PENGEMBANGAN BISNIS INDUSTRI KONVEKSI DALAM UPAYA MENDUKUNG INDUSTRI HALAL FASHION DI JAWA TIMUR

(Studi Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Babat Lamongan)

SKRIPSI

Oleh:

ACHMAD FARID RIZKI NIM: G94216146



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH SURABAYA 2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawa ini saya:

Nama : Achmad Farid Rizki

NIM : G94216146

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya

Mendukung Industri Halal Fashion di Jawa Timur (Studi

Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Babat Lamongan)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 10 Maret 2020

Saya yang menyatakan,

Achmad Farid Rizki

NIM. G94216146

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Achmad Farid Rizki NIM G94216146 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 09 Maret 2020 Pembimbing,

Dr. Hammis Syafaq, M.Fil.I

NIP. 197510162002121001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Achmad Farid Rizki NIM G94216146 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, tanggal 19 Maret 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi

Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I

NIP. 197510162002121001

Penguji II

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I

NIP. 197005142000031001

Penguji III

Lillik Rahmawati, MEI

NIP. 198106062009012008

Alido

Maziyah Mazza Basya, S.HI, M.SEI

NIP. 199001092019032014

Surabaya, 19 Maret 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan

l. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA **PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARY	YA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS			
_	ademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di			
bawah ini, saya:				
Nama	: ACHMAD FARID RIZKI			
NIM	: G94216146			
Fakultas/Jurusan	: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH			
E-mail address	: rizki.achmadfarid@gmail.com			
Perpustakaan UIN atas karya ilmiah: Sekripsi yang berjudul: PENGEMBANGA MENDUKUNG I	gan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif Tesis Desertasi Lain-lain AN BISNIS INDUSTRI KONVEKSI DALAM UPAYA NDUSTRI HALAL FASHION DI JAWA TIMUR (STUDI JSTRI KONVEKSI DESA TRITUNGGAL BABAT			
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara <i>fulltext</i> untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan. Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.				
Demikian pernyata	aan ini yang saya buat dengan sebenarnya.			

Surabaya, 4 Maret 2021 Penulis

(Achmad Farid Rizki)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya Mendukung Industri Halal Fashion Di Jawa Timur (Studi Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Babat Lamongan" ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana pengembangan industri konveksi dalam upaya mendukung industri halal di Jawa Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kasjian pustaka, dokumentasi dan wawancara dengan informan. Informan dalam hal ini adalah Kepala Desa Tritunggal dan pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Babat Lamongan.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) gaya hidup halal saat ini sedang digemari oleh masyarakat. Karena gaya hidup halal dengan mengkonsumsi atau menggunakan produk halal dianggap menjadi salah satu mutu jaminan kualitas produk. 2) Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi industri fashion halal di Indonesia khususnya di Jawa Timur. Dengan memiliki 150 pengrajin (baik skala kecil, menengah, dan besar), dan melibatkan 617 tenaga kerja, serta memiliki jangkauan pasar yang luas meliputi pulau Jawa dan luar Jawa. Maka pengembangan yang dilakukan meliputi aspek (a) produksi yang sesuai syariat (bahan baku, pengembangan produk, pembiayaan/permodalan dan sumber daya manusia), (b) penyimpanan, (c) pemasaran (label halal, digital marketing), (d) distribusi, dan (e) terciptannya persaingan yang sehat, dan (e) sertifikasi halal oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).

Keyword: Halal Industri Fashion, Halal Lifesyle, Jaminan Produk Halal.

DAFTAR ISI

SAMPUL	DAI	_AM	ii
PERNYA'	TAA	N KEASLIAN	iii
PERSETU	JUA	N PEMBIMBING	iv
PENGESA	AHA	N	v
LEMBAR	PER	SETUJUAN PUBLIKASI	vi
мотто			vii
PERSEMI	BAH	AN	viii
KATA PE	NGA	ANTAR	X
DAFTAR	ISI .		xii
DAFTAR	TAB	BEL	xiv
DAFTAR	TRA	NSLITERASI	xvi
BAB I	PEI	NDAHULUA <mark>N</mark>	1
	A.	Latar Belakang Masalah	
	B.	Indentifikas <mark>i dan Batasa</mark> n Masalah	8
	C.	Rumusan Masalah	9
	D.	Kajian Pustaka	
	E.	Tujuan Penelitian	
	F.	Kegunaan Hasil Penelitian	15
	G.	Definisi Operasional	16
	H.	Metode Penelitian	17
BAB II	НА	LAL FASHION DAN BISNIS INDUSTRI	25
	A.	Halal Fashion	25
		1. Halal dan Haram	25
		2. Pengertian Fashion dan Fashion dalam Islam	30
		3. Rantai Nilai Halal	34
		4. Jaminan Produk Halal	35
		5. Potensi Fashion Islami di Indonesia	37
	B.	Bisnis Industri	40

		1. Industri Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) 40
		2. Industri Konveksi
		3. Pengembangan Usaha/ Bisnis
		4. Industri Halal dan Indikator Industri Halal 50
BAB III	GA	MBARAN SENTRA KONVEKSI DESA TRITUNGGAL 56
	A.	Gambaran Umum Desa Tritunggal 56
	B.	Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal
	C.	Identitas Subjek Penelitian
	D.	Data Penelitian Lapangan
BAB IV	AN	ALISA PENGEMBANGAN BISNIS INDUSTRI KONVEKSI
	DI	DESA TRITUNGGAL BABAT LAMONGAN 101
	A.	Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya
		Mendukung Industri Halal di Jawa Timur 101
		1. Potensi <mark>Pa</mark> sar Halal F <mark>ash</mark> ion J <mark>aw</mark> a Timur
		2. Ekosistem Bisnis Sentra Industri Konveksi 101
		3. Pengem <mark>bangan Bisnis In</mark> dustri Konveksi di Sentra
		Industri Konveksi Desa Tritunggal Kecamatan Babat
		Kabupaten Lamongan Dalam Upaya Mendukung
		Industri Halal Fashion di Jawa Timur 106
		a) Produksi
		b) Penyimpanan 116
		c) Pemasaran 117
		d) Distribusi
		e) Persaingan yang Sehat 119
		f) Sertifikasi Halal 120
BAB V	PE	NUTUP
	A.	Kesimpulan
	B.	Saran
DAFTAR	DHS	ΤΑΚΑ 126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sumber Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Kriteria UMKM	43
Tabel 3.3 Batas Wilayah Desa Tritunggal	58
Tabel 3.4 Kondisi Kependudukan Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 3.5 Kondisi Kependudukan Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 3.6 Kondisi Kependudukan Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 3.7 Kondisi Kependudukan Berdasarkan Umur	60
Tabel 3.8 Data Jumlah Pengrajin dan Tenaga Kerja	62
Tabel 3.9 Jenis Produk Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal	66
Tabel 3.10 Jumlah Produksi Per Tahun	67
Tabel 3.11 Nama Informan	68
Tabel 3.12 Pengelolahan Rizal Abadi Konveksi	72
Tabel 3.13 Pengelolahan Arya Konveksi	74
Tabel 3.14 Pengelolahan Afindo Konveksi	76
Tabel 3.15 Pengelolahan Fauzul Jaya Konveksi dan Sablon	78
Tabel 3.16 Pengelolahan Anggun Jaya Konveksi	80
Tabel 3.17 Pengelolahan Reni Jaya Konveksi	82
Tabel 3.18 Pengelolahan Bintang Fajar Konveksi	83
Tabel 3.19 Pengelolahan Rama Konveksi	85
Tabel 3.20 Pengelolahan Eka Jaya Konveksi	87
Tabel 3.21 Pengelolahan Mekar Jaya Konveksi	89

Tabel 3.23 Pengelolahan Scorpio Kaos	91
Tabel 3.24 Pengelolahan Starnine	93
Tabel 3.25 Pengelolahan Tiga Garda Konveksi	95
Tabel 3.26 Pengelolahan Syafiq Konveksi	97
Tabel 3.27 Pengelolahan UD. Syahid Konveksi	98
Tabel 4.28 Jumlah Usaha Konveksi dan Sumber Daya Manusia	103
Tabel 4.29 Jenis Produk dan Jumlah Produksi per Tahun	105

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penduduk muslim Indonesia yang mencapai 12,7% dari populasi muslim dunia.¹ Hal ini menjadikan Negara Indonesia menjadi negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia. Oleh sebab itu saat ini pemerintah terus mendorong akan perkembangan ekonomi syariah di Indonesia sebagai arus baru ekonomi nasional.

Sistem ekonomi syariah sendiri di Indonesia saat ini telah memasuki era baru. Semakin banyaknya industri perbankan syariah di dalam negeri ini menandakan bahwa sistem ekonomi syariah tersebut telah mengalami peningkatan yang cepat. Terbukti sejauh ini pertumbuhan akan industri perbankan syariah di dalam negari sangat memuaskan. Data startistik yang dipublis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Agustus 2017, menyatakan bahwa jumlah perbankan syariah di negara kita saat ini mencapai 13 Bank Umum Syariah (BUS), dengan 189 Kantor Kas (KK), 1189 Kantor Cabang Pembantu (KCP), dan total 459 Kantor Pusat Operasi (KPO). Sedangkan jumlah Unit Usaha Syariah (UUS) meliputi 152 Kantor Pusat Operasi (KPO), 136 Kantor Cabang Pembantu (KCP, dan 53 Kantor Kas (KK).

¹ Annisa Ilham Faried, "Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia", *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No.2, (Juli, 2019), hal 9.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Statistik Perbankan Syariah Agustus 2017", http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/ https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/ https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/ https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/ https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/ https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/ https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/ <a href="https://www.ojk.go.id/

Pencapaian tersebut juga seharusnya juga dapat diikuti pada sektor-sektor halal industri yang lain, seperti halnya halal travel, halal media and recreation, industri halal fashion, halal food, halal cosmetic and pharmaceuticals, dan islamic finance. Hal ini juga sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Adiwarman Karim, bahwa hal yang perlu dilakukan dalam mendongkrak akan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia yakni dengan menciptakan ekosistem ekonomi termasuk keuangan syariah yang stabil dan berkelanjutan. Misalnya dengan menggarap pasar lainnya di luar sektor keuangan, seperti gaya hidup halal pada masyarakat.³

Negara Indonesia masih menjadi pasar dan konsumen terbesar. Dalam pangsa pasar ekonomi halal global pada tahun 2017 yang jumlahnya sekitar 2,1 triliun USD, Indonesia adalah negara yang menempati posisi pertama sebagai negara konsumen ekonomi halal yakni sekitar 10%. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai incaran industri halal baik makanan, kosmetik maupun juga turis. Jepang, Thailand, Australia, Korea, China, Selandia Baru, Singapura hingga banyak negara Eropa, ingin merebut pangsa pasar wisata Muslim yang diperkirakan mencapai 320 miliar USD pada 2024 mendatang.⁴

Di negara-negara Asia industri halal sudah berkembang dengan pesat dibandingkan dengan Indonesia. Seperti halnya negara Thailand yang telah mengukuhkan diri menjadi dapur halal dunia, meskipun penduduk muslim di Thailand hanya 5 persen. Sementara Australia telah memproduksi dan

.

³ Safyr Primadhyta, "Industri Halal Jadi Pelumas Perluasan Pasar Bank Syariah, CNN Indonesia", https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171109114632-78-254536/industri-halal-jadipelumas-perluasan-pasar-bank-syariah, diakses pada 26 November 2019.

