang akan datang dalam waktu dan metode tertentu. Nabi Muhammad SAW bersabda:

إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه

³¹ Mutmainnah, Mutmainnah, Siti Indah Purwaning Yuwana, “ Strategi Ekonomi Syariah dalam Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Indonesia” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 4(1), 2024. Hlm.2

³² Nurul Huda, “Konsep Perencanaan Bisnis Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi* 1, no. 2 (2022): 341–55.

Artinya: “Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara itqan (tepat, tearah, jelas, tuntas)” (HR. Thabrani).

Allah SWT juga berfirman dalam Al-Quran dalam surah Al-Insyirah ayat 7-8 yang berbunyi:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ۖ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٧﴾

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap” (Al-Insyirah; 7-8).³³

Setelah melakukan perencanaan bisnis tentunya perlu menentukan strategi apa yang sesuai untuk dilakukan dalam mengembangkan usaha. Dalam pandangan islam yang menjadi tauladan dalam menjalankan bisnis yakni Nabi Muhammad SAW. Dimana beliau merupakan seorang pedagang yang handal. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad SAW selalu memegang teguh pada prinsip kejujuran sehingga banyak masyarakat Makkah pada zamannya menjuluki beliau dengan sebutan Al-Amin yang bermakna seseorang yang terpercaya.³⁴

³³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Al-Insyirah, 7-8.

³⁴ Fitria Nurma Sari, “Strategi Bisnis Rasulullah,” *Manajemen Bisnis Syariah* 55 (2022), <http://eprints.umpo.ac.id/13045/1/Buku%20Digital%20%20Manajemen%20Bisnis%20Syariah.pdf#page=66>.

Selain menerapkan prinsip kejujuran, Nabi Muhammad SAW juga menerapkan prinsip-prinsip lainnya,³⁵ diantaranya yakni:

1) Memberikan manfaat kepada orang lain

Dalam islam berbisnis bukan hanya mencari keuntungan semata, namun juga didasari dengan memberikan kemudahan kepada orang lain dalam menjual barang tersebut. Hal ini berbanding terbalik dengan pendapat dari Adam Smith dalam ekonomi kapitalis yang mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Islam berorientasikan kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implementasi sosial dalam sebuah bisnis.

2) Tidak menipu dalam hal takaran, ukuran, serta timbangan.

Prinsip ini langsung ditegaskan oleh Allah SWT dalam firmannya pada Al-Quran surah Al-Muthaffifin ayat 1-4 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ
مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾

Artinya: "Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi."

Dalam ayat tersebut secara tegas Allah SWT menggambarkan orang yang melakukan kecurangan dalam hal takaran atau timbangan termasuk pada orang yang celaka dan

³⁵ Fitri Nurma Sari, "Strategi Bisnis Rasulullah,".

mereka akan dimintai pertanggung jawaban nanti dihari kebangkitan.

- 3) Tidak menjelekkan bisnis orang lain.

Sesuai dengan sabda Nabi Muhammad SAW:

لا يبيع بعضكم على بيع بعض

Artinya:"Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain," (H.R. Muttafaq 'alaih).

Hal ini bertujuan agar orang lain mau membeli apa yang kita tawarkan selaku pelaku bisnis. Dengan tidak menjelekkan bisnis orang lain juga menjaga silaturahmi serta hubungan antar manusia agar tetap damai dalam menjalani bisnis.

2. Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat

Kesejahteraan ekonomi masyarakat dapat diartikan sebagai suatu kondisi di mana masyarakat mampu memenuhi kebutuhan dasarnya secara layak, termasuk kebutuhan material seperti pangan, sandang, papan, serta akses terhadap pendidikan, kesehatan, dan rasa aman. Kesejahteraan ini juga mencakup aspek non-material seperti kualitas hidup, partisipasi sosial, serta kesempatan untuk berkembang secara individu.³⁶

Salah satu pendekatan yang relevan dalam memahami kesejahteraan adalah *teori kebutuhan dasar (basic needs theory)* yang dikenalkan oleh

³⁶ Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah, dan Kebijakan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2013.

Paul Streeten dan timnya pada dekade 1970-an. Teori ini memandang kesejahteraan sebagai sejauh mana kebutuhan pokok masyarakat dapat terpenuhi, bukan hanya berdasarkan indikator pertumbuhan ekonomi semata. Streeten menekankan bahwa pembangunan yang tidak diiringi dengan pemerataan manfaat dapat menyebabkan ketimpangan sosial, meskipun angka ekonomi menunjukkan peningkatan.³⁷

Selain dari aspek kebutuhan dasar, peran UMKM dalam peningkatan kesejahteraan juga diperkuat melalui penciptaan lapangan kerja. Menurut Todaro dan Smith, penciptaan lapangan kerja atau *employment generation* merupakan aspek kunci dalam pembangunan yang inklusif, karena dapat menurunkan angka pengangguran dan meningkatkan produktivitas masyarakat.³⁸

Lebih jauh, upaya pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan ekonomi memiliki nilai penting dalam membangun kemandirian ekonomi jangka panjang. Zimmerman menyatakan bahwa pemberdayaan adalah suatu proses di mana individu, kelompok, dan komunitas memperoleh kontrol atas kehidupannya, termasuk dalam ranah ekonomi dan sosial.³⁹

Dalam konteks ekonomi lokal, pemberdayaan juga membuka peluang partisipasi aktif masyarakat dalam produksi dan pengambilan keputusan ekonomi. Konsep kesejahteraan ekonomi juga diperkaya melalui

³⁷ Streeten, Paul et al. *First Things First: Meeting Basic Human Needs in the Developing Countries*. New York: Oxford University Press, 1981.

³⁸ Todaro, Michael P., dan Stephen C. Smith. *Economic Development*, 13th ed. Boston: Pearson, 2020.

³⁹ Zimmerman, Marc A. "Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis." In *Handbook of Community Psychology*, edited by Julian Rappaport & Edward Seidman. Boston: Springer, 2000.

perspektif Amartya Sen. Menurutnya, kesejahteraan tidak semata-mata diukur dari jumlah pendapatan, tetapi dari kemampuan (*capability*) seseorang untuk menjalani kehidupan yang bernilai. Pendapatan yang meningkat hanya akan berdampak signifikan apabila digunakan untuk memperluas pilihan hidup, seperti memperoleh pendidikan, kesehatan, pekerjaan yang bermartabat, dan peran dalam masyarakat.⁴⁰

Sementara itu, ekonomi kerakyatan sebagaimana dipahami dari pemikiran Mubyarto, menekankan pada kekuatan ekonomi lokal, pemerataan hasil produksi, dan pelibatan aktif masyarakat dalam kegiatan ekonomi.⁴¹ Sistem ini mendorong pembangunan dari bawah (*bottom-up development*) dan menghindari pemusatan kekayaan hanya pada segelintir pelaku usaha.

Schumacher dalam bukunya *Small is Beautiful* menambahkan bahwa usaha kecil dan menengah, khususnya yang padat karya, memiliki keunggulan dalam menyebarkan manfaat ekonomi secara langsung kepada masyarakat bawah.⁴² Usaha mikro yang bersifat komunitas sangat cocok diterapkan dalam konteks pedesaan karena lebih dekat dengan masyarakat dan memudahkan distribusi manfaat secara merata.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usaha mikro seperti UD. Legong Antik memiliki potensi besar dalam mendukung kesejahteraan masyarakat, baik melalui penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan

⁴⁰ Sen, Amartya. *Development as Freedom*. New York: Knopf, 1999.

⁴¹ □ Mubyarto. *Ekonomi Kerakyatan*. Yogyakarta: BPFE, 1984.

⁴² Schumacher, E.F. *Small is Beautiful: A Study of Economics As If People Mattered*. London: Blond & Briggs, 1973.

pengrajin lokal, peningkatan pendapatan, maupun penerapan nilai-nilai sosial dan religius dalam praktik bisnis sehari-hari.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang sangat kompleks untuk mengevaluasi dan menggambarkan suatu permasalahan melalui identifikasi faktor internal dan eksternal, yakni *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).⁴³ Identifikasi faktor internal meliputi *Strength* (Kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan). Dan Identifikasi eksternal meliputi *Opportunity* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman).

a. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan (*Strengths*) dapat diartikan sebagai berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, baik berupa sumber daya manusia, keterampilan, kemampuan khusus, maupun keunggulan lainnya yang relevan dengan kebutuhan pasar dan lebih unggul dibandingkan pesaing. Kekuatan ini mencakup aspek-aspek yang memberikan keunggulan kompetitif dan menjadi fondasi bagi perusahaan untuk bersaing secara efektif di pasar.⁴⁴

Berikut beberapa item yang dapat diidentifikasi dari kekuatan:

⁴³ Rizki Adityaji, "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya," *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32.

⁴⁴ Universitas Mercu Buana, "Analisis Swot terhadap Strategi Pemasaran Produk Komponen Cableduct pada PT. Pura Mayungan (PME)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 1, no.6 (Juli 2020): 24-25

- 1) Kelebihan yang dimiliki oleh suatu usaha dibandingkan dengan pesaing.
- 2) Identifikasi kompetensi inti (keterampilan dan kemampuan) yang dimiliki oleh usaha tersebut.
- 3) Kekuatan lain yang dimiliki oleh suatu usaha.
- 4) Kondisi sumber daya yang dimiliki suatu usaha.
- 5) Reputasi usaha selama ini.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness (Kelemahan) mengacu pada kondisi di mana suatu usaha tidak memiliki sumber daya yang diperlukan atau menghadapi kendala operasional yang menghambat pencapaian target. Kelemahan ini dapat dianggap sebagai faktor yang merugikan karena dapat mengurangi efektivitas dan efisiensi usaha dalam berkembang. Mengidentifikasi kelemahan sama pentingnya dengan mengenali kekuatan, karena perencanaan strategi yang baik harus mempertimbangkan kedua aspek tersebut. Meskipun kekuatan sering menjadi fokus utama dalam perencanaan, kelemahan juga harus dianalisis agar dapat diminimalkan dan diubah menjadi peluang atau kekuatan baru. Beberapa aspek kelemahan dapat diidentifikasi untuk membantu usaha meningkatkan performa dan daya saingnya.

Berikut beberapa item yang dapat diidentifikasi dari kelemahan:

- 1) Sesuatu yang menjadikan kondisi internal terlihat kurang Baik.

- 2) Perbandingan antara usaha dengan pesaing.
- 3) Sesuatu yang menyebabkan ketidakpuasan dan keluhan karyawan.
- 4) Sesuatu yang menyebabkan ketidakpuasan dan keluhan pelanggan.
- 5) Proses dan aktivitas usaha yang sering bermasalah.

c. *Opportunity* (Peluang)

Opportunity (Peluang) merupakan faktor positif yang memberikan kesempatan untuk suatu usaha berkembang dimana faktor positif tersebut berasal dari lingkungan sekitar. Suatu usaha dapat memanfaatkan peluang dari lingkungan luar tersebut dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk bisa mencapai tujuan yang dapat menguntungkan usaha tersebut. Berikut beberapa item yang dapat diidentifikasi dari peluang:

- 1) Pangsa pasar yang dimiliki oleh suatu usaha.
- 2) Cara baru dalam mendukung aktivitas dan produktivitas dari suatu usaha.
- 3) Pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh usaha tersebut.
- 4) Konsumen pesaing yang tidak puas.
- 5) Faktor eksternal yang memberikan keuntungan bagi usaha tersebut.
- 6) Inovasi baru yang dilakukan oleh usaha tersebut.

d. *Threat* (Ancaman)

Threat (Ancaman) adalah faktor negative yang menjadi penghambat perkembangan suatu usaha dan faktor tersebut berasal dari

lingkungan sekitar.⁴⁵ Dengan adanya ancaman ini dapat mengakibatkan suatu usaha berada dalam bahaya kerugian karena risiko yang ditimbulkan. Adanya ancaman ini juga bisa membuat suatu usaha berjalan kurang efektif dan efisien. Berikut beberapa item yang dapat diidentifikasi dari ancaman:

- 1) Pesaing baru yang akan datang
- 2) Teknologi baru yang digunakan pesaing.
- 3) Jumlah penjualan yang menurun.
- 4) Persaingan harga dan kualitas dari pesaing.
- 5) Pelanggan yang beralih dari produk atau jasa pesaing.
- 6) Keinginan pelanggan yang berubah-ubah.
- 7) Inovasi yang dikembangkan oleh pesaing.

Analisis dilakukan untuk membangun, mempertahankan, serta memanfaatkan kekuatan, memperbaiki dan menghentikan kelemahan, mengoptimalkan peluang, dan meminimalisirkan ancaman pada suatu usaha. Dengan melakukan analisis SWOT suatu usaha dapat menentukan strategi yang tepat untuk masa depan usahanya. Hal ini dikarenakan hasil dari analisis SWOT akan meringkas keadaan dari usaha tersebut saat, dengan demikian strategi bisa disusun dengan tepat.⁴⁶

⁴⁵ Puguh Cahyono, "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan," JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen) 1, no. 2 (2016): 10.

⁴⁶ Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 115

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah metode kualitatif di mana peneliti secara aktif terlibat dalam mengamati dan berinteraksi langsung dengan subjek penelitian dalam skala sosial kecil, sekaligus mempelajari serta memahami budaya dan dinamika yang ada di lingkungan setempat, sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan semua data-data tersebut dianalisis secara induktif. Dalam penelitian lapangan, peneliti secara langsung berinteraksi dan mengamati individu-individu yang menjadi subjek penelitiannya.⁴⁷ Melalui interaksi yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu, baik itu beberapa bulan atau tahun, peneliti mempelajari aspek-aspek penting dari kehidupan subjek, seperti latar belakang hidup mereka, kebiasaan sehari-hari, serta pandangan mereka terkait harapan, ketakutan, dan impian mereka.

Metode ini dipilih oleh penulis karena dianggap efektif dalam memperoleh data aktual dari lapangan selama proses penelitian berlangsung. Setelah data berhasil dikumpulkan, metode ini mendukung analisis yang terstruktur dan sistematis. Penggunaan metode deskriptif dipandang sesuai untuk penelitian

⁴⁷ Fadlun Maros dkk, *Penelitian Lapangan (Field Research)*, (Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2016), 6.

ini karena mempermudah penulis dalam menggambarkan berbagai data dan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber penelitian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso, yang merupakan pusat kegiatan usaha pengolahan kayu oleh UD. Legong Antik. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada peran signifikan usaha kayu di daerah tersebut dalam mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat melalui inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk kayu. Selain itu, peneliti juga akan melakukan pengamatan lapangan serta wawancara dengan masyarakat setempat untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai dampak usaha kayu terhadap perekonomian lokal dan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan ekonomi kreatif di desa tersebut.

C. Subyek Penelitian

Untuk menentukan subyek penelitian supaya mendapatkan data yang valid maka Informasi diperoleh secara langsung dari beberapa masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas UD. Legong Antik baik sebagai mitra usaha maupun pelanggan setia. Subjek utama penelitian ini terdiri dari 4 kategori yaitu, pemilik, karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar. Pemilik usaha UD. Legong Antik yaitu bapak Saliman dan 4 karyawannya. Selain itu, 4 masyarakat setempat yang merasakan dampak ekonomi, baik langsung maupun tidak langsung, dari aktivitas usaha ini juga menjadi bagian dari subjek penelitian. Tidak hanya itu, para pelanggan salah satunya ibu Fat

Subaina dan Ibu Fitriah yang membeli produk kayu dari UD. Legong Antik juga dilibatkan sebagai subjek untuk mendapatkan pandangan mengenai kualitas produk serta dampak usaha terhadap kesejahteraan ekonomi mereka. Melalui wawancara dan observasi langsung, data dari berbagai subjek tersebut akan dianalisis untuk mengukur kontribusi usaha kayu terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Wringin.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode deskriptif dan divalidasi melalui teknik triangulasi.

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung kegiatan atau fenomena yang terjadi di lapangan. Dalam metode ini, peneliti mencatat berbagai hal yang berkaitan dengan objek penelitian, baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur.⁴⁸

Observasi pada penelitian kualitatif merupakan upaya untuk meneliti sebuah objek fenomena perilaku dalam *setting* alamiah atau melakukan penelitian terhadap objek fenomena dalam konteks tempat fenomena tersebut. Hal ini berarti peneliti mengamati langsung fenomena yang

⁴⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 145

terjadi di tempat kejadian, tanpa memanipulasi atau mengubah konteks. Dengan demikian, penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih autentik dan akurat mengenai perilaku yang diamati, sesuai dengan keadaan asli tempat fenomena itu berlangsung. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini sangat baik karena langsung menginformasikan kebenarannya.

Observasi pada penelitian ini dilakukan secara langsung di desa Wringin kabupaten Bondowoso tempat UD. Legong Antik untuk mengamati proses pembuatan produk kayu serta interaksi dengan sebagian pelanggan setia dan masyarakat sekitar. Pengamatan ini juga mencakup analisis dokumentasi visual terkait promosi produk dan respons pelanggan yang relevan. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran mendalam mengenai pengaruh inovasi produk kayu terhadap kesejahteraan masyarakat.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti dan narasumber untuk menggali informasi secara mendalam.⁴⁹ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pemilik dan karyawan UD. Legong Antik yaitu bapak saliman dan istri serta beberapa masyarakat setempat dan pelanggan setia yang memiliki keterlibatan langsung dengan usaha tersebut.

⁴⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2013, 231.

Wawancara bertujuan untuk menggali informasi terkait strategi pengembangan produk kayu, inovasi yang diterapkan, serta dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara mencakup aspek seperti: (1) bagaimana proses pengambilan keputusan dalam menciptakan inovasi produk, (2) strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas dan desain produk kayu, (3) tantangan yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan pasar, (4) peran usaha ini dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, dan (5) bagaimana pandangan pemilik usaha mengenai penerapan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan bisnisnya. Peneliti juga menggunakan pertanyaan terbuka untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas mengenai kontribusi usaha tersebut terhadap perekonomian lokal. Data yang diperoleh melalui wawancara ini akan dianalisis untuk memberikan gambaran nyata mengenai peran UD. Legong Antik dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas produk kayu serta dampak ekonominya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menelaah dan mengumpulkan dokumen atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian, baik berupa foto, laporan, catatan, maupun dokumen resmi lainnya.⁵⁰

⁵⁰ Sugiyono.

Metode dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data tertulis, gambar, dan catatan resmi yang berkaitan dengan pengembangan produk kayu di UD. Legong Antik serta dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat. Dokumentasi yang dikumpulkan mencakup proses produksi, inovasi produk kayu, strategi pemasaran, serta kontribusi usaha ini terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar dan perkembangan bisnis lokal.

E. Analisis Data

Dari hasil data yang diperoleh, maka langkah selanjutnya yakni mengolah data tersebut dengan menganalisis. Berikut tahapan analisis data yang dilakukan oleh peneliti :

1. Kondensasi Data

Pada tahap awal ini, peneliti melakukan proses memilah, merangkum, dan menyusun kembali data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk menyederhanakan data yang masih kompleks agar lebih terfokus pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan tujuan penelitian.⁵¹ Dalam konteks penelitian ini, peneliti akan mengelompokkan informasi berdasarkan beberapa tema penting, seperti bentuk inovasi produk kayu, penerapan nilai-nilai syariah dalam produksi, serta pengaruh inovasi tersebut terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Data yang tidak relevan atau tidak mendukung fokus penelitian akan disisihkan, sehingga

⁵¹ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, ed. ke-3 (California: SAGE Publications, 2014), 20.

hanya informasi penting saja yang dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data dikondensasi, langkah berikutnya adalah menyajikan data dalam bentuk yang lebih sistematis agar mempermudah dalam membaca pola dan hubungan antar informasi. Dalam penelitian ini, data akan ditampilkan berdasarkan tema-tema yang sudah dikelompokkan sebelumnya. Misalnya, kutipan wawancara mengenai strategi produksi dan pemasaran berbasis syariah akan disusun dalam bagian tersendiri, begitu juga dengan dampak sosial dan ekonomi terhadap masyarakat sekitar. Hal ini bertujuan agar pembaca bisa melihat hubungan antara inovasi yang dilakukan oleh UD. Legong Antik dengan perubahan kondisi masyarakat secara lebih jelas.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti mulai memberikan makna pada data yang telah dianalisis. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah jika bukti-bukti baru ditemukan selama proses pengumpulan data. Peneliti akan terus memverifikasi dan menguji kesimpulan ini seiring dengan berjalannya proses penelitian. Pada akhirnya, kesimpulan yang diambil dapat menjawab pertanyaan penelitian atau memberikan pemahaman baru terhadap fenomena yang dikaji.⁵²

⁵² Sugiyono.

F. Keabsahan Data

Berbagai metode dapat digunakan untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian, dan dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menguji kredibilitas dengan teknik triangulasi. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber, menggunakan metode yang berbeda, dan dilakukan dalam waktu yang bervariasi. Dengan demikian, triangulasi ini meliputi triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Pada triangulasi sumber, data diperiksa melalui berbagai sumber untuk memperoleh hasil yang lebih akurat. Triangulasi teknik menguji data dari satu sumber menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda. Sementara itu, triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan observasi pada waktu atau situasi yang berbeda-beda agar memperoleh hasil yang lebih valid.⁵³

G. Tahap-tahap Penelitian

Pada penelitian ini tahapan-tahapan penelitian dimulai dari tahap pendahuluan, tahap penentuan rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, tahap pengumpulan data, tahap analisis, tahap pembahasan, tahap penarikan kesimpulan, dan tahap pembuatan laporan.

1. Tahap Pendahuluan

Penelitian ini diawali dengan pencarian beberapa pustaka yang berkaitan dengan penelitian berupa penelitian terdahulu yang telah menemukan hasil untuk dijadikan dasar teori. Pada tahap ini juga

⁵³ Sugiyono.

dilakukan wawancara dan identifikasi masalah. Topik yang dibahas dalam wawancara ialah strategi dan inovasi pengembangan produk kayu yang dibuat dan peran UD. Legong Antik dalam mendukung kesejahteraan masyarakat Wringin.

2. Tahap Penentuan Masalah dan Tujuan

Selanjutnya dilakukan tahap untuk menentukan rumusan masalah yang ditemukan pada hasil wawancara dan tujuan yang akan dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang ditentukan.

3. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti akan mengumpulkan data melalui dua metode, yakni wawancara dan observasi.

4. Tahap Analisis dan Pembahasan

Tahap analisis dilakukan untuk mengevaluasi potensi inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk kayu yang dilakukan oleh UD. Legong Antik, serta dampaknya terhadap kesejahteraan dan perekonomian masyarakat setempat. Lalu kemudian pada tahap pembahasan akan membahas bagaimana strategi inovasi produk kayu ini dapat meminimalisir hambatan dan mendorong peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Wringin. Pembahasan ini akan dikaitkan dengan perspektif ekonomi Islam, untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diterapkan dalam pengelolaan usaha kayu dan upaya peningkatan kesejahteraan komunitas setempat.

5. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan utama dalam tahap ini, ditarik kesimpulan dari semua analisis dan pembahasan mengenai inovasi pengembangan produk kayu berbasis syariah di UD. Legong Antik dan peran UD. Legong Antik dalam meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi masyarakat Wringin. Selain itu, hasil kajian ini juga akan mengevaluasi bagaimana strategi bisnis UD. Legong Antik selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, serta dampaknya terhadap perkembangan ekonomi masyarakat Desa Wringin secara berkelanjutan.

6. Tahap Penulisan Laporan

Guna untuk memudahkan dalam penulisan laporan penelitian, peneliti membagi menjadi lima bab, sebagai berikut :

a. Bab I: Pendahuluan

Pendahuluan berisi latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

b. Bab II: Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori

Tinjauan pustaka berisi penjelasan mengenai penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Dasar teori juga disajikan dari buku dan beberapa jurnal penelitian yang berkaitan dengan penelitian penulis.

c. Bab III: Metode Penelitian

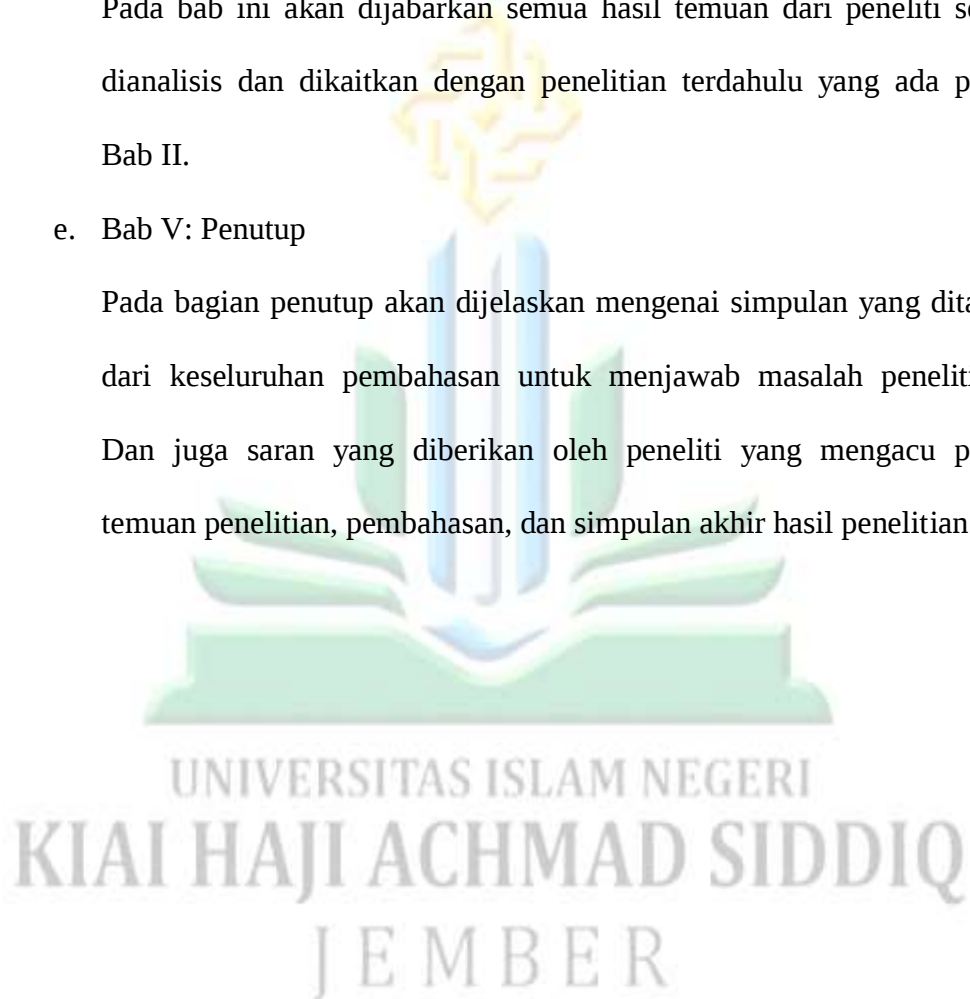
Metode penelitian merupakan tahapan yang dilaksanakan dari permulaan penelitian sampai akhir yang merujuk pada kesimpulan akhir dan saran.

d. Bab IV: Penyajian Data dan Analisis

Pada bab ini akan dijabarkan semua hasil temuan dari peneliti serta dianalisis dan dikaitkan dengan penelitian terdahulu yang ada pada Bab II.

e. Bab V: Penutup

Pada bagian penutup akan dijelaskan mengenai simpulan yang ditarik dari keseluruhan pembahasan untuk menjawab masalah penelitian. Dan juga saran yang diberikan oleh peneliti yang mengacu pada temuan penelitian, pembahasan, dan simpulan akhir hasil penelitian.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya UD. Legong Antik

UD. Legong Antik didirikan oleh Bapak Saliman pada tahun 2012. Usaha ini awalnya berdiri sebagai bisnis kecil-kecilan yang memproduksi kayu untuk kebutuhan lokal di Desa Wringin. Dengan pengalaman dan keahlian yang dimiliki, UD. Legong Antik mulai mengembangkan berbagai jenis produk kayu dari jenis kayu Jati, kayu Bengkirai, dan kayu Kamper yang memiliki nilai estetika tinggi, seperti kursi, meja, bahkan kayu untuk pembangunan rumah lainnya. Bapak Saliman menjelaskan bahwa tujuan awal usaha ini adalah untuk memanfaatkan sumber daya kayu yang melimpah di sekitar desa serta menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat.⁵⁴

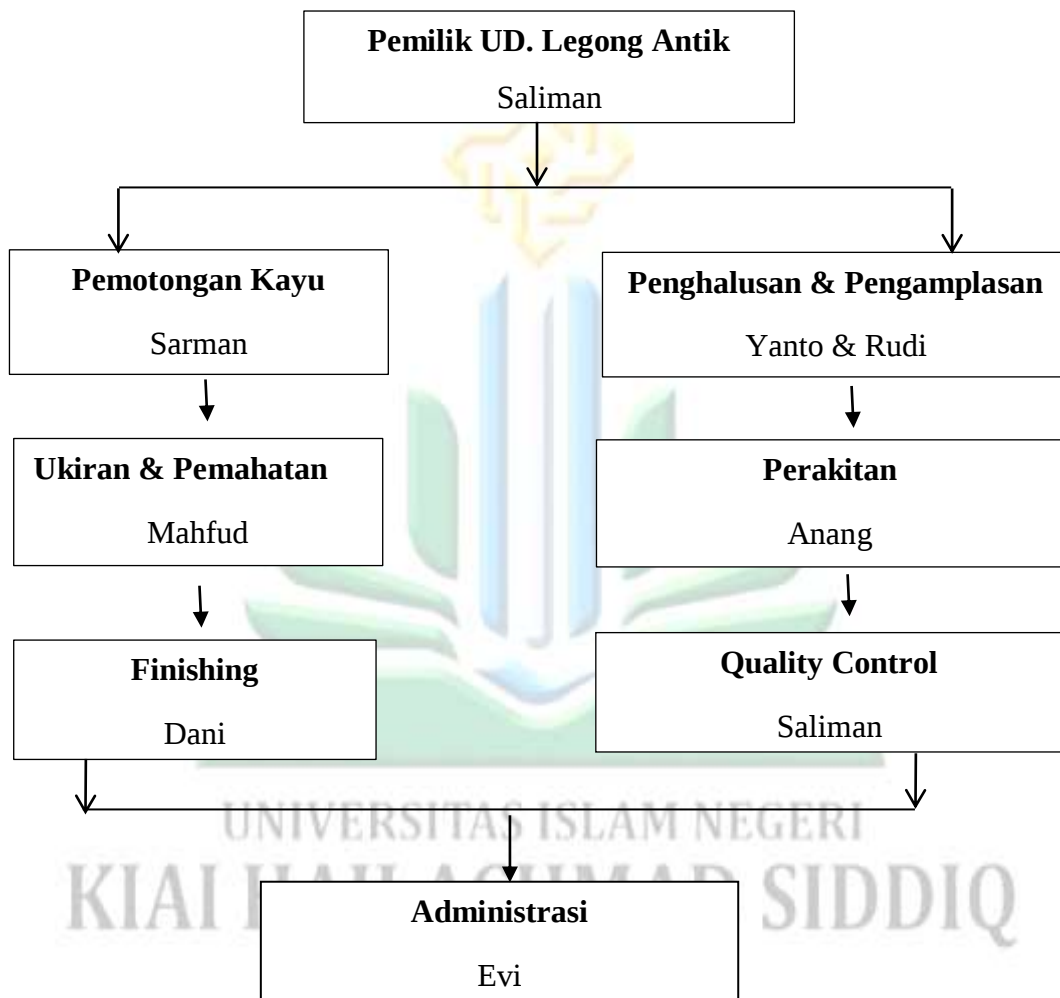
Seiring berjalannya waktu, UD. Legong Antik mulai dikenal di pasar lokal karena kualitas produknya yang unggul dan pengerjaan yang teliti. Menurut wawancara dengan pemilik, inovasi terus menjadi fokus utama dalam pengembangan usaha. Mereka tidak hanya mempertahankan nilai tradisional dalam desain, tetapi juga menyesuaikan produk dengan kebutuhan, permintaan konsumen dan tren pasar modern. Kini, UD. Legong Antik tidak hanya melayani permintaan lokal, tetapi juga telah menambah pasar luar daerah, seperti Bali menjadikannya salah satu usaha