⁴ Annisa Ilham Faried, *Implementasi Model Pengembangan Industri...*, hal 9.

mengekspor daging sapi halal. Kerea Selatan yang terkenal pada industri kecantikan juga telah menguasai pasar industri kosmetik halal dunia. Sedangkan negara Thiongkok merupakan negara yang mendominasi pada industri tekstil halal dunia.⁵

Data servei pada sesus penduduk tahun 2010 oleh Badan Pusat Statitik (BPS) menyebutkan penduduk Indonesia pada 2010 sebesar 237.642.326 jiwa, dengan penduduk beragama Islam mencapai 207.176.162 jiwa.⁶ Dan tahun 2020 diperkirakan meningkat menjadi 229 juta penduduk muslim Indonesia.

Jumlah penduduk muslim seperti yang terdapat pada data diatas adalah pangsa pasar industri halal, apabila pasar tersebut mampu dikembangkan maka Indonesia yang menyandang negara dengan penduduk muslim terbesar di kawasan Asia Tenggara bahkan dunia akan mampu menjadi sentral industri-industri halal global. Secara eksplisit, populasi ini tersebut menunjukkan bahwa begitu tinggi permintaan di kawasan domestik akan produk halal dan terbukanya pasar di Asean dan global mendorong industri halal dalam negeri untuk memperhatikan bukan hanya sisi merek tapi bagaimana produk tersebut sampai ketangan konsumen.⁷

Menurut Global Islamic Economy Report 2018/2019 dalam perkembangannya gaya hidup halal mencakup akan beberapa industri yaitu industri fashion halal, makanan halal, halal cosmetic and pharmaceuticals,

⁵ Sakina Rakhma D. S, "Negara Mana yang Rajai Industri Halal Dunia?", http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/205641726/negara-mana-yang-rajai-industrihalal-dunia, diakses pada 26 November 2019.

⁶ Badan Pusat Statistik, Sensus Penduduk Tahun 2010.

M. Dliyaul Muflihin, "Kontruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion" (Tesis-- UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), hal 5.

halal travel, halal media & recreation, dan keuangan Islam. Indonesia yang menyandang sebagai negara dengan populasi muslim terbesar baru berada di urutan ke 10 dari 15 negara dengan industri halal terbesar.

Lebih lanjut disebutkan bahwa Indonesia menempati urutan ke 2 setelah Uni Emirat Arab dalam sektor *modest fahsion*, dan menempati urutan ke 10 pada sektor industri keuangan syariah serta menempati urutan ke 4 dalam sektor pariwisata halal atau (*travel halal*). Selain sektor-sektor tersebut, negara Indonesia bukan termasuk bagian dalam 10 besar negara terbesar dalam industri makanan halal, *halal pharmaceuaticals and cosmetik*, serta *halal media & recreation*. (Global Islamic Indicator: 2019)

Di Indonesia *fashion* terus mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini terlihat dari nilai ekspor produk *fashion* nasional mengalami *trend* yang terus meningkat sebesar 10,48%, dari 11,28 miliar USD pada 2012 menjadi 16,24 miliar USD di akhir 2016. Dan selama periode bulan Januari-Juni 2017, transaksi ekspor produk *fashion* telah terbukukan sebasar 7,9 miliar USD atau Rp 102,7 triliun (pada kurs Rp 13 ribu). Negara-negara tujuan ekspor tersebut diantaranya Amerika Serikat, Swiss, Jepang, Singapura, dan Jerman. Kementrian Perdagangan Republik Indonesia melihat bahwa produk songket salah satu produk yang berpotensi dikembangkan agar mempunyai nilai tambah (*value add*) dan bisa bersaing di pasar global yang luas. (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2017).

Perkembangan pada sektor riil dalam hal ini industri produk-produk halal sudah menjadi perhatian tersendiri oleh Pemerintah Indonesia, ini bisa dilihat

dari upayanya untuk mengeluarkan kerangka hukum untuk pengembangan industri produk halal nasional, salah satunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal. UU tersebut meliputi kepastian hukum, perlinduangan, keadilan, akuntabilitas dan transparansi, efektifitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Dengan adanya jaminan akan produk halal maka pelaku usaha mampu meningkatkan nilai tambah untuk memproduksi dan menjual produk halalnya. Selain hal itu, jaminan produk halal juga mampu meningatkan daya saing akan produk halal di pasar global, sehingga dapat memberikan konstribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional.8

Islam sebagai agama, juga menjadi jalan pedoman hidup bagi pengikutnya dalam mengatur segala sendi kehidupan. Syariat Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah (hubungan manusia dengan Allah) tetapi juga mengatur aspek muamalah (hubungan manusia dengan semuanya). Di Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 dijelaskan bahwa:

Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti akan langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.⁹

.

⁸ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Kepada BPJPH Sosialisaikan UU JPH Pada Pelaku Usaha", <u>www.kemenag.go.id</u>, diakses pada November 2019.

⁹ Al-Qur'an Hafalan Mudah, Al-Hufaz, (Penerbit Cordoba. Edisi: Juli 2018).

Selain itu lebih lanjut dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 dijelaskan bahwa :

"....sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." 10

Dalam kedua ayat tersebut Allah memerintahkan untuk memakan makanan yang halal yang di dapat dengan cara yang tidak melanggar syariat Islam bukan dengan cara yang bathil dan jangan melakukan perkara yang dilarang. Hal ini menjadi kerangka landasan hukum *halal life style*, baik *halal food, halal fashion* dan lainnya.

Dalam industri *halal*, hal terpenting yaitu memastikan proses mulai awal dari supplier, manufaktur, *distribution center*, *wholesaler* (pedangang besar/grosir), pengecer dan pembeli akhir, merupakan proses yang menerapkan proses halal dan tidak tercampur akan proses yang tidak halal, sehingga nantinya dalam industri halal terdapat kinerja rantai pasok halal (*halal supply chain performance*) yang nantinya memilik perlakuan halal (*halal control*) mulai dari pihak awal supplier sampai ke pembeli akhir.¹¹

Indikator industri *halal* dalam pengembangan industri *halal fashion* meliputi proses produksi, proses penyimpanan produk, pengiriman atau distribusi produk, pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah.¹²

¹⁰ Ibid.

¹¹ M. Dliyaul Muflihin. Kontruksi Indikator Halal Dalam..., hal 92.

¹² Ibid., hal 60.

Menurut data sensus penduduk 2010 Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Jawa Timur sebanyak 37.476.757 jiwa atau 16 % dari total penduduk Indonesia dengan penduduk muslim Jawa Timur sebanyak 36.113.396 jiwa (www.bps.go.id). Ini membuat Jawa Timur menjadi provinsi dengan jumlah penduduk terbesar ke 2 setelah Jawa Barat. Dan ini menjadikan Jawa Timur mampu menjadi pangsa pasar industri *halal* terbesar nasional jika mampu diopimalkan dengan baik, termasuk juga dalam industri *halal fashion*.

Lamongan merupakan kabupaten yang ada di Jawa Timur dan menjadi kawasan yang strategis yang tergabung dalam Gerbangkertasusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan), dan merupakan wilayah perlintasan jalur pantai utara (Pantura) membuat perekonomian di Lamongan berjalan dengan baik dan pertumbuhan ukm semakin tinggi.

Kecamataan Babat daerah paling barat dari Kabupaten Lamongan bisa dikatakan sebagai pusat bisnis. Kecamatan Babat memiliki dua pasar besar yang terkenal yakni Pasar Lama Babat dan juga Pasar Agrobisnis, ditambah daerah ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Tuban dan Kabupaten Bojonegoro yang membuat daerah ini pertumbuhan ekonominya semakin pesat. Di Kecamatan Babat ada sebuah desa yang menjadi sebuah sentra pengrajin konveksi yang sudah menguasai pangsa pasar nasional, menurut sejarahnya sentra pengrajin konveksi ini bermulai pada tahun 1985 diawali dengan satu dua home industri. Namun, kini ada 150 pengrajin atau home industri dan mampu menyerap tenaga kerja ssedikitnya 617 orang yang merupakan penduduk lokal. Hal itu membuat desa ini perekonomiannnya

tumbuh pesat, dan mampu menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang tidak sedikit baik warga desa sendiri maupun dari luar desa.

Di sentra konveksi ini pun terdapat beberapa orang penyedia bahan baku untuk berbagai jenis kain, sehingga kebutuhan bahan baku untuk pengrajin konveksi dapat terpenuhi. Para pengrajin baik yang berskala besar, menengah maupun besar mampu menerima pesanan berbagai jenis kebutuhan *fashion*, baik untuk jenis *fashion* formal, informal maupun yang lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, memahami, mengkaji, menganalisis tentang bagaimana sentra industri konveksi tersebut dapat dioptimalkan untuk upaya mengembangkan pasar halal fashion kedepan. Penelitian ini akan disusun dalam bentuk karya ilmiah skripsi dengan judul "Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya Mendukung Industri Halal Fashion Di Jawa Timur (Studi Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Babat Lamongan)"

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berlandaskan uraian pada latar belakang pemasalahan diatas maka peneliti memberi beberapa masalah terkait dengan penelitian, diantaranya:

1. Identifikasi Rumusan Masalah:

- Belum mampunya Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia untuk menjadi negara dengan industri halal terbesar di dunia.
- b. Perlunya pengembangan bisnis industri konveksi untuk mendukung industri *halal fashion* di Indonesia khususnya wilayah Jawa Timur.

2. Batasan Masalah:

Setelah di identifikasi muncul masalah - masalah yang ditemukan, agar penelitian ini nantinya terarah dan terfokus dalam memahami persoalan maka dibutuhkan adanya suatu batasan masalah, dan masalah penelitian ini dibatasi pada aspek pengembangan bisnis industri konveksi dalam upaya mendukung industri *halal fashion* di Jawa Timur

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah di atas maka peneliti merumuskan suatu permasalahan yakni, bagaimana pengembangan bisnis industri konveksi dalam upaya mendukung industri halal fashion di Jawa Timur?

D. Kajian Pustaka

Penelitian ini tidak merupakan duplikasi atau penggulangan dari penelitian-penelitian yang terdahulu, karena sejak awal penelusuran hingga saat ini, peneliti belum menemukan penelitian yang spesifik tentang "Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya Mendukung Industri Halal Fashion Di Jawa Timur" terlebih untuk studi Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal. Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Sumber Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	M. Dliyaul	Bahwa indikator industri	a) Metode	a) Objek
	Muflihin.	halal fashion meliputi:	penelitian	penelitian
	Kontruksi	Pertama halal supplier,	yang	kontruksi

	Indikator Halal	mencakup pengiriman dan	diaumatram	indikator halal,
			digunakan	·
	Dalam	kemasan. Kedua halal	deskriptif	sedangkan
	Perkembangan	manufacture, mencakup	kualitatif	penulis
	Industri <i>Halal</i>	proses produksi yang	b) Konsep	mengunakan
	Fashion. ¹³	sesuai sop produksi	industri <i>halal</i>	model
		kehalalan produk. Ketiga	fashion.	pengembagan
		halal warehouse, ini akan		bisnis industri
		mencakup penempatan		fashion.
		produk dan pelebelan		b) Peneliti
		produk yang cacat dan		terdahulu
		baik. <i>Keempat halal</i>		menggunakan
		distribution, mencakup		telaah literatur,
		bagaimana kesesuaian		sedangkan
		distribusi dengan prosedur		penulis
		sop pengiriman produk		memakai
		halal.		telaah literatur
				dan studi
				lapangan.
2.	Annisa Ilmi	Produk halal bukan hanya	a) Metode	a) Lokasi
	Faried.	untuk memenuhi prinsip	yang	untuk tempat
	Implementasi	agama Islam, juga telah	digunakan	penelitian
	Model	menjadi budaya bagi	deskriptif	terdahulu tidak
	Pengembangan	masyarakat muslim dunia.	kualitatif	termuat secara
	Industri Halal	Dan diproyeksikan total	b) Konsep	jelas dalam
	Fashion di	penduduk muslim dunia	pengembang-	arti jenis
	Indonesia. 14	meningkat dari 1,6 miliar	an industri	penelitian
		jiwa tahun 2010 menjadi	halal	pustaka,
		2,2 jiwa di tahun 2030. Ini	fashion.	sedangkan
		akan menjadi mesin		penulis
		pendorong tersendiri bagi		mengadakan
		industri produk halal		penelitian
		dunia, karena permintaan		lapangan di
		produk halal berbanding		sentra industri
		lurus dengan peningkatan		konveksi Desa
		penduduk muslim. Dan		Tritunggal.
		faktanya permintaan tidak		26
		hanya datang dari		
		kalangan muslim semata		
		tapi juga non muslim hal		
		ini dikarenakan dengan		
		iii dikarchakan dengan		

M. Dliyaul Muflihin, "Kontruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion",
 (Tesis-- UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)
 Annisa Ilham Faried, "Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia",

Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Vol. 4 No.2, (Juli, 2019).

	T		<u> </u>	
		meningkatnya preferensi		
		masyarakat non muslim		
		untuk mengkonsumsi		
		produk berlabel halal.		
3.	Ahmad	Pakaian adalah kebutuhan	a) Objek	a) Peneliti
	Mustarni.	pokok bagi manusia. Nilai	penelitian	terdahulu
	Pendidikan	pendidikan Islam dalam	pada industri	mengunakan
	Islam Dalam	hal berpakaian meliputi:	fashion	analisis telaah
	Peradaban	tertutupnya aurat, pakaian		literatur,
	Industri	sebagai pelindung/taqwa,		sedangkan
	Fashion. 15	dan petunjuk identitas.		penulis
		Untuk mencerminkan		memakai
		seorang muslim yang		telaah literatur
		berpribadian Islam maka		dan studi
		kita harus melihat kaidah-		lapangan di
		kaidah berpakian yang		sentra
		sesuai dengan syariat		konveksi.
		Islam.		
4.	Rahmah	Regulasi dan edukasi	a) Metode	a) Peneliti
	Maulidia.	produk halal mendesak	penelitian	terdahulu
1	Urgensi	untuk dilakukan segera	yang	mengunakan
1	Regulasi dan	untuk perlindungan hak -	digunakan	analisis telaah
	Edukasi	hak konsumen. Gasasan	adalah jenis	literatur,
	Produk Halal	perlindungan ini dapat	deskriptif	sedangkan
	Bagi	disosialisasikan kepada	kualitatif	penulis
	Konsumen. 16	masyarakat luas melalui		memakai
		berbagai kegiatan		telaah literatur
		pendampingan konsumen,		dan studi
		misalkan pendidikan,		lapangan di
		penelitian, pengujian,		sentra
		pengaduan, dan publikasi		konveksi.
		media konsumen.		
5.	Nurulia	Permasalahan yang di	a) Objek	a) Peneliti
	Azizah. Model	hadapi oleh pengrajin	penelitian di	terdahulu
	Pengembangan	skala kecil ialah adalah hal	sentra	memakai
	Industri Kecil	keterbatasan modal.	konveksi	deskriptif
	Konveksi	Startegi pengembangan	Desa	kuantitatif,
	Melalui APIK	yang bisa di terapkan oleh	Tritunggal	sedangkan
	(Asosiasi	pengrajin kecil antara lain	Lamongan	penulis
5.	Azizah. Model Pengembangan Industri Kecil Konveksi Melalui APIK	penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen. Permasalahan yang di hadapi oleh pengrajin skala kecil ialah adalah hal keterbatasan modal. Startegi pengembangan yang bisa di terapkan oleh	penelitian di sentra konveksi Desa Tritunggal	sentra konveksi. a) Peneliti terdahulu memakai deskriptif kuantitatif, sedangkan

Ahmad Mustami, "Pendidikan Islam Dalam Peradaban Industri Fashion", *Hufana: Jurnal Studia Islamika*, Vol. 12, No. 1, (Juni, 2015).
 Rahmah Maulidia, "Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen", *Justitia Islamica*, Vol. 10 No. 2, (2013).

	Pengrajin	meningkatkan kualitas,		memakai
	Industri	mencari bahan baku		deskriptif
	Konveksi) di	dengan harga yang lebih		kualitatif.
	Desa	murah, mencari dukungan		b) Model
	Tritunggal	dari pemerintah untuk		pengembang-
	Kecamatan	khususnya memperluas		melalui APIK,
	Babat	pasar, dan terakhir		sedangkan
	Kabupaten	memiliki motivasi yang		penulis
	Lamongan. 17	kuat untuk maju.		pengembangan
				industri halal
				fashion.
6.	Hendri H. A.	Peningkatan populasi dan	a) Objek	a) Peneliti
	& Mila S.	daya beli umat Islam di	penelitian	terdahulu
	Halal Lifestyle	dunia telah memperkuat	halal lifestyle	mengunakan
	di Indonesia. ¹⁸	tren gaya hidup halal.	di Indonesia,	analisis telaah
		Gaya hidup dipandang	sedangkan	literatur,
		sebagai pola hidup baru di	penulis	sedangkan
1	4	du <mark>nia</mark> k <mark>hu</mark> susnya <mark>musli</mark> m	memakai	penulis
/		Indonesia. Implikasi	industri <i>halal</i>	memakai
		f <mark>eno</mark> mena <mark>pr</mark> akt <mark>ik h</mark> alal <mark>di</mark>	fashion di	telaah literatur
		Indonesia sekarang tidak	Jawa timur.	dan studi
1		hanya pada sekt <mark>or</mark>		lapangan di
		makanan tapi juga pada	4	sentra
		sektor wisata, mode,	4	konveksi.
		pengobatan, <i>meke up</i> dan		
		pola hidup lainnya.		
7.	Faqiatul M. M	Potensi industri halal di	a) Metode	a) Peneliti
	& Anissa H. P.	Indonesia mengalami	penelitian	terdahulu
	Model	peningkatan yang pesat.	yang	mengkaji
	Pengembangan	Beberapa tahun terakhir	digunakan	konsep model
	Industri Halal	Indonesia telah menjadi	_	pengemban-
	Food di	konsumen makanan halal	kualitatif	gan industri
	Indonesia. 19	terbesar di dunia. Menjaga		halal food.
		akan kualitas kehalalan		Sedangkan
		suatu produk makanan		penulis
		adalah cara agar dapat		mengkaji
		bersaing dengan negara		

Nurulia Azizah, "Model Pengembangan Industri Kecil Konveksi Melalui APIK (Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi) di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan", Economics Development Analysis Journal, 3 (2) 2014.

¹⁸ Hendri H. A. & Mila S, "Halal Lifestyle di Indonesia", An-Misbah: Journal Ekonomi Syariah, Vol. 05 No. 2, (April 2019).

¹⁹ Faqiatul M. M & Anissa H. P, "Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia", *Jirnal* Muqtasid, 9 (1) (2018).

		T	T	
		lain. Hal – hal yang perlu		industri <i>halal</i>
		untuk diperhatikan yakni		fashion.
		Pertama, memastikan		b) Peneliti
		produksi berjalan sesuai		terdahulu
		standar jaminan halal.		mengunakan
		Kedua, memastikan		teknik analisis
		proses distribusi tidak		telaah literatur,
		bercampur produk atau		sedangkan
		unsur non halal. Ketiga,		penulis
		mempromosikan gaya		memakai
		hidup halal melalui		telaah literatur
		edukasi terhadap		dan studi
	-	konsumen bahwa ini		lapangan di
		bukan hanya sebagai		sentra
		kewajiban namun juga		konveksi.
		kebutuhan.		
8.	Aan Jaelani.	Sebagai bagian dari	a) Metode	a) Peneliti
	Halal Tourism	industri nasional, <i>halal</i>	penelitian	terdahulu
	Industry in	tourism memiliki prospek	yang	menggunakan
	Indonesia:	y <mark>an</mark> g baik dan mampu	digunakan	teknik analisis
	Potencial and	memberi kontribusi dalam	deskriptif	telaah literatur,
1	Prospects. 20	peningkatan pendapatan	kualitatif	sedangkan
		nasional. Inti dari industri	ļ,	penulis
		halal tourism adalah		memakai
		menerapkan prinsip-		telaah literatur
		prinsip syariah dalam		dan studi
		pengelolaan tempat wisata		lapangan di
		yang santun dan ramah		sentra
		baik untuk pengunjung		konveksi.
		maupun lingkungannya.		
		Untuk mencapai visi		
		Indonesia sebagai kiblat		
		wisata halal dunia maka		
		strategi pengembangan-		
		nya di arahkan pada		
		pemenuhan indeks daya		
		saing wisata sebagai		
		indikator utamanya, yaitu:		
		pembenahan infrastuktur,		
		promosi, SDM unggul dan		
		promosi, sizivi unggui uan		

²⁰ Aan Jaelani, "Halal Tourism Industri in Indonesia: Potencial and Prospects", *Munich Personal RePEc Archive*, No 76236, (Jan 2017).

		peningkatan kapasitas		
		pelaku pariwisata.		
9.	Lies	Sertifikasi <i>halal</i> saat ini	a) Metode	a) Objek
7.	Afroniyati.	tidak hanya untuk ranah	peneligtian	penelitian
	Analisa	hukum agama , tapi juga	yang	sertifikasi
	Ekonomi	komodifikasi dagang serta	digunakan	MUI,
	Politik	untuk perlindungan bagi	adalah	sedangkan
	Sertifikasi	konsumen terlebih untuk		· ·
			deskriptif	penulis pada industri <i>halal</i>
	Halal oleh	muslim. Negara negara	kualitatif.	
	Majelis Ulama	sekuler pun berkomitmen		fashion di
	Indonesia. ²¹	untuk turut memproduksi		Indonesia.
		barang-barang yang halal.		
		Sertifikasi <i>halal</i> jika untuk		
		komodikasi dagang bukan		
		sebuah kesalahan, karena		
		dalam era globalisasi saat		
		ini instrumen seperti		
	4	sertifika <mark>si</mark> halal sering kali		
		digunakan untuk politisasi		
		dagang. Nam <mark>un</mark> juga		
		hendaknya agar tetap		
		memenuhi hak umat dan		100
		memberi dampak positif		
		bagi kemajuan ekonomi		
		nasional.		
10.	Nurul Izza	Konsep gaya hidup halal	Persamaan	a) Peneliti
	Abdul Aziz &	dapat diterapkan di dunia	konteks	terdahulu
	Fadzila Azni	kerja. Selain untuk patuh	Halal	menggunakan
	Ahmad.	syariah Islam, hal itu juga	Lifestyle,	jenis kualitatif
	The Halal	dapat menyelamatkan dan	dimana	interpretatif
	Lifestle Of	mencegah kecelakaan atau	penelitian	dengan
	Muslim	tindakan asuasila terjadi di	penulis di	menggunakan
	Working	antara perempuan yang	halal fashion	literatur masa
	Women. ²²	bekerja. Hal Ini harus	termasuk di	lalu yang di
		dipertanggungjawabkan	dalam kajian	analisis dari
		terutama ketika kebijakan	halal lifestyle	prespektif
		yang kita miliki saat ini		Islam.
		mencoba membuka		Sedangkan
		jendela peluang bagi		penulis
	1		1	

Lies Afroniyati, "Analisis Ekonomi Politik Serifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia", *Jurnal Kebijakan dan Adminitrasi Publik*, Vol. 18, No. 1, (Mei 2014).
 Nurul Izza A. A. & Fadzila A. A, "The Halal Lifestyle of Muslim Working Women", *International Journal of Academic Research In Business and Social Sciences*, Vol. 8, No. 5, (May 2018), Pg. 1138-1147.

perempuan untuk terlibat	mengunakan
dalam karier mereka	penelitian
masing-masing.	kualitatif
	deskriptif.