⁵⁴ Saliman, diwawancarai oleh penulis, 14 Februari 2025.

yang berkontribusi besar terhadap perekonomian masyarakat di Desa Wringin.⁵⁵

2. Struktur UD. Legong Antik

Tabel 4.1



Sumber; UD. Legong Antik Wringin

3. Jobdesk Karyawan UD. Legong Antik

UD. Legong Antik dikelola langsung oleh pemilik usaha yaitu Bapak Saliman, yang merupakan warga asli Desa Wringin. Dalam

⁵⁵ Saliman, Diwawancarai oleh Penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025.

menjalankan usaha mebel kayu, Bapak Saliman tidak bekerja sendiri. Beliau dibantu oleh beberapa karyawan yang merupakan tetangga atau warga desa setempat. Hal ini dilakukan sebagai bentuk kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar serta menjaga kedekatan dan kepercayaan antar sesama.⁵⁶

Dalam wawancara yang dilakukan, Bapak saliman juga menjelaskan bahwa meskipun beliau sebagai pemilik, beliau tetap terlibat aktif dalam proses produksi. Beliau bertanggung jawab terhadap pengawasan jalannya produksi, menjaga kualitas hasil kerja, serta mengambil keputusan-keputusan penting yang berkaitan dengan pengadaan bahan, pemasaran, hingga pengembangan usaha ke depan.

a. Bagian Pemotongan Kayu

Tugas utamanya adalah memotong kayu sesuai dengan ukuran dan desain produk yang akan dibuat. Proses pemotongan dilakukan menggunakan mesin gergaji agar lebih efisien dan presisi.

b. Bagian Penghalusan dan Pengamplasan

Bertugas untuk menghaluskan permukaan kayu menggunakan mesin serut serta melakukan pengamplasan. Proses ini penting agar permukaan kayu rata, halus, dan siap diproses ke tahap selanjutnya.

⁵⁶ Saliman, Diwawancarai oleh Penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025..

c. Bagian Ukiran dan Pemahatan

Bertanggung jawab membuat ukiran dan detail ornamen kayu sesuai dengan permintaan desain. Proses ukiran dilakukan secara manual dengan alat pahat tradisional.

d. Bagian Perakitan

Bertugas menyusun dan menyatukan seluruh komponen kayu menjadi satu kesatuan produk mebel yang utuh. Ia memastikan setiap sambungan kuat dan sesuai dengan desain awal.⁵⁷

e. Bagian Finishing

Bertugas memberikan sentuhan akhir pada produk mebel, seperti pelapisan cat, pelitur, atau vernis. Tahap ini bertujuan untuk memperindah tampilan produk sekaligus melindungi permukaan kayu dari kerusakan.

f. Bagian Quality Control (QC)

Proses kontrol kualitas dilakukan langsung oleh Bapak Saliman. Beliau memeriksa setiap produk sebelum dikirim ke konsumen untuk memastikan bahwa hasil akhir sudah sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan.

g. Bagian Administrasi dan Pencatatan

Bagian administrasi dan pencatatan dikelola oleh Ibu Evi, istri dari Bapak Saliman. Beliau bertanggung jawab atas pencatatan transaksi

⁵⁷ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025.

keuangan, pengelolaan stok bahan baku, serta membantu komunikasi dengan pelanggan dan pemasok.

4. Perkembangan Usaha UD. Legong Antik

UD. Legong Antik merupakan salah satu pelaku usaha mebel kayu yang berlokasi di Desa Wringin. Usaha ini bergerak di bidang produksi furniture berbahan dasar kayu bekas, khususnya kayu jati, bengkirai, dan kamper dari rumah-rumah kuno. Selain mengedepankan nilai-nilai kreativitas dan inovasi, usaha ini juga mengedepankan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas usahanya.

Usaha ini dirintis sejak tahun 2012 oleh pemilik yang memang memiliki keterampilan di bidang pertukangan kayu. Pada awalnya, usaha ini dimulai dari kegiatan mencari kayu bekas ke desa-desa, kemudian diolah menjadi produk mebel sesuai permintaan pasar. Seiring berjalannya waktu, produk yang dihasilkan mendapat respon positif dari masyarakat dan mengalami peningkatan permintaan hingga menembus pasar luar kota dan luar provinsi seperti Bali.

Motivasi utama pendirian usaha ini berawal dari keresahan pemilik yang tidak memiliki pekerjaan tetap, namun memiliki keahlian dalam mengolah kayu. Dengan modal keterampilan tersebut, ia mulai mengembangkan usaha secara bertahap hingga akhirnya dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

B. Penyajian dan Analisis Data

1. Strategi Inovasi Produk Kayu yang dilakukan oleh UD. Legong Antik

Inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk perubahan baru yang bertujuan untuk menciptakan perbaikan atau peningkatan. Inovasi ini berperan penting karena berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan produk di pasar. Inovasi produk adalah kegiatan untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang telah ada. Inovasi produk memberikan nilai tambah yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pemasaran produk.⁵⁸ Terdapat tiga indikator utama dalam inovasi produk yaitu:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu produk yang memenuhi harapan konsumen dan standar yang ditetapkan oleh produsen. Produk yang berkualitas tinggi mampu memberikan kepuasan lebih kepada konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi merek. Dalam wawancara dengan pemilik, beliau mengatakan:

“Di sini yang paling utama kualitasnya, Mbak. Orang kan mandang produk dari gambar atau foto, kalau nggak sesuai ya gimana? Makanya, kami pastikan kualitasnya bagus, mulai dari kayunya, proses pembuatannya, hingga finishingnya.”⁵⁹

Di dukung oleh perkataan salah satu karyawan UD. Legong

Antik yang menyampaikan:

⁵⁸ Diah Ayu Mustika, dkk., “Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran (Pada Sentra Industri Kerajinan Kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar),” *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 13, No. 2 (2018), 86.

⁵⁹ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025.

“Kami nggak pernah terburu-buru dalam proses pengerjaan, karena hasil yang baik butuh waktu. Kalau kualitasnya jelek, pelanggan bisa kecewa dan itu nggak baik untuk nama usaha kami”⁶⁰

Di perkuat oleh Salah satu pelanggan UD. Legong Antik yang mengatakan:

“Saya sudah beberapa kali pesan di sini, karena memang kualitas Kayunya kuat, rapi pengerjaannya, dan sesuai dengan yang ditampilkan di foto. Nggak pernah mengecewakan. Kalau kualitasnya jelek, saya pasti cari tempat lain”⁶¹

Pelanggan lain yaitu ibu Alfino juga mengatakan:

“Produk nya bukan cuma kuat dan tahan lama, tapi juga harus enak dilihat cantik. saya suka desainnya, bukan hanya desainnya bagus tapi kualitasnya ga mengecewakan, soalnya banyak mebel- mebel lain biasanya desain bagus tapi kualitasnya ga sesuai.”⁶²

Hasil wawancara menunjukkan kualitas menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali membeli. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen UD. Legong Antik terhadap mutu atau kualitas produk tidak hanya berdampak pada transaksi sesaat, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang antara produsen dan konsumen. Dengan reputasi yang terjaga baik, usaha ini dapat mempertahankan bahkan memperluas pasar melalui rekomendasi dari pelanggan yang puas.

b. Variasi Produk

Variasi produk adalah perbedaan dalam jenis, bentuk, atau fitur dari produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Variasi ini

⁶⁰ Dani, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

⁶¹ Baina, diwawancarai oleh penulis, Situbondo 21Februari 2025.

⁶² Alfino, diwawancarai oleh penulis, Situbondo 25 Februari 2025.

bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam dan memberikan pilihan lebih banyak untuk mereka. Dengan adanya variasi produk, konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka, baik dalam hal desain, ukuran, harga, maupun fungsionalitas. Dalam wawancaranya bapak saliman menyatakan:

“Kami buat banyak macam produk, dari rumah joglo, meja, kursi, lemari, sampai hiasan dinding. Jadi orang bisa pilih sesuai kebutuhan. Kadang malah ada yang minta custom, ya kita layani.”⁶³

Seorang pelanggan juga mengatakan:

“Saya suka belanja di sini karena pilihannya banyak. bisa request dan sesuai dengan apa yang di request.”⁶⁴

Pelanggan yang lain mengatakan:

“Modelnya macam- macam, biasanya di kasi tau lewat WA, dikirim foto-fotonya jadi enak tidak bingung buat pilih variasi”⁶⁵

Hasil wawancara menunjukkan bahwa selain kualitas, variasi produk juga menjadi nilai tambah dari usaha ini. Dengan menawarkan berbagai jenis produk—mulai dari perabotan besar hingga dekorasi rumah—UD. Legong Antik mampu menjangkau lebih banyak konsumen dengan selera dan kebutuhan yang berbeda-beda.

c. Desain Produk

Desain produk adalah cara produk dirancang, baik dari segi bentuk, fungsi, hingga estetika, yang bertujuan untuk meningkatkan

⁶³ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025.

⁶⁴ Fitriah, diwawancarai oleh penulis, Situbondo 25 Februari 2025.

⁶⁵ Alfino, diwawancarai oleh penulis, Situbondo 25 Februari 2025.

pengalaman pengguna. Desain yang baik tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memperhatikan kenyamanan dan kemudahan penggunaan produk. Dalam wawancara kepada salah satu karyawan UD. Legong Antik bagian ukiran dan pemahatan yaitu bapak mahfud mengatakan:

“Desain itu jadi daya tarik pertama. Banyak pelanggan tertarik karena lihat modelnya unik dan jarang ada di tempat lain. Kami buat desain yang khas, tapi tetap menyesuaikan selera pasar.”⁶⁶

Karyawan lainnya juga mengatakan:

“Desain itu nggak boleh asal-asalan. Harus pas ukurannya, pola ukirannya juga harus simetris. Kadang kita butuh waktu lebih buat nyelesain satu produk, tapi hasilnya pasti lebih memuaskan.”⁶⁷

Desain produk menjadi daya tarik tersendiri. Banyak pelanggan tertarik karena desainnya yang unik dan khas, namun tetap mengikuti tren. Sentuhan seni dalam setiap produk membuatnya tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika.

Salah satu pelanggan mengatakan:

“Saya pertama kalinya beli disini, tau dari teman katanya kualitasnya bagus, dan juga bisa pilih model bentukannya kayak mana, alhamdulillah pas barang datang sesuai seperti yang saya pesan.”⁶⁸

Hasil wawancara menunjukkan perhatian terhadap detail ukiran dan komposisi desain menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan tidak dibuat asal-asalan, melainkan melalui proses yang penuh pertimbangan. Desain yang menarik menjadi pintu masuk bagi

⁶⁶ Mahfud, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

⁶⁷ Anang, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

⁶⁸ Sa, diwawancarai oleh penulis, Situbondo 25 Februari 2025.

pelanggan baru, dan kualitas yang baik membuat mereka tetap bertahan.

Dalam filosofinya, ekonomi Islam memiliki beberapa prinsip dasar yang menjadi landasan dalam aktivitas ekonomi, di antaranya yaitu prinsip tauhid, akhlak, keseimbangan (tawazun), kebebasan individu yang bertanggung jawab, dan prinsip keadilan.

Pada usaha UD. Legong Antik, prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam cara pemilik mengelola usaha. Misalnya, prinsip tauhid terlihat dari niat usaha yang dijalankan sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab moral, bukan semata-mata mencari keuntungan. Hal ini juga tampak dari keterlibatan pemilik dalam menjaga kejujuran transaksi dan kehalalan usaha, termasuk dalam memilih bahan baku yang berkualitas dan sah digunakan.

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid dalam ekonomi syariah berangkat dari keyakinan bahwa segala sesuatu yang ada di bumi merupakan ciptaan Allah SWT. Manusia tidak memiliki kepemilikan mutlak atas sumber daya tersebut, melainkan hanya sebagai amanah untuk mengelola, menjaga, dan memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya sesuai dengan petunjuk-Nya. Pemahaman ini juga terlihat dalam praktik usaha yang dijalankan oleh pemilik UD. Legong Antik.

Dalam wawancaranya Bapak Saliman menyatakan,

"Kalau saya pribadi, semua ini cuma titipan. Rezeki itu datangnya dari Allah, kita cuma usaha aja. Saya kerja juga

niatnya ibadah, jadi harus jujur, gak boleh akal-akalan sama kayu atau sama pembeli."⁶⁹



Gambar 4.1
Wawancara dengan Pemilik UD. Legong Antik.

Pernyataan tersebut mencerminkan adanya penerapan prinsip tauhid dalam menjalankan aktivitas usaha. Pemilik menyadari bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya bergantung pada kerja keras manusia, tetapi juga melibatkan kehendak dan pertolongan dari Allah SWT. Keyakinan ini kemudian diterapkan dalam sikap sehari-hari, seperti menjaga kejujuran dalam proses produksi, tidak mengurangi kualitas bahan, serta memperlakukan pelanggan dan pekerja dengan adil.

⁶⁹ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025.

Dengan adanya kesadaran bahwa usaha hanyalah bagian dari ikhtiar, sementara hasil akhir sepenuhnya merupakan ketetapan Allah, maka pelaku usaha senantiasa menjaga nilai-nilai spiritual dalam kegiatan bisnis. Hal ini menunjukkan terdapat sisi dari prinsip tauhid yang diterapkan.

b. Prinsip Akhlak

Prinsip ini merujuk pada akhlak para nabi dan rasul yang mencerminkan sifat *shiddiq* (jujur), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fathanah* (cerdas). Bapak Saliman selaku pemilik UD. Legong antik menjelaskan dalam wawancaranya:

“Kami selalu berusaha menjaga kepercayaan konsumen dengan bersikap jujur, terbuka, dan amanah dalam menjalankan usaha. Apalagi karena produk kami bersifat pesanan khusus dan memerlukan waktu produksi yang cukup lama, jadi komunikasi dan transparansi menjadi hal utama agar pelanggan tetap merasa tenang dan percaya.”⁷⁰

Pernyataan tersebut diperkuat oleh salah satu pelanggan UD. Legong Antik (ibu Fitriah) yang mengatakan:

“Saya merasa usaha ini sangat bisa dipercaya. Pemiliknya komunikatif, selalu memberikan kabar mengenai proses pengerjaan, mulai dari awal produksi sampai pengiriman. Itu membuat saya merasa aman dan nyaman sebagai konsumen.”⁷¹

⁷⁰ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025.