Sumber : Dihimpun dari berbagai sumber penelitian yang berhubungan dengan penelitian.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran tentang pengembangan bisnis industri konveksi dalam upaya mendukung *industri halal fashion* di Jawa Timur.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat, melalui aspek terotis dan praktis:

- Secara teoritis, hasil penelitin ini nantinya dapat dijadikan sebagai sumber rujukan atau referensi dan pedoman yang berguna dalam penelitian lebih lanjut dimasa mendatang, juga dapat menambah wawasan khazanah pustaka bagi pembaca dalam memahami pengembangan bisnis industri konveksi khususnya dalam upaya mendukung industri halal fashion di Jawa Timur.
- 2. Secara praktis, hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan bahan acuan bagi pelaku industri konveksi atau pemegang kekuasaan pemerinthan setempat dalam upaya pengembangan industri konveksi untuk mendukung industri halal fashion di Indonesia khususnya di Jawa Timur, sehingga nantinya juga berdampak pada peningkatan ekonomi syariah.

G. Definisi Operasional

Agar mempermudah dalam pemahaman terhadap suatu konsep variabel dalam penelitian ini, maka peneliti menjelaskan makna variabel berikut:

1. Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis merupakan seperangkat gagasan atau konsep yang kuat untuk meningkatkan efektifitas suatu bisnis kedepan. Dalam penelitian ini maka diharapkan mampu memberi gambaran sebuah pola pengembangan bisnis dalam mengembangkan suatu industri *halal fashion* guna untuk memaksimalkan potensi pasar *halal lifestyle* khususnya pada sektor *halal fashion*.

2. Industri Halal Fashion

Industri merupakan suatu aktivitas ekonomi yang mampu memberi dampak pada kesejahteraan masyarakat. Dan halal memiliki arti lepas atau tidak terikat, maknanya hal hal yang boleh dan dapat dilakukan dikarenakan terlepas atau tidak terikat dengan adanya ketentuan yang melarangnya. Fashion atau mode merupakan gaya berbusana dalam suatu budaya pada suatu waktu tertentu. Maka yang dimaksud dalam penelitian ini adalah adannya suatu industri fashion atau konveksi yang dari mulai alur awal pengadaan hingga distribusi tidak adanya unsur yang melanggar ketentuan syariat Islam. Dan bisa di artikan adanya suatu gaya hidup baru yakni halal lifesyle yang memiliki potensi ekonomi yang besar untuk dikembangkan.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan di gunakan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu motode riset yang sifatnya deskriptif, mengunakan analisis, mengacu pada data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan pendukung, serta menghasilkan suatu teori.

Pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang menghasilkan data yang bersifat deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang termasuk perilaku yang diamati. Adapun jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian dengan mengambarkan suaru objek yang berkenaan dengan masalah yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel penelitian. Jenis ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menguraikan suatu suatu hal sebagaimana adanya mencatat, analisa dan juga menginterpresikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi. Dalam penelitian ini tidak menguji hipotesis melainkan sebatas mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan apa yang akan diteliti.

1. Data yang Dikumpulkan

Data yang perlu dikumpulkan adalah data yang berkaitan dengan industri halal *fashion* khususnya industri konveksi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak terkait serta data yang diperoleh dari hasil kajian pustaka.

_

²³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2003), hal 3.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber dari mana data akan digali, baik primer maupun sekunder.²⁴ Data tersebut merupakan data yang dihimpun guna menjawab pertanyaan yang ada pada rumusan masalah. Adapun pada penelitian ini data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer adalah sumber yang memberikan data berkaitan langsung dengan masalah penelitian atau data yang didapat langsung dari sumber pertama.²⁵ Sumber data ini adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.²⁶ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah:
 - 1) 15 pelaku industri konveksi di sentra konveksi Desa Tritunggal.

Dikarenakan sentra industri konveksi di Desa Tritunggal mencakup dan memiliki 150 pengrajin dengan melibatkan 600 lebih karyawan. Maka peneliti mengambil 15 pengrajin/ pelaku usaha sebagai sampel dari populasi yang ada, 15 pengrajin tersebut meliputi pelaku usaha skala kecil sebanyak 5 orang, pelaku usaha skala menengah sebanyak 5 orang, dan 5 pelaku usaha skala besar.

²⁴ Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi, (FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017), hal 11.

²⁵ Muhammad Pabundu, *Metodelogi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara. 2006), hal 57.

²⁶ M. Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosialogi Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran,* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), hal 129.

Pengambilan informan dari kalangan pengrajin ini karena sebagai praktisi bisnis di industri konveksi dan sekaligus yang mengetahui tentang industri konveksi di Sentra Industri Desa Tritunggal dan juga sebagai sumber infromasi data primer.

2) Penyedia bahan baku di Desa Tritunggal

Penyedia bahan baku yang ada di Desa Tritunggal ada 3 pelaku, dan ketiga pelaku usaha akan dijadikan sebagai informan. Dengan pengambilan informan ini di harapkan akan mampu memberi informasi data mengenai bahan baku produksi yang digunakan sekaligus memperkuat data mengenai sentra industri konveksi di Desa Tritunggal.

3) 1 orang Kepala Desa Tritunggal.

Pengambilan infroman dari Kepala Desa Tritunggal yang sekaligus merupakan kalangan birokrat sebagai sosok yeng mewakili dan mengetahui tentang Desa Tritunggal sekaligus sebagai sumber informasi data primer dalam penelitian.

b. Data Sekunder adalah sumber data kedua sestelah sumber data primer. Sumber data ini diharapkan mampu mewakili sumber data primer yang sukar didapat termasuk berperan membantu mengungkap data yang diharapkan.²⁷ Data sekunder dalam peelitian ini adalah dokumen Desa Tritunggal, jurnal, sumber internet lainnya atau tulisan yang erat membahas *halal fashion*.

²⁷ Ibid.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga diperoleh suatu data. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin memperoleh data lebih mendalam dan lebih detail, biasanya peneliti bisa menemukan informasi yang tidak diperoleh dari observasi.²⁸ Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara sistemik, yaitu wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara menyiapkan pedoman tertulis tentang apa yang akan di tanyakan kepada narasumber. Pedoman wawancara tersebut digunakan oleh pewawancara sebagai alur yang harus diikuti, mulai awal hingga sampai akhir wawancara.²⁹

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, dan data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti dan dihimpun dengan penggunaan panca indra manusia.³⁰

٠

²⁸ Boedi & Beni, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muammalah* (Bandung : CV Pustaka Setia. 2014) hal 49

²⁹ Burhan Bungin, Metode Penelitian Kuantitatif. Komunikasi..., hal 127.

³⁰ Ibid, hal 143.

Observasi adalah teknik pengamatan yang didasarkan atas pengalaman secara langsung. Teknik ini juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Dalam hal ini peneliti datang langsung ke lapangan untuk mengamati secara objektif.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang diperoleh dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya momumental lainya. Dokumentasi merupakan sebuah penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari instansi maupun dari perusahaan yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data dari sumber-sumber seperti buku, undang-undang, foto-foto, artikel, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan industri *halal fashion*.

d. Studi Pustaka

Penelitian dilakukan dengan membaca, memahami dan mentelaah berbagai literatur dari perpustakaan dengan sumber berasal bari buku, jurnal, internet dan penilitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Hal ini menjadi penting karena penelitian ini juga mengunakan pendekatan kualitatif

.

³¹ Boedi & Beni, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muammalah*, hal 207.

sehingga kajian pustaka atau literatur yang mendalam sangat dibutuhkan.

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan editing, dan organizing.

- Editing, yaitu memeriksa kembali dari semua data yang diperloleh dari segi kelengkapannya, kejelasan serta kesesuaian antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.
- Organizing, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis. 32 Pada tahap ini peneliti melakukan pemilihan dan penyusunan data secara sitematis yang dibutuhkan untuk dianalisis. Sehingga nantinya lebih mudah untuk menemukan fakta sebagai jawaban rumusan masalah.

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data yang sudah terkumpul adalah dengan metode deskritif analitis dengan pendekatan kaualitatif. Metode ini adalah suatu metode dalam menelili status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran ataupun

suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Dengan maksud untuk

³² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), Hal 243.

mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.³³

Dalam penelitian ini peneliti mengungkap fakta-fakta permasalahan dengan di dukung data empiris, selanjutnya peneliti memerlukan data-data dari beberapa narasumber dan kajian pustaka. Data tersebut kemudian dianalisis mengunakan metode deskriptif analitis, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis. Sehingga nantinya akan mengasilkan kesimpulan mengenai model pengembangan bisnis industri fashion dalam mendukung industri *halal fashion* di Jawa Timur.

6. Sitematika Pembahasan

Secara umum skripsi ini terdiri dari 5 bab yang memiliki keterkaitan antar bab. Setiap bab mempunyai sub bab dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam mengkaji hasil penelitian ini. Agar mendapat gambaran yang jelas, penulis menguraikan secara singkat mengenai sistematika penulisan penelitian ini yaitu:

Bab I menjelaskan berbagai masalah dan fenomena yang melatarbelakangi pentingnya akan penelitian ini, dengan terlebih dahulu mengidentifikasi masalah yang ada dan membatasi masalah pada rumusan masalah yang merupakan acuan dalam melakukan penelitian ini. Pada bab ini memuat, Latar Belakang Masalah, Identifikasi dan Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Hasil Penelitian, Kajian Pustaka, dan Metodelogi Penelitian, serta Sistematika Pembahasan.

.

³³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Reneka Cipta, 1995) Hal 30.

Bab II memuat kerangka teoritis yang didalamnya berisikan teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini, terlebih sebagai pedoman dan tolak ukur, apakah penelitian yang dibuat sesuai dengan teori atau justru berlawanan dengan teori. Teori yang dimuat dalam bab ini adalah teori yang mendukung dalam penelitian "Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya Mendukung Industri *Halal Fashion* Di Jawa Timur (Studi Kasus Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal)". Teori tersebut diantaranya mencakup secara garis besar mengenai Halal Fasion dan Bisnis Industri.

Bab III berisi penyajian data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi terkait dengan pengembangan industri *halal fashion*, dan mendeskripsikan data secara objektif dan yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian.

Bab IV berisi pembahasan dan analisis tentang pengembangan bisnis industri konveksi dalam upaya mendukung industri *halal fashion* di Jawa Timur. Dan hasil analisis nantinya akan disajikan dalam bentuk informasi atau data.

Bab V merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dari seluruh hasil dari penelitian ini, berikut saran dan rokomendasi hasil penelitian. Saran dan rekomendasi ditujukan kepada pelaku industri konveksi di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabuapaten Lamongan dan dan Pemerintah Desa Tritunggal Babat Lamongan.

BAB II

HALAL FASHION DAN BISNIS INDUSTRI

A. Halal Fashion

1. Halal dan Haram

a. Definisi Halal dan Haram

Halal memiliki arti melepaskan atau membebaskan. Secara etimologi halal merupakan hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena tidak terikat atau bebas dari ketentuan-ketentuan yang melanggarnya. Dapat pula diartikan sebagai segala sesuatu yang terhindar dari bahaya *duniawi* dan *ukhrawi*. Pengertian *pertama* memberi makna bahwa kata halal menyangkut kebolehan menggunakan benda atau apa saja untuk memenuhi kebutuhan fisik, termasuk di dalamnya juga makanan, minuman, dan obat-obatan. Pengertian *kedua* berkaitan dengan kebolehan memanfaatkan, memakan, meminum, dan mengerjakan sesuatu yang kesemuanya ditentukan berdasarkan *nash* (dalil).

Dalam Al-Quran, kata halal memiliki makna yang berbeda-beda.

Perbedaan makna tersebut dikelompokkan menjadi dua: *Pertama*,

yang memiliki arti atau makna yang berkaitan dengan makanan dan

¹ Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir: Kamus Arab Indonesia*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), hal 291.

² Ghufron A. Mas'adi, *Ensiklopedi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), hal 199.

³ Sucipto, "Halal dan Haram Menurut al-Ghazali dalam Kitab Mau'id}otul Mu'mini<n", *Jurnal Asas*, Vol. 4, No. 1, (Januari 2012), hal 2.

minuman. *Kedua*, yang memiliki arti atau makana berkaitan dengan perilaku, aktivitas, atau tindakan.⁴

Diantara contoh kata halal yang memiliki makna makanan dan minuman dalam Al-Quran adalah "Wahai manusia!, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesunguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu" (Surat Al-Baqarah ayat 168). Sedangkan untuk contoh kata "halal" yang memiliki makna aktivitas adalah: "... padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...." (Al-Baqarah ayat 275).⁵

Sedangkan haram memiliki arti dilarang atau tidak dibenarkan menurut syariat Islam. Haram juga didefinisikaan sebagai segala sesuatu yang dituntut syara' untuk ditinggalkan.⁶ Artinya, sesuatu tersebut apabila dikerjakan akan mendapat siksa dan jika ditinggalkan akan mendapat pahala.⁷ Pengertian halal dan haram ini sesungguhnya bukan masalah makanan dan minuman saja, tetapi juga menyangkut perbuatan jadi ada perbuatan yang dihalalkan dan diharamkan.⁸

⁴ Murtadho Ridwan, "Nilai Filosofi Halal Dalam Ekonomi Syariah", *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 3 (1), (2019), hal 16-17.

⁵ Ibid.

⁶ Wahbah Zuhaily, *Ushul Fiqh Al-Islami*, (Beirut: Dar Al-Fikr, 1996), hal 80.

⁷ Ibid, hal 87.

⁸ M Tabah Rosyadi & Akhmad Mahbudi, *Opimalisasi Rantai Pasok Komoditas Utama Daging Halal Nasional Menuju Indonesia Sebagai Pusat Pangan Halal Dunia*, (Tanggerang : Cinta Buku Media, 2015), hal 9-10.

b. Hukum Asal Segala Sesuatu

Prinsip pertama yang ditetapkan dalam Islam pada dasarnya segala sesuatu yang diciptakan Allah itu halal. Tidak ada yang haram kecuali jika ada *nash* (dalil) yang *shahih* (tidak cacat periwayatannya) dan *sharih* (jelas maknanya) dari pemilik *syariat yaitu* Allah swt yang memiliki hak mengharamkan. Jika tidak ada nash yang *shahih* dan *sharih* yang menunjuk keharaman sesuatu maka hukum tersebut dikembalikan kepada hukum asalnya yakni halal.

Para ulama dalam menetapkan bahwa segala sesuatu asalnya boleh merujuk kepada beberapa ayat Al-Quran, seperti ayat berikut:

1) Surah Al-B<mark>aq</mark>arah ayat 29:

"Dialah (Allah) yang menciptakan segala apa yang ada di bumi..." (29). 10

2) Surah Al-Luqman ayat 20:

"Tidakkah kamu memperhatikan bahwa Allah telah menundukkan apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi untuk (kepentingan)mu dan menyempurnakan nikmat-Nya untukmu lahir dan batin..." (20).¹¹

⁹ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (wahid, Jasiman, Khoizin & Kamal), (Surakarta: Era Intermedia, 2007), hal 36-37.

¹⁰ Al-Qur'an Hafalan Mudah, Al-Hufaz, (Penerbit Cordoba. Edisi: Juli 2018.

¹¹ Ibid.

Lantas apakah Allah SWT menciptakan segala sesuatu yang dengannya untuk dinikmati manusia dan kemudian diharamkan lagi sesuatu itu?. Maka sesungguhnya yang harus dipahami bahwa dibalik keharaman sesuatu tertentu tersebut ada hikmah dibaliknya.

Dari hal tersebut maka sesungguhnya wilayah keharaman dalam syariat Islam sangat sempit, dan wilayah kehalalan memiliki wilayah yang sangat luas. Hal ini dikarenakan *nash shahih* ataupun *sharih* yang datang dengan pengharaman sesuatu sedikit jumlahnya. Selain itu, sesuatu yang tidak ada *nash* yang mengharamkan atau menghalalkannya, maka ia kembali kepada hukum asalnya yakni boleh. Dan hal itu berada diwilayah kemaafan Allah swt.¹²

Dan hal tersebut sebagaimana sabda Rasulullah saw. Ketika beliau ditanya mengenai minyak samin (minyak nabati padat), keju, dan jubah dari kulit binatang, sebagai berikut:

الْحَلَالُ مَا أَحَلَّ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ وَالْحَرَامُ مَا حَرَّمَ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ وَمَا سَكَتَ عَنْهُ فَهُوَ مِمَّا عَفَا عَنْهُ.

" Halal adalah segala sesuatu yang Allah halalkan dalam kitab-Nya, dan yang haram adalah segala sesuatu yang Allah haramkan dalam kitab-Nya. Adapun yang Allah diamkan maka itu adalah sesuatu yang Allah maafkan..". (HR. Tirmidzi, Nomor 1648)¹³

,

¹² Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam...*, hal 37.

¹³ TafsirQ, "Hadist Tirmidzi", https://tafsirq.com/hadits/tirmidzi/1648, diakses pada 10 Februari 2020.

c. Konsep Halal dan Haram dalam Ekonomi

Dalam ekonomi maka konsep halal dan haram akan mencakup seluruh kegiatan ekonomi manusia, terutama yang berhubungan dengan produksi dan konsumsi, baik dalam hal kekayaan ataupun makanan. Lebih lanjut disebutkan bahwa konsep tersebut memegang peranan penting baik dalam lingkup produksi ataupun konsumsi. Beberapa cara dan alat dalam mencari nafkah dan harta dapat dinyatakan haram seperti suap, bunga, spekulasi, *game of change*, dan pengurangan ukuran/takaran timbangan. Cara dengan tegas dilarang dan seorang muslim diperkenankan memilih yang halal dan jujur. ¹⁴

Kaidah umum dalam mencari nafkah yaitu bahwa agama Islam tidak memperbolehkan para penganutnya mendapatkan harta dengan cara segalanya. Islam menegaskan bahwa ada cara-cara usaha yang tidak sesuai dengan syariah ada juga yang sesuai dengannya, seiring dengan tegaknya kemaslahatan bersama. Perbedaan tersebut mengacu kepada prinsip umum yang mengatakan bahwa segala cara untuk mendapatkan harta yang hanya mendatangkan manfaat bagi diri sediri dan merugikan orang lain adalah *ghoiru masyru*' (tidak sesuai dengan syariat). Sedangkan cara usaha yang masing-masing individu saling merelakan dan sama-sama mendapatkan manfaat dan keadilan adalah *masyru*' (sesuai dengan syariat). ¹⁵

¹⁴ Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar* (Jakarta: Kencana, 2016), hal 148.

¹⁵ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam...*, hal 210.

Prinsip tersebut diterangkan dalam Al-Quran Surah An-Nisa' Ayat 29-30 sebagaimana maknanya sebagai berikut:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Dan barangsiapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, maka Kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. Yang demikian itu adalah mudah bagi Allah." ¹⁶

Ayat tersebut menegaskan dua syarat perniagaan yang *masyru'*, sebagaimana penjelasan berikut:

- 1) Perniagaan berlangsung atas dasar suka sama suka.
- 2) Manfaat satu pihak tidak boleh didasarkan kepada kerugian pihak lain (namun tidak melanggar *syariat*).
- 2. Pengertian Fashion Dan Fashion Dalam Islam
 - a. Pengertian Fashion

Fashion dapat kita artikan sebagai gaya hidup masyarakat yang sedang populer pada saat tertentu. Menurut wikipedia diakses tanggal 28 Januari 2020, Mode atau Fashion (Inggris: fashion) adalah gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya. Secara umum, fesyen termasuk masakan, bahasa, seni, dan arsitektur.

Solomon dalam bukunya "Consumer Behaviour: Europa Perspective" mendefinisikan fashion sebagai suatu proses penyebaran sosial (social-diffusion) dimana kelompok konsumen

.

 $^{^{16}\,}Al\text{-}Qur$ 'an Hafalan Mudah, Al-Hufaz, Ibid..

akan mengadopsi sebuah gaya baru. Sedangkan Traxell dan Stone dalam bukunya yang berjudul "Fashion Mechandising" mendefinisikan fashion sebagai suatu gaya yang digunakan dan diterima oleh mayoritas anggota kelompok dalam periode waktu tertentu. Dari devinisi tersebut dapat diartikan bahwa fashion memiliki kaitan erat dengan kepribadian seseorang, gaya yang digemari, dan rentan waktu.

Aspek *fashion* dewasa ini semakin menyentuh kehidupan seharihari setiap manusia. *Fashion* juga menjadi pemicu pasar dunia untuk terus berkambang. Cara berpakaian juga saat ini juga menjadi cermin kepribadian dan idealisme seseorang. *Fashion* saat ini juga telah menjadi bisnis yang cukup besar dan menguntungkan. Seperti yang dikatakan oleh Jacky Mussry, Patner / Kepala Devisi Consulting & Research Markplus & Co, bahwa gejala ramai-ramainya berbagai produk mengarah ke *fashion* muncul ketika konsumen makin diakui jati diri sebagai suatu pribadi. Oleh karena itu, mereka menciptakan indentitasnya sendiri untuk kemudian membentuk kelompok dan bersatu yang selaras dengannya. Dengan masuk kedalam apa yang sedang menjadi kecenderungan umum akan menjadi kebanggaan sendiri, karena berarti orang tersebut termasuk kelompok *fashionable* (*modern*) karena selalui mengikuti tren mode.¹⁷

.

¹⁷ Dian Savitri. *Pola Perilaku Pembelian produk Fashion Pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik N.y.l.a).* (Skripsi: Universitas Indonesia, Jakarta, 2008) hal 13.