⁷¹ Fitriah, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 25 Februari 2025..



Gambar 4.2
Wawancara dengan Pelanggan UD. Legong Antik.

Selain itu, Ibu Alfino juga menambahkan:

“Saya tertarik karena mereka pakai bahan dari rumah-rumah kuno yang berbeda dari mebel lainnya, jadi kesannya lebih antik dan punya nilai tersendiri. Tapi harus benar-benar teliti dan berpengalaman, soalnya kalau salah pilih bahan atau kurang rapi, hasilnya bisa nggak sesuai yang saya harapkan”⁷²

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa UD. Legong Antik telah menerapkan prinsip-prinsip akhlak dalam menjalankan usahanya. Kejujuran, amanah, serta kemampuan dalam berkomunikasi dan mengelola proses produksi secara profesional menjadi bagian penting dalam membangun

⁷² Alfino, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 25 Februari 2025..

kepercayaan pelanggan. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa usaha ini secara aktif memberikan informasi kepada pelanggan mengenai progres pengerjaan melalui foto dan video yang dikirim secara berkala melalui WhatsApp atau media komunikasi lainnya. Hal ini menunjukkan adanya komitmen dalam menjaga transparansi dan keterbukaan informasi kepada konsumen.⁷³

c. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan ini tidak hanya berkaitan dengan kepentingan dunia dan akhirat, melainkan juga mencakup keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan bersama, serta keseimbangan antara hak dan kewajiban. Dalam wawancara yang dilakukan dengan pemilik UD. Legong Antik beliau menyatakan:

“Usaha ini bukan hanya untuk kepentingan pribadi atau keluarga saja, tapi juga untuk membantu masyarakat sekitar, terutama para pengrajin lokal agar tetap memiliki lapangan pekerjaan. Selain itu, kami juga ingin memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menerima pesanan sesuai keinginan mereka.”⁷⁴

Salah satu pelanggan juga menyampaikan:

“Saya suka karena bisa pesan sesuai motif yang saya mau, dan mereka juga telaten jelasin jenis-jenis kayu apa aja. Jadi saya merasa dilibatkan, nggak cuma beli barang jadi aja.”⁷⁵

Salah satu pelanggan juga memperkuat, Ibu Baina menyampaikan:

⁷³ Observasi di UD. Legong Antik Bondowoso, 7 Februari 2025.

⁷⁴ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025..

⁷⁵ Fitriah, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 25 Februari 2025.

“Waktu saya tanya-tanya lewat WA, ngejelasinnya rinci, padahal saya belum fix mau beli atau tidak. Mereka kirim contoh model dan foto-foto produk lewat WA juga, soalnya mereka nggak pakai media sosial. Tapi tetap dilayani dengan ramah jadinya saya tau model yang paling diminati seperti apa itu yang bikin saya yakin buat pesan di sana.”⁷⁶

Hasil wawancara menunjukkan bahwa UD. Legong Antik telah menerapkan prinsip keseimbangan, di mana orientasi usaha tidak hanya ditujukan untuk keuntungan pribadi, namun juga untuk kemaslahatan orang lain, baik itu tenaga kerja lokal maupun konsumen dan juga memperlihatkan bahwa UD. Legong Antik sering kali menyesuaikan produksi sesuai permintaan spesifik dari pelanggan, bahkan jika pesanan tersebut berbeda dari produk yang umumnya tersedia. Selain itu, pemilik usaha dengan sabar dan ramah memberikan penjelasan kepada calon pembeli terkait proses pemesanan, jenis kayu, serta estimasi waktu pengerjaan. Komunikasi ini umumnya dilakukan melalui pesan singkat maupun panggilan langsung untuk memastikan pelanggan merasa dilayani dengan baik dan informatif.⁷⁷

d. Prinsip Kebebasan Individu

Kebebasan dalam aktivitas ekonomi merupakan bagian dari prinsip tanggung jawab individu dalam menjalankan usahanya. Dalam praktiknya, kebebasan ini tidak berarti tanpa batas, melainkan diiringi oleh kesadaran akan tanggung jawab terhadap

⁷⁶ Baina, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 21 Februari 2025.

⁷⁷ Observasi di UD. Legong Antik Bondowoso, 17 Februari 2025

setiap keputusan dan tindakan yang diambil. Dalam wawancara dengan pemilik UD. Legong Antik, beliau menyampaikan:

“Sejak awal merintis usaha ini, saya dan keluarga sudah sepakat bahwa tanggung jawab adalah hal yang paling utama. Mulai dari proses memilih bahan, produksi, sampai pengiriman ke pelanggan, semua harus benar-benar kami perhatikan agar tidak mengecewakan.”⁷⁸

Pernyataan tersebut juga didukung oleh salah satu pelanggan UD. Legong Antik (Ibu Baina) menyatakan:

“Saya sudah beberapa kali memesan produk di sini, dan semuanya sesuai dengan harapan saya. Dari situ terlihat kalau usaha ini memang dijalankan dengan penuh tanggung jawab.”⁷⁹

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh salah satu karyawan UD. Legong Antik, Bapak Sarman menyatakan:

“Di sini kami dikasih kebebasan buat ngembangin ide, apalagi kalau ada pesanan yang modelnya beda dari biasanya. Selama sesuai sama arahan dan tetap jaga kualitas, kami dipercaya buat kerjakan dengan cara kami sendiri. Jadi rasanya kerja juga lebih nyaman dan dihargai.”⁸⁰

Dari hasil wawancara bahwa UD. Legong Antik menerapkan prinsip kebebasan individu dalam berusaha, namun kebebasan tersebut dijalankan dengan penuh tanggung jawab. Hal ini juga diperkuat oleh hasil observasi, di mana pemilik usaha secara aktif memantau setiap tahapan produksi, memastikan kualitas ukiran dan bahan baku tetap terjaga, serta memberikan laporan secara berkala kepada pelanggan. Komitmen ini

⁷⁸ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 12 Januari 2025

⁷⁹ Baina, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 21 Februari 2025.

⁸⁰ Sarman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

mencerminkan tanggung jawab yang tidak hanya terbatas pada penyelesaian produk, tetapi juga terhadap kepuasan konsumen secara menyeluruh.

e. Prinsip Keadilan

Rasulullah SAW mengajarkan bahwa segala bentuk transaksi perdagangan harus dilandasi dengan prinsip keadilan dan kesetaraan antar pihak, melarang praktik jual beli yang merugikan salah satu pihak atau berpotensi menimbulkan perselisihan. Dalam wawancaranya pemilik UD. Legong Antik, mengatakan:

“Dalam menentukan harga produk, kami selalu menyesuaikan dengan harga bahan baku kayu yang kami ambil langsung dari pemasok, ditambah biaya tenaga kerja dan operasional lainnya. Kami juga berusaha tidak mematok harga terlalu tinggi agar pelanggan tetap merasa puas dengan kualitas dan harganya.”⁸¹

Hal tersebut diperkuat oleh salah satu pelanggan UD.

Legong Antik yang mengatakan:

“Harga yang ditawarkan cukup masuk akal dengan kualitas produk yang saya terima. Bahkan kadang pemiliknya memberi saran pilihan bahan yang lebih terjangkau kalau budget saya terbatas, tapi tetap bagus hasilnya.”⁸²

Hal tersebut juga didukung oleh salah satu karyawan UD.

Legong Antik yang mengatakan:

“Pembagian kerja di sini cukup adil. Kalau ada pesanan besar, biasanya dibagi rata biar semua bagian pekerjaan dan penghasilan. Pemilik juga terbuka soal upah, jadi kami merasa dihargai dan nggak ada yang berat sebelah.”⁸³

⁸¹Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Februari 2025.

⁸²Junaipa, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 21 Februari 2025.

⁸³Yanto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa UD. Legong Antik telah menerapkan prinsip keadilan dalam praktik jual belinya, khususnya dalam penetapan harga yang tidak memberatkan konsumen. Dari hasil observasi peneliti, juga terlihat bahwa pemilik usaha sering kali melakukan pengecekan harga bahan baku secara langsung di lapangan dan menyesuaikannya dengan kondisi pasar. Tidak jarang pula pemilik menyarankan alternatif desain atau jenis kayu kepada pelanggan agar produk tetap sesuai dengan keinginan tanpa melebihi anggaran yang ditentukan.

2. Peran UD. Legong Antik dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Wringin.

UD. Legong Antik yang berada di Kecamatan Wringin, Kabupaten Bondowoso, merupakan salah satu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang fokus pada produk kayu mebel. Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, pekerja, serta masyarakat sekitar, diperoleh data bahwa keberadaan UD. Legong Antik memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Beberapa data utama yang berhasil dikumpulkan dari hasil observasi pada UD. Legong Antik.

a. Peningkatan Lapangan Kerja

UD. Legong Antik mempekerjakan kurang lebih 8 orang dari lingkungan sekitar, baik secara langsung sebagai pengrajin maupun tidak langsung dalam proses distribusi dan pemasaran. Sebagian besar

karyawan merupakan warga asli Wringin. Dalam Wawancaranya dgn salah satu karyawan senior UD. Legong Antik mengatakan:

“Saya udah kerja di sini hampir 13 tahun. Dulu nganggur lama, susah nyari kerja karna Faktor umur. Pas denger-denger disini dibutuhkan orang yg bisa memotong kayu jadi saya langsung daftar. Kerjaannya jelas, gajinya juga lumayan buat kebutuhan rumah.”⁸⁴

Salah satu masyarakat juga menyatakan:

*“Reng oreng se alakoh reng dinnak an kabbi bing, mun tak kaleroh 8 oreng.” (Orang-orang yang kerja di sini kebanyakan orang kampung sendiri, nduk. Ya saudara, tetangga juga ada. Kalau nggak salah sih totalnya ada delapan orang).*⁸⁵

Masyarakat lain juga menyatakan:

“Neng kalakoanna saliman ro naremah det ngodeten se ndek alakoa, ye eajeri kadek tak pas langsung tao, keng kadeng det ngodetenna san lah penter ngalle ka kalakoanna selaen.” (ditempat kerja Saliman nerima anak muda yang mau bekerja, awalnya di ajari ga langsung bisa, tapi pas udah pinter malah pindah ke tempat kerja yang lain).⁸⁶

Hasil wawancara bahwa UD. Legong Antik terbukti telah memberikan kontribusi nyata dalam membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, khususnya warga Desa Wringin. Usaha ini mempekerjakan sekitar delapan orang, baik secara langsung sebagai pengrajin maupun tidak langsung dalam kegiatan distribusi dan pemasaran. Sebagian besar tenaga kerja merupakan warga lokal, yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan.

⁸⁴ Sarman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

⁸⁵ Fatma, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

⁸⁶ Halili, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

b. Pemberdayaan Pengrajin Lokal

Usaha ini memberikan pelatihan dasar pengolahan kayu serta mengajarkan inovasi desain berbasis nilai budaya dan syariah. Hal ini menjadikan para pekerja tidak hanya mendapatkan penghasilan, tetapi juga keterampilan yang bisa dikembangkan secara mandiri. Dalam Wawancaranya dgn salah satu karyawan UD. Long Antik (Yanto) mengatakan:

“Enaknya kerja disini itu walaupun kita belum fasih *alalakon* (mengerjakan) kita dikasi arahan kayak pelatihan jadi lama-lama tau sendiri.”⁸⁷

Masyarakat Wringin juga mendukung, salah satunya dari Pak Aziz yang mengatakan:

“Saya lihat sendiri beberapa orang sini yang dulu nganggur, sekarang kerja di Legong Antik. Ada yang awalnya cuma bantu-bantu, tapi lama-lama jadi bisa ngerjain sendiri. Menurut saya itu bagus, soalnya usaha ini bukan cuma cari untung, tapi juga ngajarin orang buat punya keterampilan.”⁸⁸

Masyarakat lain juga menyatakan:

“Yang saya suka dari usaha ini, mereka nggak pilih-pilih orang. Siapa aja yang niat *belajar*, dikasih kesempatan, jadi bukan cuma soal kayu dan ukiran, tapi juga sikap kerja.”⁸⁹

Hasil wawancara ini menguatkan bahwa usaha ini tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berdampak sosial dengan mengurangi pengangguran. Proses pengembangan keterampilan dari nol yang dialami oleh masyarakat setempat

⁸⁷ Yanto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

⁸⁸ Aziz, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

⁸⁹ Sukarti, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

menunjukkan bahwa usaha ini telah menjadi sarana peningkatan kapasitas sumber daya manusia lokal.

c. Pertumbuhan Pendapatan Masyarakat

Rata-rata penghasilan karyawan meningkat 20–30% sejak bergabung dengan UD. Legong Antik. Selain itu, warga yang tidak terlibat langsung juga memperoleh manfaat melalui kegiatan ekonomi turunan seperti penyediaan bahan baku, makanan untuk pekerja, serta jasa transportasi. Dalam wawancara dengan salah satu masyarakat Wringin mengatakan:

“Saya nggak kerja langsung di sana, tapi saya masak buat karyawan-karyawan sana. Lumayan tiap hari pesen makan. Jadi ada pemasukan juga buat saya.”⁹⁰

Salah satu masyarakat juga menyatakan dalam wawancaranya:

“Saya bukan karyawan sana, tapi pak Saliman sering pesan kayu, apalagi pas permintaan lebih banyak, jadi saya juga dapat penghasilan lebih.”⁹¹

Masyarakat lain juga menyatakan:

“Sering slametan disana, bukan hanya untuk karyawan tetangga juga meloh berkah sama jajannya karna ikut diundang”⁹²

Dari hasil wawancara UD. Legong Antik tidak hanya memberikan kontribusi kepada karyawan melainkan kepada masyarakat sekitar (Wringin) juga memberikan kontribusi dengan membeli dagangan seperti nasi, air, dan lain-lain.

⁹⁰ Mamiyah, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

⁹¹ Supyan, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

⁹² Andi, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

d. Penerapan Nilai-Nilai Syariah dalam Bisnis

Sistem kerja yang diterapkan tidak hanya mengejar profit, namun juga memperhatikan nilai keadilan, kejujuran, dan keseimbangan. Bagi hasil yang adil, tidak adanya riba, serta pendekatan spiritual dalam proses produksi menjadi karakteristik khas dari usaha ini.

1) Nilai Keadilan

Keadilan dalam bisnis berarti adanya perlakuan yang setara bagi seluruh pihak, baik dalam sistem bagi hasil, pembagian tugas, maupun kesempatan berkembang. Tidak ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi, dan semua pihak diberikan hak yang proporsional sesuai kontribusinya. Dalam wawancaranya pemilik menyatakan:

“Saya nggak mau usaha ini cuma enakya di saya saja. Yang kerja juga harus ngerasain hasilnya. Makanya kami pakai sistem bagi hasil yang disepakati dari awal, biar sama-sama enak.”⁹³

Dari sisi salah satu karyawan, menyampaikan hal serupa:

“Kita kalau ngerjain produk, udah jelas pembagiannya berapa. Nggak pernah ada yang ditutup-tutupi. Jadi merasa tenang juga, nggak was-was.”⁹⁴

Sementara itu, menurut warga sekitar seperti Pak Aziz menyatakan:

⁹³ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Februari 2025.