Perkembangan *fashion* akan terus terjadi seiring dengan perkembangan zaman. Perubahan *fashion* tersebut akan menciptakan *fashion trend.* ¹⁸ *Fashion trend* merupakan suatu *style* yang akan bertahan dengan kurun waktu yang cukup lama dan menjadi gambaran suatu masa atau era.

b. Fashion dalam Islam

Islam memandang bahwa tujuan berbusana adalah sebagai penutup aurat dan berhias. Islam membolehkan bahkan memerintahkan muslim untuk berpenampilan menarik, anggun, dan berwibawa dengan menikmati pakaian, perhiasan, dan asesoris lainnya. 19 Dalam surah Al-A'raf ayat 26, Allah berfirman :

"Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan..."²⁰

Selanjutnya dalam Al-Quran surah Al-A'raf ayat 31 ditegaskan kembali tentang keutamaan pakaian dan perhiasan seperti berikut:

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah

1

¹⁸ Dickerson. *Inside The Fashion Business*. (New Jersey: Pearson Education Inc, 2003) hal 37.

¹⁹ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam...*, hal 121.

²⁰ Al-Qur'an Hafalan Mudah, Al-Hufaz, Ibid.,

berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orangorang yang berlebih-lebihan".²¹

Islam memerintahkan pemeluknya untuk menutup aurat, yaitu wilayah anggota badan yang bagi orang beradab dan beriman akan malu jika terlihat oleh khalayak umum. Perintah menutup aurat ini dapat dikatakan sebagai pembeda antara manusia dan binatang. Bahkan Islam menganjurkan bagi pemeluknya untuk menutup auratnya walaupun sedang mereka sedang sendirian, sehingga rasa malu tadi menjadi tabiat dan akhlaknya.²²

Terlebih untuk kaum muslimah (pemeluk perempuan dalam agama Islam) maka Islam mengharamkan bagi mereka menggunakan pakaian yang transparan lagi ketat. Yakni pakaian yang dengan dipakainya dapat menonjolkan bagian tubuh tertentu terlebih bagian tubuh yang sangat sensitif dan menggoda seperti payudara, pantat, pusar dan sejenisnya. Hal ini sebagaimana Hadis Nabi yang di riwayatkan oleh Abu Hurairah ra, yang maknanya sebagai berikut:²³

"Ada dua golongan manusia yang termasuk penghuni neraka namun saya belum melihatnya. Yakni kaum yang membawa cambuk serupa ekor sapi yang digunakan untuk mencambuk orang lain (isyarat untuk para penguasa zhalim yang berlaku semenamena kepada rakyatnya, dan wanita yang berpakaian namun seperti telanjang, menggoda dan berlanggak-lenggok. Kepala mereka seperti punuk unta yang miring. Mereka itu tidak masuk surga pun tidak pula mendapatkan aroma wanginya, meskipun aroma harum tersebut dapat dicium dari jarak perjalanan sekian dan sekian"

²¹ Ibid.

²² Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam...*, hal 122-123.

²³ Ibid, hal 130

3. Rantai Nilai Halal

Rantai nilai atau *halal value chain* (HVC) merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa (Porter, 1985). *Halal value chain* merupakan suatu upaya terintegrasi industri yang mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan komsumsi. Dalam menghasilkan suatu produk halal, input bahan baku harus diperhatikan begitupula dengan teknologi pengolahan yang digunakan. Dari segi pengemasan suatu produk harus mencerminkan nilai kebersihan dan terjaga kehalalan sampai dengan produk akhir yang diterima konsumen muslim.²⁴

Dewasa ini konsumsi produk halal tidak hanya sebatas pada lingkup makanan dan minuman saja, melainkan juga pada aspek lainnya. Seperti halnya pada lingkup fashion, kosmetik, keuangan dan perbankan, wisata, obat-obatan dan lainnya. Dengan semakin beragamnya produk konsumsi dalam industri halal, ini menunjukkan bahwa gaya hidup halal tumbuh dan semakin diminati masyarakat. Maka perkembangan atau perubahan gaya hidup ini harus dapat dilayani dengan baik oleh sektor industri halal. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menjaga kualitas rantai nilai produk halal mulai dari kepastian bahan baku halal, proses produksi, distribusi, hingga sampai ketangan konsumen harus dijamin kehalalannya.²⁵

.

²⁴ Pratiwi Subianto, "Rantai Nilai dan Prespektif Kesadaran Masyarakat Muslim akan Makanan Halal", *Conference on Islamic Management, Accounting and Economics (CIMAE) Proceeding*, Vol. 2, (2019), hal 143.

²⁵ Arna Asna Annisa, "Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 5 (01), (2019), hal 5.

Strategi value chain menginginkan adanya suatu integrasi dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan komsumsi hasil akhir produk. Oleh karena itu aspek-aspek tersebut harus menunjukkan nilai syariah.

4. Jaminan Produk Halal

Jaminan Produk Halal (JPH) merupakan kepastian hukum terhadap kehalalan suatu Produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya itu.²⁶

Untuk menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan Produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Jaminan mengenai Produk Halal hendaknya dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Oleh karena itu, jaminan penyelenggaraan Produk Halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal.²⁷

²⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal.

²⁷ Ibid

Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat (termasuk juga mengenai kehalalan pakaian/ *halal fashion*). Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.²⁸

- Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Sebagaimana amanat UUD 1945 diatas bahwa negara harus menjamin rakyat untuk memeluk dan melaksanakan ajaran agamanya masing-masing, maka Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal ini hadir melaksanakan amanat tersebut. Undung-undang ini memiliki tujuan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2019
 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal

Bahwa pemerintah bertanggung jawab dalam penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (JPH) oleh sebab itu pemerintah membentuk

.

²⁸ Ibid.

Badan Penyelanggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai penyelenggara jaminan produk halal di Indonesia. ²⁹

Dalam Peraturan Menteri Agama tersebut dijelaskan dalam Pasal 28 ayat (1) dan ayat (2) bahwa produk yang wajib bersertifikat halal adalah:

1) Barang

Barang meliputi: (1) makanan, (2) minuman, (3) obat, (4) kosmetik, (5) produk kimiawi, (6) produk biologis, dan (7) produk rekayasa genetika, serta (8) barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan.

2) Jasa

Dalam bidang jasa maka akan meliputi layanan usaha yang terkait dengan: (1) penyembelian, (2) pengolahan, (3) penyimpanan, (4) pengemasan, (5) pendistribusian, dan (6) penjualan, serta (7) penyajian.

5. Potensi Fashion Islami di Indonesia

Indonesia menjadi negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia. Secara tuntunan agama maka setiap pemeluk Islam (muslim) diwajibkan untuk mengkonsumsi dan menggunakan produk-produk yang terjamin kekhalalannya. Produsen dituntut untuk dapat memenuhi permintaan pasar yang cukup besar terkait dengan kehalalan

_

²⁹ Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.

suatu produk, dari awal bahan baku, kemudian proses, dan sampai menjadi produk siap konsumsi. Oleh karena itu umat Islam dituntut untuk menemukan solusi atas permasalahan tersebut.³⁰

Tahun 2010 menjadi tonggak pertumbuhan industri feshion muslim di Indonesia. Dari sisi permintaan, gaung fashion muslim semakin berkembang dengan melalui basis komunitas yang memiliki konsen terhadap industri fahion muslim sebagai salah satu industri yang menggambarkan gaya hidup halal. Sedangkan dari sisi pasokan, gaung fashion muslim terdengar dengan kemunculan para desainer busana Muslim.³¹

Sampai dengan tahun 2015, berbagai ajang fashion week diselenggarakan untuk memperkanalkan variasi produk industri fesyen Muslim. Misalnya, pada 2010 ada Indonesia Islamic Fashion Fair (IIFF) yang diselenggarakan pertama kalinya oleh Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC). Kemudian pada 2012 Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) menyelenggarakan Indonesia Fashion Week (IFW). Setelahnya berbagai kegiatan serupa mulai diselenggarakan di level daerah. Pada tahun 2015, Indonesia Fashion Chamber (IFC) menginisiasi Muslim Fashion Festival Indonesia (MuFFest). Semenjak tahun 2016, konsep ethical fashion dan sustainable fashion pada industri fesyen di Indonesia semakin dikembangkan. Dalam konteks industri

30 Annisa Ilham Faried, "Implementasi Model Pengembangan Industri Halal..., hal 13.

³¹ Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019 – 2024, hal 107.

feshion Muslim, hal ini menjadi sinkron dengan nilai-nilai yang yang diusung oleh industri ini.³²

Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa saat ini nilai ekspor industri feshion Muslim Indonesia mencapai USD 7,18 miliar, berada di posisi ketiga terbesar di dunia setelah Bangladesh (USD 22 miliar) dan Turki (USD 14 miliar). Market share fashion Muslim Indonesia sebesar 1,6 persen berdasarkan data OKI. Performa ekspor Indonesia untuk industri fesyen Muslim sejalan dengan performa ekspor komoditas dan produk tekstil, sebagai salah satu industri hulu fesyen Muslim, yang nilainya terus meningkat dan selalu masuk ke dalam 10 komoditas ekspor utama pada 2012 – 2016. Melihat performa industri fesyen Muslim yang menjanjikan, Kementerian Perindustrian mempunyai visi untuk Indonesia menjadi kiblat fesyen Muslim dunia pada 2020.³³

Disamping itu, Indonesia yang merupakan negara yang mempunyai penduduk muslim terbanyak di dunia. Tetapi dalam laporan *Global Islamic Economy Report* 2018/2019 Indonesia masih kalah dengan negara Uni Emirat Arab dalam industri *halal fashion*, maka ini harus menjadi fokus Indonesia dalam upaya menjadikan Indonesia menjadi *kiblat fashion* dunia. Maka perlunya sebuah regulasi dan manajemen produksi yang baik di kalangan industri.

³² Ibid.

³³ Ibid.

B. Bisnis Industri dan Pengembangan

- 1. Industri Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)
 - a. Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Industri adalah bagian dari proses produksi yang mengelola bahan mentah menjadi bahan baku atau dari bahan baku menjadi bahan jadi, sehingga menghasilkan barang yang bernilai bagi masyarakat. Industri juga dapat diartikan sebegai segala aktivitas manusia di bidang ekonomi yang produktif dalam proses pengolahan/pembuatan bahan dasar menjadi barang yang lebih bernilai daripada bahan dasarnya yang dijual. Industri juga diidentikkan dengan semua kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau bahan jadi. 34

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur masing-masing kriteria untuk Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) yang dapat dipergunakan dalam pendefinisan UMKM. Namun pendefinisan UMKM sering kali berbeda-beda, bahkan beberapa lembaga atau instansi memberikan definisi tersendiri pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM), sebagaimana uraian berikut:³⁵

³⁵ Rahmawati et al, *Bisnis Usaha Kecil Menengah; Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), hal 73-74.

³⁴ Nurulia Azizah, "Model Pengembangan Industri Kecil Konveksi Melalui APIK (Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi) Di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan", *Economics Development Analysis Journal*, 3 (2) (2014), hal 296

- 1) Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah bahwa yang dimaksud dengan :
 - a) Usaha Kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas³⁶ usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah).
 - b) Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan.
- 2) Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kualitas tenaga kerja.
 - a) Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja antara 5 sampai dengan 19 orang.
 - b) Usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja antara 20 sampai dengan 99 orang.
- 3) Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 316/KMK.016/ 1994 tanggal 27 Juni Tahun 1994 menyatakan bahwa usaha kecil didefiniskan sebagai perorangan

³⁶ Entitas adalah organisasi atau perusahaan baik yang bertujuan untuk mancari laba atau yang bergerak di dalam bidang sosial dan berdiri terpisah dari pemiliknya.

atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan usaha yang mempunyai penjualan omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (enam ratus juta rupiah) atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) bidang usaha (Firma, CV, PT, dan Koperasi); dan (2) Perorangan (pengrajin/ industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).

- 4) Sedangkan Bank Indonesia menggunakan dua pola dalam mendefinisiskan usaha kecil yakni: 37\
 - Pertama berdasarkan aset, omset dan badan hukum. Usaha mikro ialah usaha yang dilakukan orang miskin atau hampir miskin, memiliki keluarga, dan sumber daya lokal serta teknologi yang sederhana. Lapangan usaha mudah di masuki dan keluar. Usaha kecil beraset kurang atau sama dengan Rp 200 juta diluar tanah dan bangunan dengan omset Rp 1 miliar. Usaha menengah beromset Rp 3 miliar yang terbagi dalam dua jenis, industri non manufaktur dengan aset hingga Rp 600 juta diluar tanah dan bangunan. Industri manufaktur dengan aset hingga Rp 5 miliar.

•

³⁷ Satria Bangsawan, *Pemasaran Usaha Kecil; Kasus Industri Pengolahan Makanan dan Ritel*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hal 12.

b) Berdasarkan besarnya kredit yang diterima oleh pengusaha. Usaha mikro ialah penerima kredit hingga Rp 50 juta, usaha kecil Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan usaha menegah Rp 500 juta hingga Rp 5 miliar.

b. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah digolongkan berdasrkan jumlah aset dan omset, sebagaimana tabel berikut ini:³⁸

Tabel 2.2 Kriteria UMKM

No.	Us <mark>aha</mark>	Kriteria	
		As <mark>et</mark>	Omset
1	Usaha m <mark>ikr</mark> o	maks 50 juta	maks 300 juta
2	Usaha kecil	>50 juta - 500 juta	>300 juta – 2,5 miliar
3	Usaha m <mark>enengah</mark>	>500 juta – 10 miliar	>2,5 miliar – 50 miliar

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2012

2. Industri Konveksi

Industri konveksi merupakan suatu perusahaan yang menghasilkan pakaian jadi, diantaranya: pakaian pria & wanita, pakian anak, pakian kebutuhan olahraga, maupun pakaian-pakaian lainnya. Umumnya, perusahaan konveksi mempergunakan bahan baku bermacam-macam jenis, seperti polyester, katun, linen, rayon, kaos, dan bahan-bahan syntesis lainnya maupun campuran dari jenis bahan-bahan tersebut.³⁹

³⁸ Rahmawati et al, *Bisnis Usaha Kecil Menengah...*, hal 74-75.

³⁹ Diana Ika Farida, ,<u>https://k3tium.wordpress.com/2013/05/15/a-latar-belakangindustri-konveksi-adalah-suatu-perusahaan-yang/, diakses pada 19 Februari 2020</u>

Mutu dari produksi konveksi mempunyai beberapa tingkatan, hal ini tergantung dengan harga serta kualitas yang butuhkan. Adapun tingkatan mutu tersebut adalah sebagai berikut:⁴⁰

- Golongan kualitas rendah, misalnya pakaian yang dijual di kaki lima, dengan harga murah, jahitan kurang rapi, cara pemotongan yang tidak mengikuti arah serat hal ini bisanya bertujuan menghemat bahan.
- 2) Golongan kualitas menengah, disediakan untuk masyarakat golongan menengah, memiliki harga relatif lebih tinggi dibanding kualitas rendah, dengan jahitan yang lebih rapi, dan memiliki tempat penjualan yang lebih baik, misalnya di toko-toko khusus busana.
- 3) Golongan kualitas tinggi, pada segmen ini biasanya ditujukan kepada masyarakat golongan atas yang memiliki selera tinggi, dan biasanya diproduksi dalam jumlah yang terbatas. Serta biasanya dijual ditempat seperti *department store* atau butik.

3. Pengembangan Usaha/ Bisnis

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah suatu aktifitas yang akan di lakukan sesuai dengan perencanaan oleh organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan tenaga kerja atau karyawan. Dan pengembangan ini ditekankan pada peningkatan pengetahuan sebagai modal melakukan pekerjaan dimasa

-

⁴⁰ Erny Lindhawati, "Pengelolaan Usaha Konveksi Di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten", (Skripsi-- Universitas Negeri Yogyakarta, 2008), hal 29-30.

mendatang, yang hal ini dilakukan dengan seksama dan terintegarasi dengan program atau kegiatan lainnya, sehingga mampu memberi perubahan pada aspek perilaku kerja.⁴¹

Allan Affuah mendefinisikan pengembangan ialah sekumpulan upaya atau aktifitas yang dikerjakan dengan tujuan menciptakan dan mengembangkan serta mengubah atau mentranformasikan berbagai sumber daya untuk diubah menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.⁴²

AY Lubis dalam penelitiannya disebutkan bahwa pengembangan usaha/bisnis menurut Hafsah merupakan suatu upaya atau usaha yang dilakukan baik oleh pemerintah, dunia usaha atau elemen masyarakat lainnya dengan pemberian program bimbingan dan bantuan lainnya termasuk penguatan dalam upaya peningakatan kemampuan bagi usaha kecil untuk bisa lebih tangguh dan mandiri. Sedangkan mangkuprawira mendefinisikan pengembangan adalah suatu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan wawasan atau pengetahuan yang mungkin akan digunakan dalam waktu dekat atau sering dilakukan untuk kepentingan dimasa mendatang. Dan bisa juga upaya dalam hal memperbaiki kualitas atau pelaksanaan pekerjaan baik sekarang ataupun dimasa yang akan dating dengan memberi informasi atau

⁴¹ Marihot Tua E.F, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hal 168.

⁴² Vinanda Permata, "Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli", diakses dari <u>www.academia.edu</u>, diakses pada 02 November 2020.

wawasan yang dapat mempengaruhi sikap atau meningkatkan kecakapan.⁴³

Dari berbagai definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa yang dimaksud dengan pengembangan usaha/ bisnis adalah serangkaian upaya yang dilakukan dengan memberikan dan meningkatkan baik pengetahuan, keterampilan maupun informasi lainnya yang tujuannya untuk dapat memperbaiki pelaksanaan atau mekanisme kerja pada saat sekarang atau masa mendatang dengan mengharapkan hasil lebih baik sesuai yang direncanakan.

- b. Teknik Pengembangan Usaha/ Bisnis
 - 1) Perluasan Skala Usaha/ Bisnis

Dalam perluasan skala usaha terdapat beberapa cara yang secara umum dapat dilakukan, diantaranya:

- a) Meningkatkan kapasitas tenaga kerja ataupu mesin produksi serta penambahan modal untuk investasi lanjutan. Dan ketika aktifitas produksi ditambah maka tentu harus disiapkan atau diperhitungkan juga untuk pemasarannya.
- b) Penambahan jenis produk/ barang ataupun jasa yang dihasilkan. Untuk langkah pengembangan ini akan memberikan perbaikan baik dalam penuruan biaya jangka pendek atau panjang sekaligus memberikan peningkatan nilai ekonomi.

⁴³ AY Lubis, *Pengembangan Usaha*, dalam repository.usu.ac.id>bitstream, pdf, hal 9.

- c) Penambahan lokasi usaha, yakni menambah lokasi usaha ditempat lain. Dan yang harus diperhatikan juga mengenai beberapa hal berikut:
 - (1) Produktivitas tenaga kerja dan modal
 - (2) Fixed cost/ biaya tetap dan variable cost/ biaya variabel
 - (3) Skala produksi yang efektif dan efisien (menguntungkan)

2) Perluasan Cakupan Usaha/ Bisnis

Perluasan ini juga dapat disebut dengan diversifikasi usaha yang dilakukan dengan pengembangan jenis usaha baru, diwilayah baru dan inovasi produk baru yang bervariasi.

- 3) Peluasan Dengan Kerja Sama, Penggabungan atau Ekspansi Baru
 Perluasan dengan langkah kerja sama ini bisa mencakup
 penggabungan ataupun ekspansi baru.
 - a) Panggabungan atau Marger

Marger merupakan suatu proses penggabungan 2 (dua) usaha atau perseroan menjadi satu kesatuan perusahaan. Dan nantinya bisa menggunakan salah satu nama perusahaan tersebut ataupun dengan identitas baru, dan aset kekayaan akan menjadi milik perusahaan baru. *Marger* dibagi menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu:

(1) *Marger vertikal*, marger jenis ini adalah pengabungan yang terjadi antara perusahaan – perusahaan yang saling terikat atau berhubungan.

- (2) *Marger horizontal*, jenis ini pengabungan yang terjadi antara perusahaan sejenis.
- (3) Koglomerat, jenis ini diartikan penggabungan berbagai perusahaan dengan inovasi pada produk baru dan tidak saling berkaitan.
- b) *Joint Venture*, ini merupakan sebuah bentuk kerjasama antara beberapa perusahaan yang berasal dari berbagai negera yang berbeda yang kemudian dijadikan satu perusahaan dengan tujuan untuk terkonsentrasi pada kekuatan-kekuatan yang lebih padat.
- c) Holding Company/ Akuisisi, jenis ini adalah bentuk penggabungan beberapa perusahaan dengan menjadikan salah satunya menjadi pemilik saham mayoritas atas perusahaan lainnya sebagai bentuk ketentuan mengatur perusahaan tersebut.
- d) Sindikat, bentuk kerja sama usaha dari beberapa orang atau individu yang memiliki tujuan untuk mendirikan suatu perusahaan yang besar.
- e) Kartel, bentuk ini adalah suatu kesepakatan antara beberapa perusahaan yang bergerak dibidang yang sama atau sejenis yang memiliki tujuan untuk mengendalikan dan mengatur berbagai hal dengan tujuan akhir dapat menekan persaingan dan mendapatkan keuntungan.

c. Jenis – Jenis Strategi Pengembangan Usaha/ Bisnis

Dalam sebuah kutipan oleh Husein Umar yaitu *strategic in action*. Menurut Fred R. David, strategi pengembangan usaha dapat terbagi atas 4 (empat) kelompok berikut:

- 1) Stategi Intensif, jenis strategi ini akan memerlukan suatu usaha yang ekstra (intensif) atau luar biasa dalam upaya untuk memenangkan atau menjaga posisi persaingan dengan melalui inovasi produk yang ada.
- 2) Strategi Integrasi Vertikal, jenis strategi ini menyentuh aspek evaluasi dan pengawasan terhadap rantai pasok perusahaan. Mencakup pemasok, distributor dan/ atau pesaing bagi perusahaan. Misalnya dengan merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.
- 3) Strategi Diversifikasi (penganekaragaman), jenis strategi ini dimaksudkan perlunya inovasi bagi perusahaan atau penambahan berbagai produk baru.
- 4) Strategi Bertahan, strategi ini diartikan diperlukannya suatu tindakan yang nyata dalam hal menyelamatkan perusahaan atau organisasi atas kerugian yang terjadi dan meluas, yang akhirnya dapat menyebabkan kebangkrutan bagi perusahaan.⁴⁴

-

⁴⁴ Husain Umar, *Strategic Management in Action,* (Jakarta, PT Gramedia Pusaka Utama, 2008), Hal 35.