⁹⁴ Yanto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

“Yang saya tahu, di situ kalau ada order besar, yang kerja lebih banyak juga dapat tambahan. Nggak dibeda-bedain. Yang penting kerja bener, hasilnya pun dibagi adil.”⁹⁵

Hasil wawancara menunjukkan dari berbagai sudut pandang, baik pemilik, karyawan, maupun masyarakat, tampak bahwa nilai keadilan benar-benar diterapkan dalam praktik sehari-hari. Sistem bagi hasil yang transparan dan kesetaraan perlakuan membuat para pihak merasa dihargai dan adil secara ekonomi maupun sosial.

2) Nilai Kejujuran

Kejujuran adalah dasar utama komunikasi dalam kerja, mulai dari keterbukaan informasi, kejujuran dalam laporan produksi, hingga komitmen terhadap pelanggan. Dalam Wawancara dengan pemilik menyatakan:

“Kita ajarkan dari awal, jangan ada bohong-bohongan. Kalau salah bilang salah, kalau kurang bahan, bilang. Kalau ada masalah, diselesaikan dengan terbuka.”⁹⁶

Karyawan bernama Mahfud menambahkan beliau menyatakan:

“Kalau bikin produk, kita selalu lapor hasilnya. Nggak bisa ngurangin bahan atau ngawur, soalnya nanti ketahuan juga. Tapi justru karena itu, kita jadi terbiasa jujur.”⁹⁷

Menurut Mamiyah, warga sekitar yang kadang menerima pesanan makanan menyatakan:

⁹⁵ Aziz, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025

⁹⁶ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Februari 2025.

⁹⁷ Mahfud, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

“Orang-orangnya ramah dan jujur. Kalau janji ambil makanan jam 12 ya pasti datang. Nggak pernah ingkar. Jadi saya juga enak masakny.”⁹⁸

Hasil Wawancara menunjukkan nilai kejujuran tidak hanya diterapkan dalam sistem kerja internal, tetapi juga tercermin dalam hubungan dengan masyarakat dan mitra luar. Ini menunjukkan bahwa kejujuran menjadi hal yang harus dilakukan di dalam UD. Legong Antik tersebut.

3) Nilai Keseimbangan

Keseimbangan berarti mengatur antara kebutuhan duniawi dan spiritual, antara hak dan kewajiban, serta antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Dalam praktik ekonomi syariah, keseimbangan ini penting agar usaha tidak hanya sukses secara materi, tetapi juga membawa ketenangan dan keberkahan.

Dalam wawancara dengan pemilik UD. Legong Antik menyatakan:

“Di sini kerja ya kerja, tapi jangan sampai lupa ibadah. Kalau adzan, ya berhenti dulu. Kita selalu ingetin juga supaya jangan cuma ngejar target, tapi juga barokah.”⁹⁹

Salah Satu Karyawan mendukung dengan menyatakan:

“Kadang lagi sibuk pun, kita tetap disuruh istirahat buat salat. Nggak boleh kerja terus sampe lupa diri. Jadi ya tenang juga rasanya kerja di sini.”¹⁰⁰

Salah satu warga sekitar, juga melihat hal ini dari luar menyatakan:

⁹⁸ Mamiyah, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

⁹⁹ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Februari 2025.

¹⁰⁰ Mahfud, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

:“Saya sering lihat mereka salat berjamaah. Juga kalau ada acara selamatan atau tahlilan, bosnya ngajak semua ikut. Jadi saya lihat usahanya jalan, tapi juga nggak ninggalin agama.”¹⁰¹

Hasil Wawancara menunjukkan penerapan nilai keseimbangan terlihat jelas dalam ritme kerja yang tidak melupakan nilai spiritual dan sosial. Usaha ini membuktikan bahwa produktivitas bisa berjalan seiring dengan ketenangan batin dan harmoni dalam lingkungan kerja.

3. Peluang dan Tantangan Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah dengan menggunakan Analisis SWOT

Dalam melakukan usaha pasti ada peluang dan tantangan yang dihadapi, dalam rangka mengidentifikasi peluang dan tantangan maka diperlukan analisis SWOT untuk melihat kekuatan, kelemahan, dan hal-hal lain yang dihadapi usaha tersebut. Langkah awal yang perlu dilakukan yakni mengidentifikasi Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Threat (Ancaman) pada usaha Produk Kayu Legong Antik.

a. Strength (Kekuatan)

Setiap pelaku usaha tentunya memiliki strategi atau keunggulan yang menjadi kekuatan utama dalam menghadapi tantangan dan kekurangan selama menjalankan usahanya. Hal ini juga terlihat dalam usaha produk kayu UD. Legong Antik yang berlokasi di Desa Wringin,

¹⁰¹ Fatma, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 28 Februari 2025.

Bondowoso. Dalam wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha, Bapak Saliman menyampaikan bahwa,

“Yang jadi andalan kami di sini itu kayunya pilihan, bukan sembarang kayu. Terus ukiran juga kami kerjakan manual, jadi lebih rapi dan punya ciri khas. Banyak pelanggan yang suka karena bisa pesan sesuai model sendiri, ukuran pun bisa diminta sesuai ruangan mereka.”¹⁰²

Wawancara juga dilakukan pada pelanggan UD. Legong Antik, dalam wawancaranya menyatakan:

“Saya suka pesan di sini karena hasilnya beda. Kualitas kayunya bagus, kuat, dan ukirannya halus. Terus bisa request model sesuai selera. Jarang ada pengrajin yang bisa begitu”¹⁰³



Gambar 4.3
Dokumentasi dengan pelanggan UD. Legong Antik.

Pelanggan yang lain juga menyatakan:

“ kalau pesen di Saliman bagus, terus dipilihan kalau kebingungan pilih kayu yang apa”¹⁰⁴

¹⁰² Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 14 Februari 2025.

¹⁰³ Baina, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 21 Februari 2025.

¹⁰⁴ Junaipah, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 21 Februari 2025

Dari wawancara tersebut dapat dipahami bahwa UD. Legong Antik menonjolkan tiga hal penting, yaitu: kualitas bahan baku, pengerjaan manual (terutama pada bagian ukiran), serta fleksibilitas dalam menerima pesanan sesuai permintaan pelanggan (custom order). Semua proses pengerjaan dilakukan oleh tenaga lokal yang sudah berpengalaman dan dipercaya, yang sebagian besar berasal dari lingkungan sekitar.

Selain itu, berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi yang dikumpulkan selama penelitian, ditemukan pula berbagai testimoni positif dari pelanggan. Beberapa pelanggan memberikan ulasan langsung saat pengambilan barang atau melalui komunikasi pribadi dengan Bapak Saliman (pemilik). Komentar mereka umumnya mengenai kualitas ukiran yang halus, kekuatan material kayu, dan ketepatan dalam memenuhi pesanan sesuai permintaan. Kepercayaan pelanggan ini juga diperkuat dengan adanya hubungan baik antara pihak usaha dan pembeli, di mana komunikasi dilakukan secara terbuka dan bersahabat. Bapak Saliman juga menegaskan bahwa pelayanan kepada pelanggan merupakan hal yang tidak bisa diabaikan. Beliau berusaha untuk tetap menjaga komunikasi dengan ramah, cepat tanggap terhadap pertanyaan atau revisi pesanan, serta memberi masukan terkait model dan desain yang sesuai kebutuhan pelanggan.

b. Weakness (Kelemahan)

Di balik berbagai keunggulan yang dimiliki, usaha UD. Legong Antik juga tidak lepas dari berbagai kelemahan yang masih menjadi tantangan dalam proses pengembangan usaha. Dalam wawancara Bapak Sarman selaku karyawan senior menyatakan,

“Alat-alat di sini masih banyak yang manual dan sudah lama. Kadang kalau ada bagian mesin yang rusak, harus tunggu lama untuk diperbaiki atau ganti onderdilnya. Jadi kadang pekerjaan bisa tertunda.”¹⁰⁵

Dari wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa keterbatasan peralatan menjadi salah satu faktor penghambat dalam efisiensi kerja. Meskipun pengerjaan manual menjadi nilai khas, namun minimnya alat bantu modern sering kali memperlambat proses produksi, apalagi ketika volume pesanan meningkat.

Selain dari segi alat, kelemahan lain yang ditemukan adalah pada aspek pemasaran. UD. Legong Antik hingga saat ini masih mengandalkan promosi secara tradisional, yaitu dari mulut ke mulut dan melalui jaringan pelanggan lama. Bapak Saliman juga mengakui bahwa usaha ini belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial atau platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Beliau menyatakan,

“Kalau soal pemasaran, ya kita masih dari pelanggan ke pelanggan saja. Belum ada yang pegang khusus buat online. Saya sendiri kurang paham teknologi, jadi masih manual semua.”¹⁰⁶

¹⁰⁵ Sarman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

¹⁰⁶ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Februari 2025.

Dari hasil observasi juga terlihat bahwa belum ada strategi pemasaran yang terstruktur, seperti katalog digital, pemasaran melalui media online, ataupun sistem pelayanan berbasis daring. Hal ini tentu menjadi kendala, terutama di tengah perkembangan pasar yang semakin mengandalkan teknologi dan media sosial dalam menjangkau konsumen yang lebih luas.

Salah satu pelanggan juga menyatakan:

“Disini kurang Fbnya (Faceebok) untuk barang yang sudah jadi, jadi saya sebagai pelanggan keinginan harus nunggu kiriman foto dari WA.”¹⁰⁷

Di sisi lain, keterbatasan tenaga kerja juga menjadi tantangan tersendiri. Meski dikerjakan oleh warga sekitar yang memiliki keterampilan, jumlah tukang yang terbatas membuat proses produksi tidak bisa dilakukan dalam skala besar. Usaha ini mengandalkan jumlah pekerja yang relatif sedikit, sehingga ketika ada permintaan dalam jumlah besar atau waktu singkat, pekerjaan bisa menumpuk dan menyebabkan keterlambatan.

c. Oppurtunity (Peluang)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, usaha UD. Legong Antik memiliki sejumlah peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keberlangsungan dan pengembangan usaha. Dalam wawancaranya Bapak Saliman menyatakan,

¹⁰⁷ Fitriah, diwawancarai oleh penulis, Situbondo, 21 Februari 2025

“Sekarang banyak yang mulai suka lagi sama mebel dari kayu jati asli, apalagi yang ada ukirannya. Banyak juga yang minta model klasik atau bahkan campur antara modern dan ukiran tradisional.”¹⁰⁸

Peluang lain terlihat dari potensi pasar luar daerah, termasuk konsumen dari kota-kota besar seperti Surabaya, Malang, hingga Bali. Beberapa pelanggan diketahui datang dari luar kota karena mengetahui kualitas pengerjaan dan bahan dari UD. Legong Antik melalui rekomendasi. Permintaan akan produk mebel custom dengan desain yang bisa disesuaikan juga menjadi pasar tersendiri yang menjanjikan. Salah satu pelanggan dari Bali, Ibu Sofi, menyampaikan saat diwawancarai:

“Saya tahu UD. Legong Antik dari teman. Waktu lihat langsung, ternyata ukirannya halus dan kayunya beneran jati. Saya sampai pesan dua set untuk rumah saya. Yang saya suka, bisa request desain sendiri.”¹⁰⁹

Selain itu, perkembangan teknologi informasi juga membuka peluang baru. Meskipun saat ini belum dimanfaatkan secara maksimal, media sosial dan marketplace online dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan promosi yang tepat, UD. Legong Antik berpotensi menjangkau lebih banyak konsumen tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Peluang lain datang dari sektor pariwisata lokal dan pembangunan rumah tinggal bernuansa tradisional-modern yang semakin meningkat. Hal ini membuka pasar

¹⁰⁸ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Februari 2025.

¹⁰⁹ Sofi, diwawancarai oleh penulis, melalui WhatsApp, 21 Februari 2025

baru untuk produk furnitur bernilai seni, seperti kursi tamu ukir, meja makan klasik, dan lemari antik.

d. Threat (Ancaman)

Dari data hasil wawancara, Bapak Saliman Menyatakan,

“Kalau dibanding sama yang buatan pabrik, ya memang kalah di harga. Tapi ya beda kualitasnya. Kadang pembeli nggak tahu bedanya, mereka lihat harga murah langsung ambil.”¹¹⁰



Gambar 4.3
Bersama Pemilik UD. Legong Antik

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa penghambat dari perkembangan usaha produk kayu UD. Legong Antik ialah ketersediaan bahan baku yang tidak selalu stabil, baik dari segi kualitas maupun harga. Dalam beberapa waktu tertentu, harga kayu jati atau mahoni bisa melonjak, sehingga memengaruhi biaya produksi

¹¹⁰ Saliman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Februari 2025.

secara keseluruhan. Selain itu, cuaca juga menjadi faktor yang memengaruhi proses pengeringan kayu secara alami, yang berpotensi memperlambat proses produksi. Wawancara diperkuat oleh karyawan UD. Legong Antik, salah satunya yaitu Bakap Mahfud menyatakan:

“Persaingan makin banyak, apalagi yang jual produk kayu modern dari pabrik. Kadang pelanggan bandingin harga, padahal produk kami lebih handmade dan butuh waktu.”¹¹¹

Tidak hanya itu, perubahan selera konsumen yang dinamis juga menjadi tantangan. Beberapa konsumen muda lebih memilih model furnitur minimalis modern berbahan olahan seperti HPL atau MDF, dibandingkan mebel ukiran tradisional yang dianggap berat dan kuno. Jika tidak mampu menyesuaikan desain dan gaya produk dengan pasar, maka dikhawatirkan usaha ini akan kehilangan daya saing.

Dari identifikasi faktor internal dan eksternal dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman produk kayu UD. Legong Antik dapat dihasilkan empat pilihan strategi alternative yakni Strategi SO (Strength – Opportunities) yakni strategi yang memanfaatkan kekuatan UD. Legong Antik untuk menangkap peluang eksternal, Strategi WO (Weakness – Opportunities) yakni strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, Strategi ST (Strength – Threats) yakni strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, dan Strategi WT (Weakness – Threats) yakni

¹¹¹ Mahfud, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Februari 2025.

strategi dengan mengurangi kelemahan sekaligus menghindari ancaman eksternal.

Tabel 4. Matriks Analisis SWOT

SW ST	Kekuatan (Strength) 1. Menggunakan bahan baku kayu pilihan (jati dan mahoni kering berkualitas tinggi). 2. Proses ukiran dilakukan secara manual oleh tenaga lokal yang terampil. 3. Menerima pesanan custom sesuai kebutuhan pelanggan.	Kelemahan (Weakness) 1. Alat produksi masih banyak yang manual dan terbatas. 2. Promosi belum memanfaatkan media sosial dan platform digital. 3. Jumlah tenaga kerja masih terbatas sehingga waktu pengerjaan lebih lama jika pesanan banak
Peluang (Opportunity) 1. Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk mebel dari kayu asli dan ukiran tradisional. 2. Media sosial dan marketplace sebagai peluang ekspansi pemasaran. 3. Berkembangnya pariwisata dan pembangunan rumah dengan nuansa klasik.	Strategi S-O 1. Memanfaatkan kualitas bahan baku kayu pilihan serta keterampilan pengrajin lokal untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin tertarik pada produk mebel tradisional berkualitas tinggi. 2. Mengembangkan promosi produk melalui media sosial dan marketplace dengan menonjolkan keunikan desain ukiran manual serta kemampuan menerima pesanan custom.	Strategi W-O 1. Meningkatkan kapasitas promosi dengan mulai mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai sarana pemasaran yang lebih luas dan efisien. 2. Menambah dan melatih tenaga kerja baru guna mempercepat proses produksi, khususnya ketika permintaan meningkat.
Ancaman (Trheats) 1. Persaingan harga dengan produk mebel pabrikan yang lebih murah. 2. Harga bahan baku kayu yang tidak stabil.	Strategi S-T 1. Menonjolkan nilai eksklusivitas dan keaslian produk berbahan kayu berkualitas tinggi sebagai keunggulan kompetitif dibanding produk mebel pabrikan.	Strategi W-T 1. Mengupayakan peremajaan alat produksi secara bertahap untuk meningkatkan efisiensi, terutama dalam menghadapi lonjakan permintaan. 2. Melakukan diversifikasi

3. Perubahan selera konsumen ke desain minimalis modern.	2. Meningkatkan inovasi desain tradisional agar tetap relevan dengan perubahan tren konsumen yang mengarah pada gaya minimalis.	produk dengan tetap mempertahankan nilai tradisional agar dapat bersaing di tengah perubahan preferensi pasar.
4. Ketergantungan pada proses tradisional yang lambat saat permintaan meningkat.		

Sumber: Hasil wawancara dan observasi

Tabel di atas menyajikan hasil matriks analisis SWOT pada UD. Legong Antik. Dari hasil analisis tersebut, dapat diidentifikasi sejumlah strategi yang dapat dijadikan alternatif dalam mengembangkan usaha. Strategi-strategi tersebut dirancang untuk memaksimalkan kekuatan internal serta peluang eksternal, sekaligus meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya di sektor industri mebel ukir berbasis kayu tradisional.

a. Strategi S-O diantaranya:

- 1) Memanfaatkan kualitas bahan baku kayu pilihan serta keterampilan pengrajin lokal untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin tertarik pada produk mebel tradisional berkualitas tinggi.
- 2) Mengembangkan promosi produk melalui media sosial dan marketplace dengan menonjolkan keunikan desain ukiran manual serta kemampuan menerima pesanan custom.

b. Strategi W-O diantaranya:

- 1) Meningkatkan kapasitas promosi dengan mulai mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai sarana pemasaran yang lebih luas dan efisien.
- 2) Menambah dan melatih tenaga kerja baru guna mempercepat proses produksi, khususnya ketika permintaan meningkat.

c. Strategi S-T diantaranya:

- 1) Menonjolkan nilai eksklusivitas dan keaslian produk berbahan kayu berkualitas tinggi sebagai keunggulan kompetitif dibanding produk mebel pabrikan
- 2) Meningkatkan inovasi desain tradisional agar tetap relevan dengan perubahan tren konsumen yang mengarah pada gaya minimalis.

d. Strategi W-T diantaranya:

- 1) Mengupayakan peremajaan alat produksi secara bertahap untuk meningkatkan efisiensi, terutama dalam menghadapi lonjakan permintaan.
- 2) Melakukan diversifikasi produk dengan tetap mempertahankan nilai tradisional agar dapat bersaing di tengah perubahan preferensi pasar.

C. Pembahasan Temuan

Pembahasan temuan ini merupakan interpretasi peneliti terhadap data-data yang diperoleh selama proses penelitian di lapangan. Temuan tersebut kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan. Dalam

bagian ini, peneliti membahas strategi usaha yang diterapkan oleh UD. Legong Antik berdasarkan hasil analisis SWOT, yang mencakup aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha tersebut. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan dan pengembangan usaha, serta menilai sejauh mana prinsip-prinsip ekonomi Islam diterapkan, seperti prinsip tauhid, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan kebebasan individu dalam praktik bisnis sehari-hari.

1. Strategi Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah oleh UD. Legong Antik

UD. Legong Antik menunjukkan upaya nyata dalam melakukan inovasi produk, terutama dengan mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam proses produksi mebel berbahan dasar kayu. Inovasi ini tercermin dari penggunaan bahan baku yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga dipastikan berasal dari sumber yang legal dan berkelanjutan, sesuai dengan prinsip halal dalam aspek keberlanjutan dan etika usaha. Selain itu, proses produksinya menghindari unsur yang bertentangan dengan syariat Islam, seperti simbol-simbol yang tidak sesuai nilai keislaman dalam desain ukiran.¹¹² Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang dikembangkan tidak semata-mata berorientasi pada aspek estetika dan fungsionalitas, tetapi juga memperhatikan aspek spiritual dan nilai-nilai moral dalam kegiatan bisnis.

¹¹² A. Furqon, "Inovasi Produk dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2021): 134.

Inovasi, menurut Fariborz Damanpour, mencakup pengenalan atau penerapan elemen-elemen baru secara internal seperti sistem, kebijakan, program, produk, atau layanan yang meskipun mungkin tidak sepenuhnya baru bagi dunia, tetap merupakan hal yang baru bagi organisasi sehingga layak untuk diadopsi.¹¹³ Sementara itu, Wu mendefinisikan inovasi sebagai gagasan, produk, proses, atau sistem yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh individu tertentu.¹¹⁴ Dalam pandangan Lorens Montes, inovasi merupakan pilihan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing serta kinerja organisasi.¹¹⁵ Terdapat tiga indikator utama dalam inovasi produk yaitu:

a. Variasi Produk

Variasi produk merupakan salah satu indikator penting dalam inovasi karena memungkinkan usaha UD. Legong Antik untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang berbeda. Seperti menambah fitur atau pengembangan model baru, UD. Legong Antik dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saingnya. Variasi produk menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan memperkaya portofolio perusahaan, sehingga menjadi faktor penting dalam mempertahankan posisi kompetitif.

¹¹³ F. Damanpour, "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators," *Academy of Management Journal* 34, no. 3 (1991): 555.

¹¹⁴ Y. Wu, "Innovation, Market Orientation, and Business Performance: A Study of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Taiwan," *Journal of Business Research* 63, no. 5 (2010): 501.

¹¹⁵ L. Montes, "Strategic Innovation and Organizational Performance: A Framework for the 21st Century," *Strategic Management Review* 19, no. 4 (2011): 332.

Menurut Kotler dan Keller, diversifikasi produk adalah strategi yang memungkinkan perusahaan untuk menangkap segmen pasar yang lebih luas dengan menawarkan alternatif produk yang berbeda dalam fungsi, gaya, atau ukuran.¹¹⁶

b. Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi kunci utama dalam mempertahankan kepercayaan konsumen, terutama dalam industri mebel seperti UD. Legong Antik yang menggunakan bahan utama berupa kayu jati. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, UD. Legong Antik menunjukkan komitmen tinggi terhadap mutu produk, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses akhir finishing.

Inovasi kualitas di UD. Legong Antik bukan sekadar peningkatan teknis, tetapi juga mencerminkan filosofi kerja yang mengutamakan ketahanan dan kepercayaan jangka panjang. Produk tidak hanya terlihat bagus, tapi juga dirancang untuk awet dan berfungsi maksimal..

Garvin menyatakan bahwa kualitas merupakan dimensi penting dari inovasi produk dan dapat dilihat dari delapan perspektif, termasuk performa, keandalan, dan daya tahan.¹¹⁷ Inovasi kualitas merupakan investasi jangka panjang dalam reputasi dan kepuasan pelanggan.

¹¹⁶ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

¹¹⁷ D. A. Garvin, "Competing on the Eight Dimensions of Quality," *Harvard Business Review* (1987): 102,

c. Desain Produk

Desain menjadi elemen penting dalam mebel ukiran karena berkaitan langsung dengan selera estetika konsumen. Di UD. Legong Antik, desain produk mengalami banyak pengembangan sesuai tren dan permintaan pasar. Tidak hanya terpaku pada desain tradisional, usaha ini juga mulai menggabungkan unsur modern dalam produk-produknya.

Inovasi dalam desain di UD. Legong Antik terlihat dari kemampuannya beradaptasi dengan gaya hidup modern tanpa meninggalkan identitas lokal. Tim produksi fleksibel dalam menerima permintaan custom dan berusaha menyelaraskan bentuk, fungsi, dan keindahan visual. Proses desain juga melibatkan komunikasi aktif dengan konsumen, yang menjadikan hasil akhirnya lebih personal dan sesuai kebutuhan..

Ulrich dan Eppinger menjelaskan bahwa desain produk adalah proses strategis yang melibatkan kombinasi antara fungsi, bentuk, dan kebutuhan pengguna sebagai dasar dari keunggulan kompetitif produk.¹¹⁸

2. Peran UD. Legong Antik dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Wringin.

Kesejahteraan ekonomi masyarakat merupakan kondisi di mana masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dasar secara layak, seperti

¹¹⁸ Karl T. Ulrich dan Steven D. Eppinger, *Product Design and Development*, ed. ke-6 (New York: McGraw-Hill Education, 2016), 45.

kebutuhan ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan rasa aman, serta memiliki kesempatan untuk berkembang secara individu maupun kolektif. Kesejahteraan tidak hanya diukur dari aspek materi atau pendapatan semata, tetapi juga mencakup kualitas hidup secara menyeluruh.

Salah satu teori yang dapat digunakan untuk memahami kesejahteraan ekonomi masyarakat adalah teori kebutuhan dasar (*basic needs theory*). Teori ini dikembangkan oleh para ekonom pembangunan seperti Paul Streeten dan rekan-rekannya pada tahun 1970-an. Dalam pandangannya, kesejahteraan diukur berdasarkan sejauh mana kebutuhan-kebutuhan pokok terpenuhi, seperti pangan, sandang, papan, pendidikan, kesehatan, dan partisipasi sosial.

Menurut teori ini, pembangunan yang berhasil adalah pembangunan yang mampu memberikan akses kepada masyarakat terhadap kebutuhan dasar tersebut. Streeten menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi yang tinggi tidak otomatis menjamin kesejahteraan jika hasilnya tidak dirasakan secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, karyawan, dan beberapa warga Desa Wringin, ditemukan bahwa keberadaan UD. Legong Antik memberikan dampak nyata terhadap kehidupan ekonomi masyarakat sekitar. Usaha ini bukan hanya menjadi tempat produksi mebel dari kayu bekas rumah kuno, tetapi juga membuka ruang partisipasi masyarakat dalam proses ekonomi yang berkelanjutan.

Beberapa hal yang di temukan di UD. Legong Antik:

a. Peningkatan Lapangan Kerja

Peningkatan lapangan kerja merupakan bertambahnya peluang kerja yang tersedia bagi masyarakat akibat dari keberadaan atau pertumbuhan suatu kegiatan usaha. Menurut Todaro dan Smith, penciptaan lapangan kerja merupakan salah satu indikator utama dari pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Todaro menyebut "*employment generation*" sebagai fungsi penting dari pertumbuhan ekonomi, Usaha UMKM seperti UD.¹¹⁹ Legong Antik memiliki kontribusi nyata dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan produktivitas masyarakat.

b. Pemberdayaan Pengrajin Lokal

UD. Legong Antik memberikan pelatihan dasar pengolahan kayu serta mengajarkan inovasi desain berbasis nilai budaya dan syariah. Hal ini menjadikan para pekerja tidak hanya mendapatkan penghasilan, tetapi juga keterampilan yang bisa dikembangkan secara mandiri. Zimmerman menyatakan bahwa "*empowerment is a process by which people, organizations, and communities gain mastery over their affairs.*" bahwa pemberdayaan adalah suatu proses dimana orang, organisasi, dan komunitas memperoleh penguasaan atas urusan

¹¹⁹ Michael P. Todaro dan Stephen C. Smith, *Economic Development*, ed. ke-13 (Harlow: Pearson Education Limited, 2020), 134.

mereka.¹²⁰ Dalam konteks ekonomi lokal, pendekatan ini sering dikaitkan dengan *community empowerment*, di mana pelibatan aktif masyarakat dalam proses ekonomi bertujuan menciptakan kemandirian dan keberlanjutan jangka panjang.

c. Pertumbuhan Pendapatan Masyarakat

Pertumbuhan pendapatan masyarakat merupakan peningkatan penghasilan yang diterima oleh individu atau keluarga sebagai hasil dari keterlibatan dalam kegiatan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini, keberadaan UD. Legong Antik memberikan pengaruh terhadap naiknya tingkat pendapatan masyarakat Wringin melalui penyerapan tenaga kerja dan aktivitas ekonomi yang terkait. Teori kesejahteraan oleh Amartya Sen, peningkatan pendapatan bukan hanya soal angka ekonomi, melainkan bagaimana pendapatan tersebut memberi kemampuan lebih kepada masyarakat untuk menjalani kehidupan yang bernilai.¹²¹

d. Penerapan Nilai-Nilai Syariah dalam Bisnis

Dalam kerangka ekonomi Islam, seperti dijelaskan oleh Antonio, bisnis yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah bertujuan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga memastikan adanya keadilan sosial dan kebermanfaatan bagi semua pihak.¹²² Pada usaha

¹²⁰ Marc A. Zimmerman, "Empowerment Theory: Psychological, Organizational, and Community Levels of Analysis," dalam *Handbook of Community Psychology*, ed. Julian Rappaport dan Edward Seidman (Boston: Springer, 2000), 44.

¹²¹ Amartya Sen, *Development as Freedom* (New York: Alfred A. Knopf, 1999), 87.

¹²² M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 45.

UD. Legong Antik, nilai-nilai kejujuran, keadilan dan prinsip-prinsip seperti prinsip tauhid, prinsip akhlak, prinsip keseimbangan, prinsip kebebasan individu, dan prinsip keadilan tercermin dalam cara pemilik mengelola usaha. Misalnya, prinsip tauhid terlihat dari niat usaha yang dijalankan sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab moral, bukan semata-mata mencari keuntungan. Konsep ini menggabungkan orientasi duniawi dan ukhrawi (akhirat), di mana pelaku usaha dituntut untuk menjunjung tinggi etika, menjamin hak-hak pekerja, serta menghindari praktik bisnis yang merugikan salah satu pihak. UD. Legong Antik berupaya menjalankan prinsip-prinsip ini dalam operasional usahanya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Ekonomi kerakyatan seperti yang dikemukakan oleh Mubyarto. Menurutnya, ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang bertumpu pada kekuatan masyarakat lokal, mengutamakan keadilan distribusi, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Ekonomi kerakyatan tidak semata-mata mengejar pertumbuhan, tetapi menjadikan pemerataan dan pemberdayaan sebagai inti dari pembangunan.¹²³

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar tenaga kerja UD. Legong Antik berasal dari lingkungan sekitar. Beberapa dari mereka tidak memiliki keterampilan sebelumnya, namun melalui proses kerja dan pembiasaan, mereka mendapatkan pelatihan langsung dari senior

¹²³ Mubyarto, *Ekonomi Kerakyatan* (Yogyakarta: BPFE, 1984), 17.

atau pemilik usaha. Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan ekonomi, yaitu proses di mana individu dan kelompok memperoleh keterampilan, akses terhadap sumber daya, dan kesempatan untuk berkontribusi dalam kegiatan ekonomi.

Selain itu, efek ekonomi yang ditimbulkan oleh UD. Legong Antik tidak hanya dirasakan oleh karyawan, tetapi juga oleh warga yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi. Salah satu warga mengaku mendapatkan pemasukan dengan menyediakan konsumsi harian bagi para pekerja, sedangkan warga lain menjadi pemasok kayu lawas yang diperlukan untuk produksi. Hal ini mencerminkan apa yang disebut oleh Schumacher dalam teorinya tentang ekonomi skala kecil (*small is beautiful*), bahwa usaha kecil yang padat karya memiliki daya sebar manfaat yang luas dan menjangkau masyarakat lapisan bawah secara langsung.

Lebih jauh lagi, dalam konteks teori kesejahteraan sosial, menurut Amartya Sen, kesejahteraan tidak hanya diukur dari besarnya pendapatan, tetapi juga dari kemampuan seseorang untuk menjalani hidup yang bernilai, seperti memiliki pekerjaan yang layak, dihargai, serta memiliki peran dalam masyarakat.¹²⁴ Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan, mereka mengaku merasa lebih dihargai dan berdaya karena memiliki keterampilan, pendapatan tetap, dan suasana kerja yang kekeluargaan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UD. Legong Antik

¹²⁴ Amartya Sen, *Development as Freedom* (New York: Knopf, 1999).

tidak hanya memperbaiki kondisi ekonomi, tetapi juga memberikan dampak psikologis dan sosial yang positif.

3. Peluang dan Tantangan Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah dengan menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu metode yang cukup komprehensif untuk menilai dan menggambarkan suatu permasalahan dengan cara mengidentifikasi faktor-faktor internal maupun eksternal, seperti kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*).¹²⁵

Dengan melakukan analisis SWOT suatu usaha dapat menentukan strategi yang tepat untuk masa depan usahanya. Hal ini dikarenakan hasil dari analisis SWOT akan meringkas keadaan dari usaha tersebut dengan demikian strategi bisa disusun dengan tepat. sama seperti pertanyaan sebelumnya.¹²⁶

Analisis SWOT dapat menghasilkan empat strategi alternatif yang dapat dilakukan oleh pemilik bisnis pertimbangan sebagai dasar penilaian. Strategi tersebut diantaranya yakni, strategi S-O, strategi, W-O, strategi, strategi S-T, dan strategi W-T.¹²⁷ Dapat dilihat terdapat beberapa

¹²⁵ Rizki Adityaji, "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya," *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32.

¹²⁶ Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan*

Strategi Organisasi (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 115

¹²⁷ Siti Indah Purwaning Yuwana and Isti Fadah, "SWOT Analysis: Marketing Strategy of Apotek Sawojajar Mas to Increase Sales And Competitiveness," *Journal of Management and Business Innovations* 4, no. 02 (2022): 73–80.

strategi yang dapat dijadikan alternatif untuk UD. Legong Antik dalam mengembangkan usahanya.

a. Strategi S-O (*Strength- Opportunities*)

Strategi S-O bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki oleh UD. Legong Antik guna meraih peluang eksternal yang tersedia. Berdasarkan hasil temuan di lapangan, terdapat beberapa strategi yang dapat diimplementasikan oleh UD. Legong Antik dalam rangka meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha:

- 1) Memanfaatkan kualitas bahan baku kayu pilihan serta keterampilan pengrajin lokal untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin tertarik pada produk mebel tradisional berkualitas tinggi. Hasil observasi menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat konsumen terhadap produk mebel tradisional yang memiliki nilai seni dan mutu yang unggul. Dalam hal ini, UD. Legong Antik memiliki kekuatan internal berupa penggunaan bahan baku kayu berkualitas serta keterampilan para pengrajin lokal yang telah berpengalaman dalam bidang ukir-mengukir. Kombinasi antara kualitas material yang tahan lama dan detail ukiran manual yang khas menjadi keunggulan tersendiri. Strategi ini memungkinkan UD. Legong Antik untuk menargetkan segmen pasar yang memiliki apresiasi tinggi terhadap karya seni berbasis budaya lokal. Dengan kekuatan yang dimiliki, UD. Legong Antik memiliki peluang untuk mempertahankan eksistensi usaha dan memperluas

jangkauan pasar menjadi lebih besar, terutama di tengah kompetisi industri mebel yang semakin ketat.

- 2) Mengembangkan promosi produk melalui media sosial dan marketplace dengan menonjolkan keunikan desain ukiran manual serta kemampuan menerima pesanan custom. Hal tersebut tentunya dapat memanfaatkan media sosial dan platform marketplace menjadi peluang signifikan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dari hasil wawancara dengan pemilik UD. Legong Antik telah memiliki kekuatan berupa desain produk yang unik dan kemampuan pengrajin dalam menyesuaikan desain sesuai permintaan konsumen (custom order). Strategi promosi dapat difokuskan pada penyajian konten visual yang menarik, seperti dokumentasi proses pembuatan mebel secara manual dan hasil akhir produk yang memiliki nilai estetika tinggi. Upaya ini dinilai efektif untuk menarik perhatian konsumen digital, khususnya mereka yang menyukai produk eksklusif, bernilai seni, dan memiliki keterkaitan budaya. Dengan promosi yang tepat, produk UD. Legong Antik berpotensi mendapatkan eksposur yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

b. Strategi W-O (*Weakness- Opportunities*)

Strategi ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki oleh UD.

Legong Antik.¹²⁸ Berikut beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh UD. Legong Antik:

- 1) Meningkatkan kapasitas promosi dengan mulai mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai sarana pemasaran yang lebih luas dan efisien. Salah satu kelemahan yang diidentifikasi dalam kegiatan usaha UD. Legong Antik adalah masih terbatasnya aktivitas promosi, terutama dalam ranah digital. Padahal, perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang yang luas melalui penggunaan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran. Dengan mengoptimalkan penggunaan platform digital, seperti Instagram, Facebook, dan marketplace, UD. Legong Antik dapat menjangkau konsumen yang lebih luas secara efisien. Strategi ini juga dinilai mampu meningkatkan brand awareness serta memperkenalkan keunikan produk mebel tradisional kepada pasar yang lebih beragam, baik lokal maupun nasional.
- 2) Menambah dan melatih tenaga kerja baru guna mempercepat proses produksi, khususnya ketika permintaan meningkat. Keterbatasan jumlah tenaga kerja, terutama ketika permintaan pasar mengalami peningkatan signifikan. Untuk itu, memanfaatkan peluang peningkatan permintaan dapat diimbangi dengan merekrut tenaga kerja baru sekaligus memberikan pelatihan yang sesuai

¹²⁸ Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 45.

dengan standar produksi perusahaan. Pelatihan ini penting agar kualitas produk tetap terjaga meskipun kapasitas produksi ditingkatkan.

c. Strategi S-T (*Strength- Threats*)

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh UD. Legong Antik untuk menghindari atau mengurangi adanya ancaman eksternal.¹²⁹ Berikut beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh UD. Legong Antik:

- 1) Menonjolkan nilai eksklusivitas dan keaslian produk berbahan kayu berkualitas tinggi sebagai keunggulan kompetitif dibanding produk mebel pabrikan. Di tengah persaingan industri mebel, UD. Legong Antik memiliki kekuatan berupa keaslian desain dan penggunaan bahan baku kayu berkualitas tinggi. Karakteristik ini dapat dijadikan sebagai nilai jual utama yang membedakan produk mereka dari produk massal yang cenderung seragam dan minim sentuhan seni. Strategi ini bertujuan untuk mengangkat nilai eksklusivitas dan keunikan produk mebel tradisional buatan tangan, sehingga konsumen yang menghargai nilai seni, orisinalitas, dan kualitas bahan akan lebih tertarik untuk memilih produk dari UD. Legong Antik dibanding produk pabrikan yang bersifat generik.

¹²⁹ Slamet Riyanto, 46.

2) Meningkatkan inovasi desain tradisional agar tetap relevan dengan perubahan tren konsumen yang mengarah pada gaya minimalis. Salah satu tantangan eksternal yang dihadapi adalah perubahan tren konsumen yang cenderung mengarah pada gaya desain minimalis dan modern. Untuk menghadapi hal tersebut, UD. Legong Antik dapat mengandalkan kekuatan kreativitas pengrajin lokal dalam mengembangkan desain tradisional yang dikombinasikan dengan elemen gaya kontemporer. Inovasi ini penting agar produk tetap relevan dengan selera pasar saat ini tanpa kehilangan identitas budaya yang menjadi ciri khas. Dengan pendekatan tersebut, perusahaan tidak hanya mempertahankan nilai tradisional, tetapi juga mampu menjangkau segmen pasar baru yang lebih luas dan dinamis.

d. Strategi W-T (*Weakness- Threats*)

Strategi ini lebih dikenal dengan strategi bertahan atau defensive yang menekankan pada tindakan untuk pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Berikut beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh UD. Legong Antik:

1) Mengupayakan peremajaan alat produksi secara bertahap untuk meningkatkan efisiensi, terutama dalam menghadapi lonjakan permintaan. Salah satu kelemahan yang dihadapi oleh UD. Legong Antik adalah keterbatasan alat produksi yang belum sepenuhnya modern. Dalam kondisi tertentu, hal ini dapat menjadi kendala

ketika permintaan pasar mengalami peningkatan yang signifikan. Oleh karena itu, peremajaan alat produksi secara bertahap menjadi strategi yang penting untuk dilakukan. Pembaruan ini tidak hanya akan meningkatkan efisiensi dan kecepatan produksi, tetapi juga dapat menjaga konsistensi kualitas produk.

- 2) Melakukan diversifikasi produk dengan tetap mempertahankan nilai tradisional agar dapat bersaing di tengah perubahan preferensi pasar. Perubahan selera konsumen yang terus berkembang menjadi tantangan bagi pelaku usaha mebel berbasis tradisional. Untuk merespons kondisi tersebut, UD. Legong Antik dapat mengembangkan variasi produk tanpa menghilangkan unsur-unsur budaya yang menjadi ciri khas usaha. Upaya ini dapat dilakukan dengan menciptakan produk yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat masa kini, seperti desain yang lebih praktis namun tetap menampilkan sentuhan ukiran khas serta memanfaatkan bahan baku lokal. Strategi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, menarik minat konsumen baru, dan tetap menjaga kelestarian nilai-nilai kearifan lokal yang menjadi identitas utama dari produk UD. Legong Antik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. UD. Legong Antik telah menerapkan strategi inovasi produk dengan menggabungkan nilai estetika, fungsi, variasi, kualitas dan nilai-nilai Islami dalam desain produk kayu. Inovasi dilakukan melalui diversifikasi produk, penggunaan material ramah lingkungan, serta penyesuaian desain dengan permintaan pasar. Strategi pemasaran juga diarahkan pada segmen pasar yang mengutamakan prinsip Prinsip tauhid, prinsip akhlaq, prinsip keseimbangan, prinsip kebebasan individu, dan prinsip keadilan. Selain itu, pendekatan berbasis kearifan lokal turut menjadi kekuatan dalam menciptakan produk yang unik dan bernilai religius.
2. UD. Legong Antik memiliki peran yang besar dalam pemberdayaan masyarakat Wringin melalui Peningkatan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat lokal, pertumbuhan masyarakat, dan penerapan nilai-nilai syariah dalam bisnis di UD. Legong Antik ini juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui kemitraan dengan pelaku usaha kecil seperti pedagang nasi dan peningkatan daya saing produk daerah. Selain aspek ekonomi, UD. Legong Antik turut mendukung kesejahteraan sosial dengan menerapkan prinsip bisnis yang adil, terbuka dalam proses pengelolaan usaha, serta memperhatikan dampak jangka panjang bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

3. Dan untuk hasil dari analisis SWOT, UD. Legong Antik memiliki empat strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam mengembangkan inovasi produk kayu berbasis syariah. Strategi S-O dilakukan dengan memanfaatkan bahan baku kayu berkualitas serta keterampilan pengrajin lokal untuk memenuhi permintaan pasar, serta mengembangkan promosi melalui media sosial dan marketplace dengan menonjolkan keunikan desain ukiran manual dan layanan custom. Strategi W-O dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai media pemasaran yang lebih luas dan efisien, serta merekrut dan melatih tenaga kerja baru untuk mempercepat proses produksi saat permintaan meningkat. Strategi S-T dilakukan dengan menonjolkan keaslian dan nilai keunikan produk kayu sebagai keunggulan dibanding produk mebel pabrikan, serta meningkatkan inovasi desain agar tetap relevan dengan tren gaya minimalis. Strategi W-T dilakukan dengan melakukan peremajaan alat produksi secara bertahap untuk meningkatkan efisiensi kerja, serta melakukan diversifikasi produk tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional agar tetap bersaing di tengah perubahan preferensi pasar.

B. Saran

1. Diharapkan UD. Legong Antik terus melakukan digitalisasi secara bertahap, khususnya dalam aspek pemasaran dan manajemen produksi, agar lebih adaptif terhadap perubahan tren konsumen dan mampu bersaing dengan industri mebel modern.

2. Diharapkan UD. Legong Antik mempertahankan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang sudah diterapkan.
3. Diharapkan pemerintah daerah atau lembaga terkait dapat memberikan dukungan, baik berupa pelatihan, fasilitasi peralatan, maupun akses permodalan, agar pelaku usaha seperti UD. Legong Antik bisa berkembang lebih optimal dan berkontribusi lebih besar bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.



DAFTAR PUSTAKA

- Adityaji, Rizki. "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya." *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32,
- Akgun, Ali E., Halit Keskin, dan John C. Byrne. "Procedural Justice Climate in New Product Development Teams: Antecedents and Consequences." In *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 27, 2010.
- Anam, Muhammad Syariful, et al. "Konservasi Sumber Daya Alam dalam Perspektif Islam." *Al-Madaris Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 2, no. 1 (2021): 26-37.
<https://journal.stajamitar.ac.id/index.php/almadaris>
- Anto, M. B. Hendrie, Pengantar Ekonomika Mikro Islami, (Yogyakarta: EKONISIA, 2003) "Introducing an Islamic Human Development Index (I-HDI) to Measure Development in OIC Countries." dalam *Islamic Economic Studies* 19, No. 2 (December 2011): 1-27.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3158957
- Buana, Universitas Mercu , "Anlasis Swot terhadap Strategi Pemasaran Produk Komponen Cableduct pada PT. Pura Mayungan (PME)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 1, no.6 (Juli 2020): 24-25
- Cahyono, Puguh. "Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode Swot dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan." JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen) 1, no. 2 (2016):
- Chapra, Umer. *The Future of Economics: an Islamic Perspective*, diterjemahkan oleh: Amdiar Amir, dkk. Jakarta: Shari ahEconomics and Banking Institute.
- Danit, A. M. "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Coffee Shop Kota Bandar Lampung)." Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung, 2023.
- Dewi, Kharisma Tri Buana, Fauzatul Laily Nisa. "Inovasi Produk Pembiayaan Mikro dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 1, No.2 (Juli 2024): 21.

- Fauzi, Akhmad. *Ekonomi sumber daya alam dan lingkungan: Teori dan aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Fauziah, Melinda Nur. “Pengembangan Jaringan Usaha dalam Perspektif Syariah pada UMKM Kriya Kayu untuk Menembus Pasar Ekspor.” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, vol. 1, no. 1, hlm. 31–41, 2022.
- Fitriani, Fila. “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam.” Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro, 2020.
- Gumilang, Galang Surya. “Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling.” *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016). <https://ejournal.umpri.ac.id/index.php/fokus/article/download/218/155>.
- Handayani, T. “Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Perekonomian Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Di Desa Labuhan Ratu IX Kabupaten Lampung Timur dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.
- Huda, Nurul. “Konsep Perencanaan Bisnis Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi* 1, no. 2 (2022): 341–55, <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.79>.
- Kholifah, Nur, dkk, *Inovasi Pendidikan*, (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2021), 2-3
- Khulaida6.h, Maila. “Prospek Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Plastik Dalam Upaya Mengurangi 7. Kemiskinan Pengrajin (Studi Pada Masyarakat Dusun Perendekan Utara Desa Giri Sasak Kecamatan Kuripan).” Thesis, UIN Mataram, 2020.
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Listyawati, I. H. “Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 3, no. 1, 2016.
- Lorenza, Shinta. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Kulit Kerang Di Kecamatan Teluk Nibung Kota Tanjung Balai.” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan, 2021.
- Maros, F., dkk, *Penelitian Lapangan (Field Research)*, (Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2016).

- Mauliyah, N. I, Kirom, E. A. “Strategi penentuan harga jual sayuran pada pedagang pasar tradisional” (Studi fenomenologi pedagang sayur di Blitar). *Jurnal Ecoment Global* 3, no. 1, 2018: 77-83. <https://doi.org/10.35908/jeg.v3i1.359>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Muhamad. Metodologi Penelitian ekonomi islam pendekatan kuantitatif. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Mustika, Diah Ayu, et al, Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Pada Sentra Industri Kerajinan Kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar), Volume 13 Nomor 2 (2018), Jurnal Pendidikan Ekonomi, hlm,86.
- Mutmainnah, M., Yuwana, S. I. P. “Strategi Ekonomi Syariah dalam Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Indonesia.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)* 4, no.1 (2024): 1-12.
- Nazir, Muhammad. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Nilamsari, Natalina, ‘Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif’, Wacana, 8. no. 2 (2014), pp. 177–1828
- Np Kunang Ardian, R., Chairil Budiarto, & Bambang Yatnawiajaya, *Penerapan Material Kayu Pada Konstruksi Bangunan Kampung Lumbung Di Kota Batu*, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya.
- Nurjannah, Ayu. “Usaha Kerajinan Bambu Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Usaha Kerajinan Bambu di Desa Jadimulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)” (Skripsi, IAIN Metro, 2021).
- Pamungkas, Dwiyanto, Binar, dkk. “*Pengembangan Kreativitas Masyarakat Dalam Mengolah Kayu Jawa Menjadi Produk Yang Bernilai Ekonomi*”. Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia, 2019.
- Pancawati, Ni Luh Putu Anom dan Rieka Yulita Widaswara, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata*” , Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, 2023.
- Penyusunan Strategi Organisasi, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, (2021)
- Penyusunan Strategi Organisasi, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, (2021)

- Putong, Iskandar. 2007. *Economics: Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
<https://books.google.co.id/booksid=WbMjBgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Qur'an, Amanah Aida. "Sumber Daya Alam Dalam Pembangunan Berkelanjutan Perspektif Islam." *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 5.1 (2017): 1-24.
- Rachmawati, Imami Nur. "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (2007): 35–40.
<https://jki.ui.ac.id/index.php/jki/article/view/184>
- Riyanto, Slamet, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, Analisis SWOT Sebagai
- Rohmi, P. K. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Insani dalam Peningkatan Excellent Service di Bank Syariah Mandiri Cabang Lumajang." *Jurnal Berbasis Sosial* 1, no.1 (2020): 17-28.
- Saputra, Adrian. "Alquran Isyaratkan Pentingnya Muslim Kuasai Sumber Daya Alam." *Harian Republika*. Selasa 20 Desember 2022, 21:08 WIB.
- Saputra, Welly Ramadan. "Pemberdayaan Pengrajin Anyaman Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Di Desa Jati Baru Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan." Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022.
- Sari, Fitria Nurma Sari. "Strategi Bisnis Rasulullah." *Manajemen Bisnis Syariah* 55(2022).
<http://eprints.umpo.ac.id/13045/1/Buku%20Digital%20%20Manajemen%20Bisnis%20Syariah.pdf#page=66>.
- Siti Indah Purwaning Yuwana and Isti Fadah, "SWOT Analysis: Marketing Strategy of Apotek Sawojajar Mas to Increase Sales And Competitiveness," *Journal of Management and Business Innovations* 4, no. 02 (2022): 73–80.
- Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, Analisis SWOT Sebagai
- Suardi, D. "Makna Kesejahteraan Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam." *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no.2 (2021): 321-334.
- Sugiyono; E-Book Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD. Alfabeta, 2013.
http://elibrary.stikesghsby.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1879%26keywords%3D.
- Suseno, Adytia. "Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Furniture pada Ud. Ethnic Furniture." *Agora* 1, no. 3 (2013).

<https://www.neliti.com/id/publications/36243/pengelolaan-dan-pengembangan-usaha-furniture-pada-ud-ethnic-furniture#cite>.

- Syafi'i, Imam. "*Industri Kerajinan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Dan Perekonomian Masyarakat Desa Mlandingan Kulon Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo*". Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2024.
- Syafi'i, M, Suroso, S. "Kajian Pengelolaan Hutan Produksi Desa Senanggalih Kecamatan Sambelia Kabupaten Lombok Timur Tahun 2017." *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu dan Pendidikan Geografi* 2, no.1 (2018): 29-36. <https://doi.org/10.29408/geodika.v2i1.873>
- Wirdah, Lisyia. "Kerajinan Anyaman AWEE Sebagai Home Industri (Analisis Terhadap Stilistik Anyaman Stilistik Anyaman Di Gampong Lambaro Kueh, Kecamatan Lhoknga, Aceh Besar)." Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam- Banda Aceh, 2021.



MATRIK PENELITIAN

Judul	Fokus Penelitian	TEORI	Metode Penelitian	HASIL
Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah Dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus UD. Legong Antik Wringin)	1. Bagaimana strategi inovasi produk kayu yang dilakukan oleh UD. Legong Antik? 2. Bagaimana peran UD. Legong Antik dalam mendukung kesejahteraan dan ekonomi masyarakat Wringin? 3. Bagaimana peluang dan tantangan inovasi produk kayu berbasis syariah dalam mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat Wringin?	1. Damanpour Inovasi adalah pengenalan elemen baru dalam organisasi seperti sistem, kebijakan, atau produk yang belum tentu baru bagi dunia, tapi baru bagi organisasi. 3. Lorens Montes melihat inovasi sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja organisasi. 2. Paul Streteen Kesejahteraan sebagai pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat, bukan sekadar pertumbuhan ekonomi. 3. Amartya Sen	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian: Kualitatif Deskriptif (field research) 2. Lokasi Penelitian: UD. Legong Antik, Wringin, Kab Bondowoso 3. Subjek Penelitian: <i>Purposive</i> 4. Teknik Pengumpulan Data: Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi 5. Analisis Data: Kondensasi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan. 6. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber dan Teknik	1. Penurunan jumlah pembeli pada UD. Legong Antik disebabkan oleh beberapa tantangan yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan SWOT. Keterbatasan modal menjadi hambatan utama yang mengganggu kemampuan usaha untuk memenuhi permintaan pasar dan mengembangkan produk kayu yang sesuai dengan nilai-nilai Islami. 2. Berdasarkan hasil analisis, upaya peningkatan penjualan pada UD. Legong Antik telah berhasil dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam setiap aspek usaha. Penerapan nilai-nilai Islami dalam desain dan produksi kayu mendapat respons positif dari pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk, yang juga selaras dengan prinsip keadilan, keseimbangan, dan keberlanjutan dalam bisnis.

		menilai kesejahteraan berdasarkan kemampuan (<i>capability</i>) seseorang untuk menjalani kehidupan yang bernilai, bukan sekadar pendapatan.		
--	--	--	--	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Faizah Nada Diyanah

Nim : 212105020010

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 14 Mei 2025

Saya yang menyatakan



Faizah Nada Diyanah
NIM. 212105020010

PEDOMAN WAWANCARA

Panduan Wawancara untuk Pemilik Usaha

1. Sejak kapan UD. Legong Antik berdiri dan bagaimana sejarah awalnya?
2. Apa motivasi awal Bapak/Ibu mendirikan usaha mebel ini?
3. Apa saja jenis produk kayu yang diproduksi saat ini?
4. Inovasi apa yang telah dilakukan dalam hal desain, fungsi, maupun bahan baku?
5. Apa strategi yang dilakukan untuk membedakan produk Anda dengan produk mebel lain di pasaran?
6. Apa yang dimaksud dengan “usaha berbasis syariah” menurut Bapak/Ibu?
7. Bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam proses produksi, transaksi, dan hubungan kerja?
8. Bagaimana pengelolaan keuangan usaha Anda? Apakah menggunakan sistem bebas riba?
9. Apakah ada bentuk sedekah, zakat usaha, atau kegiatan sosial dari UD. Legong Antik?
10. Sejauh mana usaha ini berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi karyawan dan warga sekitar?
11. Apakah ada pelibatan masyarakat lokal dalam proses produksi atau distribusi?
12. Apakah usaha ini membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar?
13. Apa harapan Anda terhadap perkembangan usaha ini di masa depan?
14. Bagaimana peran nilai-nilai Islam dalam mengembangkan inovasi produk kayu ke depan?

Panduan Wawancara untuk Karyawan

- Sudah berapa lama Anda bekerja di UD. Legong Antik?
- Apa tugas dan tanggung jawab utama Anda di sini?
- Bagaimana suasana kerja di sini menurut Anda?
- Apakah manajemen memperlakukan karyawan secara adil? Jelaskan.
- Bagaimana sistem upah atau penghasilan di sini? Apakah sesuai dengan kebutuhan?
- Apakah Anda merasakan nilai-nilai Islam diterapkan dalam lingkungan kerja ini? Jika ya, bagaimana bentuknya?
- Apakah Anda pernah dilibatkan dalam kegiatan keagamaan, sosial, atau pelatihan spiritual?
- Apakah pekerjaan ini membantu meningkatkan kesejahteraan Anda dan keluarga?
- Apakah Anda merasa bangga bekerja di usaha ini? Mengapa?

Panduan Wawancara untuk Pelanggan

- Sejak kapan Anda menjadi pelanggan UD. Legong Antik?
- Apa alasan Anda memilih produk dari usaha ini dibandingkan dengan yang lain?
- Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk mebel dari UD. Legong Antik?
- Apakah produk mebel di sini memiliki nilai keunikan tertentu?
- Apakah Anda mengetahui bahwa usaha ini berbasis syariah? Jika ya, dari mana Anda mengetahuinya?

- Apa pendapat Anda tentang usaha yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya?
- Apakah Anda merasa puas dengan produk dan pelayanan di sini?
- Apakah Anda akan merekomendasikan produk ini kepada orang lain? Mengapa?

Panduan Wawancara untuk Masyarakat Sekitar

- Sejak kapan Bapak/Ibu mengenal usaha UD. Legong Antik?
- Apakah Anda atau anggota keluarga pernah bekerja atau terlibat dalam kegiatan usaha tersebut?
- Menurut Anda, apakah keberadaan UD. Legong Antik memberikan pengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar? Jika ya, bagaimana bentuknya?
- Apakah usaha ini membantu membuka lapangan pekerjaan di lingkungan sekitar?
- Apakah usaha ini terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat? (misal: santunan, pembangunan fasilitas umum, bantuan ke masjid/musala, dll)
- Bagaimana hubungan sosial antara pemilik usaha dan warga sekitar?
- Apakah Anda mengetahui bahwa usaha ini dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam? Jika ya, bagaimana pendapat Anda?
- Apakah Anda melihat perbedaan antara usaha ini dengan usaha lain dari sisi kejujuran, transparansi, atau kepedulian terhadap masyarakat?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febl@uinkhas.ac.id Website: <https://febl.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-121/Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

24 Desember 2024

Kepada Yth.
Owner UD. Lengong Antik
Wringin, Situbondo

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama	: Faizah Nada Diyanah
NIM	: 212105020010
Semester	: VII (Tujuh)
Jurusan	: Ekonomi Islam
Prodi	: Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Inovasi Produk Kayu dalam Perspektif Ekonomi Islam untuk Mendukung Kesejahteraan dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus UD. Legong Antik Wringin) di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.


An Dekan
Kabag TU
Syahrul Mulyadi



Surat Keterangan Selesai Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Saliman

Jabatan : Pemilik UD. Legong Antik.

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Faizah Nada Diyanah

NIM : 212105020010

Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di UD. Legong Antik Wringin untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah Dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Ud. Legong Antik Wringin)".

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Jember, 3 Maret 2025



Saliman

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

NO.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Paraf
1.	14 Februari 2025	Penyerahan surat izin penelitian dan wawancara dengan Bapak Saliman selaku pemilik UD. Legong Antik.	
2.	17 Februari 2025	Observasi dan pengambilan data pada UD. Legong Antik.	
3.	18 Februari 2025	Wawancara dan dokumentasi dengan karyawan UD. Legong Antik	
4.	21 Februari 2025	Wawancara dan dokumentasi dengan ibu Baina dan Junaipah selaku pelanggan tetap UD. Legong Antik.	
5.	25 Februari 2025	Wawancara dan dokumentasi dengan beberapa pelanggan salah satunya dengan ibu Fitriah dan Alfino selaku pelanggan UD. Legong Antik.	
6.	28 Februari 2025	Wawancara dan dokumentasi dengan Masyarakat Wringin Bondowoso.	
7.	3 maret 2025	Meminta surat pernyataan selesai penelitian dan dokumentasi kepada pemilik UD. Legong Antik.	

Jember, 3 Maret 2025


Saliman

DOKUMENTASI



Gudang UD, Legong Antik



Bahan Kayu yang digunakan Jati, Kamper, Bangkirai



Produk yang dijual



**Wawancara dengan Bapak Saliman dan Ibu Evi
Selaku Pemilik UD. Legong Antik**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



**Wawancara dengan Bapak Sarman
Selaku Karyawan Senior UD. Legong Antik**





**Wawancara dengan Ibu Junaipah, Ibu Fitriah, dan Ibu Baina
Selaku Pelanggan UD. Legong Antik**





Kegiatan Karyawan UD. Legong Antik Mulai dari Pemotongan, Pengukiran, Pemahatan, dan Penghalusan



Wawancara dengan masyarakat desa Wringin yang berada di sekitar UD. Legong Antik



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Matarani No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Faizah Nada Diyanah
NIM : 212105020010
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Inovasi Produk Kayu Berbasis Syariah dalam Mendukung Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus UD. Legong Antik Wringin)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 7 Mei 2025

Operator Turnitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Luluk Musfiroh





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



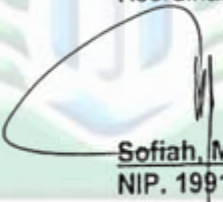
SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Faizah Nada Diyanah
NIM : 212105020010
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 14 Mei 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama : Faizah Nada Diyanah
NIM : 212105020010
Tempat/Tgl Lahir : Situbondo, 06 September 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Kp. Krajan Selomukti, Kec Mlandingan, Kab Situbondo
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
No. Hp : 082335317158
Email : faizahnadadiana@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN 1 Selomukti : 2009-2015
SMP Ibrahimy 3 Sukorejo : 2015-2018
MA Husnul Riayah : 2018-2021
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2021- Selesai

PENGALAMAN MAGANG

Magang di PT. Benih Citra Asia pada bagian Divisi Marketing

MOTTO HIDUP

Bangunlah kecerdasan dan kekayaan, agar dihormati tanpa harus direndahkan.