4. Industri Halal dan Indikator Industri Halal

a. Industri Halal

Industri merupakan suatu aktivitas ekonomi yang mampu memberi dampak pada kesejahteraan masyarakat. Dan halal memiliki arti lepas atau tidak terikat, maknanya hal hal yang boleh dan dapat dilakukan dikarenakan terlepas atau tidak terikat dengan adanya ketentuan yang melarangnya. Fashion atau mode merupakan gaya berbusana dalam suatu budaya pada suatu waktu tertentu. Maka yang dimaksud dalam penelitian ini adalah adanya suatu industri fashion atau konveksi yang dari mulai alur awal pengadaan hingga distribusi tidak adanya unsur yang melanggar ketentuan syariat Islam. Dan bisa di artikan adanya suatu gaya hidup baru yakni halal lifesyle yang memiliki potensi ekonomi yang besar untuk dikembangkan.

Industri halal merupakan suatu industri yang tidak hanya berorientasi pada bisnis semata, namun juga memiliki orientasi kesehatan dan sosial. Industri halal memberikan ruang kepada pasar untuk mentransaksikan produk dan jasa yang masuk dalam koridor halal. Industri merupakan suatu kegiatan memproses atau mengelolah barang dengan meggunakan sarana dan peralatan yang di izinkan oleh syariah.

45 Annisa Ilham Faried, "Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia", *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No.2, (Juli, 2019).

⁴⁶ Chrisanta Veronica T., "Tantangan dan Peluang Indonesia Sebagai Industri Halal Terbesar di Dunia", https://www.kompasiana.com/chrisantarigan/5cd98f7e6db84325c7752272/tantangan-dan-peluang-indonesia-sebagai-industri-halal-terbesar-di-dunia?page=all, diakses 16 Februari 2020

b. Indikator Industri Halal

Dalam menganalisa suatu industri halal maka diperlukan sebuah indikator sebagai agar dapat memberi arah yang jelas mengenai industri halal, indikator tersebut adalah sebagai berikut:⁴⁷

1) Proses Produksi yang Sesuai Syariat Islam

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan manusia untuk menghasilkan suatu produk, baik berupa barang atau jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan P3EI UII mendefinisikan produksi adalah proses mencari, mengalokasikan dan mengelola sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan *maslahah* bagi manusia. Produksi juga mencakup aspek tujuan kegiatan menghasilkan *output* serta karakter-karakter yang melekat pada proses dan hasilnya.

Islam memandang bahwa tujuan produksi adalah untuk menciptakan *maslahah* (kebaikan)⁵⁰ yang semaksimal mungkin atau optimum bagi individu ataupun manusia secara keseluruhan. Dengan *maslahah* optimum tersebut maka akan tercapai *falah* (kamuliaan hidup di dunia dan akhirat yang akan memberikan

⁴⁸ M. Nur Rianto Al-Arif dan Euis Amalia, *Teori MikroEkonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal 148.

⁴⁷ M. Dliyaul Muflihin, "Kontruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion", (Tesis-- UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), hal 3.

⁴⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 2013), hal 231.

⁵⁰ Maslahah merupakan segala bentuk keadaan, baik material maupun non material yang mampu meningkatkan keadaan manusa sebagai mahkluk yang paling sempurna.

kebahagian hakiki bagi manusia) yang merupakan tujuan akhir dari seorang muslim.⁵¹

Kegiatan produksi yang pada dasarnya halal harus dilakukan dengan cara-cara yang tidak mengakibatkan kerugian dan mudharat dalam kehidupan bermasyarakat. Produksi barangbarang yag halal adalah dibenarkan, tetapi apabila produksi itu dilakukan dengan mengandung unsur tipuan atau pemerasan, maka hal ini dilarang dalam ekonomi Islam.⁵²

Dalam hal ini harus dapat dipastikan bahwa bahan untuk produksi *fashion* memenuhi ketentuan halal, baik melalui status halal dari dokumen pengiriman bahan, label halal maupun yang lain. Dalam Sistem Jaminan Halal MUI dijelaskan bahwa dalam setiap industri harus terdapat auditor halal, disinilah auditor halal akan membantu devisi produksi mengawasi mulai proses produksi sampai distribusi. Adapun tugas devisi produksi dalam industri halal adalah:

- a) Menyusun prosedur produksi yang dapat menjamin kehalalan produk.
- Melakukan pemantauan produksi yang bersih dan bebas dari bahan haram dan najis.

-

⁵¹ Havis Aravik, *Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*,(Malang: Empatdua, 2016), hal 112.

⁵² Ibid., hal 105.

- c) Menjalankan kegiatan produksi sesuai dengan matrik formulasi bahan yang telah disusun oleh KAHI (koordinator auditor halal internal) dan diketahui oleh LPPOM MUI.
- d) Melakukan komunikasi dengan KAHI dalam hal proses produksi halal.

2) Penyimpanan Produk

Dalam tempat penyimpanan harus dapat dipastikan bahwa terdapat *halal control* ketika barang akan ditempatkan di pergudangan.

- a) Pengiriman produk melalui verifikasi dari status halal pada dokumen pengiriman, baik meliputi label, pemeriksaan fisik pengiriman dan kemasan, serta terdapat label halal seperti "Halal Supply Chain" sehingga bisa memastikan kedalam fasilitas gudang.
- b) Penempatan produk halal dengan membedakan produk sudah halal atau terdapat label halal dengan barang yang dicurigai mengandung unsur non halal. Dan kemudian dipindahkan secara khusus untuk diperiksa lebih lanjut agar terpisah produk halal dan non halal.

3) Distribusi Produk atau Bahan Halal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI) bahwa distribusi merupakan pembagian pengiriman barang-barang kepada bayak orang atau ke beberapa tempat.⁵³ Distribusi juga merupakan pembagian atau pengiriman barang atau produk kepada orang lain untuk mendapatkan keuntungan. Dalam *industri halal* maka harus dipastikan bahwa proses distribusi memenuhi ketentuan halal atau bersih mulai dari proses pengangkutan dalam mobil pengangkut sampai produk ke distributor. Maka *control action* yang dilakukan pada proses distribusi adalah sebagai berikut:

- a) Pembersihan bahan dan alat transportasi pengiriman, baik meliputi kendaraan maupun tempat atau wadah produk.
- b) Dalam tempat pengiriman baik meliputi alat transportasi seperti mobil atau container harus dipisahkan antara produk halal dan haram agar tidak bercampur menjadi satu.
- c) Perlunya adanya label bagi produk halal seperti halnya "Halal Supply Chain" ataupun yang lainnya. Hal ini menjadi penting karena bisa mempermudah proses pengiriman produk.

4) Pemasaran sesuai Ajaran Islam

Pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan melalui proses pertukaran (Philip Kotler). Pemasaran bisa diartikan suatu proses menghubungkan antara kegiatan produksi

٠

⁵³ Dessy Anwar, *Kamus Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hal 125.

dan konsumsi. Pemasaran menjadi penting bagi perusahaan karena dengan pemasaran yang baik maka dapat menghasilkan perhatiaan dan ketertarikan dari konsumen akan suatu produk dan mampu memberi *brand image* yang baik bagi perusahaan serta mampu mendongrak penjualan.

Dalam hal ini maka pemasaran oleh *halal industri* harus memenuhi aturan Islam, berikut merupakan pemasaran yang berangkat dari ajaran Islam:

- a) Pemasaran beretika, yakni bersikap lemah lembut dan sopan santun. Promosi harus dilakukan dengan sikap yang ramah dan tutur kata yang baik. Seorang muslim diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan bisnis dengan orang lain.
- b) Pemasaran profesional, maka seorang muslim harus menjunjung nilai dan sikap jujur dan adil. Tidak melakukan perilaku curang, memanipulasi kebenaran yang ada baik mencakup spesifikasi barang, harga dan kuantitas.

BAB III

GAMBARAN SENTRA INDUSTRI KONVEKSI DESA TRITUNGGAL

A. Gambaran Umum Desa Tritunggal

1. Visi dan Misi Desa Tritunggal

Visi dan Misi dalam penyelenggaraan Pemerintah Desa Tritunggal adalah sebagai berikut:¹

a. Visi Desa Tritunggal

"Terbangunnya tata kelola Pemerintah Desa yang baik dan bersih, untuk mewujudkan kehidupan masyarakat desa yang menjunjung nilai-nilai luhur bangsa, beradab, adil, makmur, dan sejahtera"

- b. Misi Desa Tritunggal
 - Mewujudkan keamanan dan ketertiban di lingkungan Desa Tritunggal.
 - 2) Meningkatkan kesehatan, kebersihan desa, serta mengusahakan jaminan kesehatan masyarakat melalui program pemerintah.
 - 3) Mewujudkan, meningkatkan, dan meneruskan tata kelola pemerintah desa yang baik.
 - Meningkatkan pelayanan maksimal kepada masyarakat desa dan daya saing desa.

56

¹ Dokumen Laporan Keterangan Penyelenggaraan Pemerintah Desa (LKPPD) Desa Tritunggal Tahun 2019

- 5) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan mewujudkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan program lain untuk membuka lapangan kerja bagi masyarakat desa, serta meningkatkan produksi rumah tangga kecil.
- 6) Meningkatkan kehidupan yang harmonis, toleran, saling menghormati dalam kehidupan berbudaya dan beragama di Desa Tritunggal.
- 7) Mengedepankan kejujuan, keadilan, dan transparansi dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam pemerintahan maupun dengan mayarakat desa.

2. Keadaan Geografis Desa Tritunggal

Desa Tritunggal mencakup 3 dusun yakni Dusun Beton, Dusun Tesan dan Dusun Grogol. Hal ini cukup tampak secara tersirat dari nama desa ini sendiri yakni Tritunggal, Tri memiliki makna 3 (tiga) dan Tunggal dalam bahasa jawa bermakna *siji* atau satu. Maka nama Desa Tritunggal bisa dimaknai gabungan 3 (tiga) dusun yang menjadi satu kesatuan. Desa Tritunggal secara adminitatif merupakan salah satu wilayah bagian dari Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah keseluruhan 248 Ha (3 Km²). ²

Letak wilayah Desa Tritunggal dari pusat pemerintahan kecamatan berjarak 10 Km, dan dari Ibukota Kabupaten Lamongan berjarak 17 Km. Desa Tritunggal memiliki perbatasan sebelah timur dengan Desa Pucuk

.

² Ibid.

Kecamatan Pucuk, sebelah utara dengan Desa Trosono Kecamatan Sekaran, sebelah barat dengan Desa Moropelang Kecamatan Babat, dan sebalah selatan berbatasan dengan Desa Keyongan Kecamatan Babat.

Tabel 3.3 Batas Wilayah Desa Tritunggal

BATAS	DESA / KELURAHAN	KECAMATAN
Sebelah Timur	Pucuk	Pucuk
Sebelah Utara	Trosnono	Sekaran
Sebelah Barat	Moropelang	Babat
Sebelah Selatan	Keyongan	Babat

Sumber: Dokumen Pemerintah Desa Tritunggal Tahun 2019

3. Kondisi Demografi Desa Tritunggal

Sejak tahun 1980an, Masyarakat Desa Tritunggal khususnya warga Dusun Beton mencoba melepaskan diri dari ketergantungan hidup dari sektor pertanian. Mereka membidik sektor industri dan perdagangan sebagai mata pencaharian tambahan. Sebagai desa yang secara historis terbentuk dari gabungan 3 (tiga) desa dengan otonomi dan karakter masing-masing, masyarakat Tritunggal juga memiliki kekhasan masing-masing dan pilihan pekerjaan selain pertanian.³

Dusun Grogol, hingga saat ini ± 65% penduduknya juga bekerja sebagai pedagang besi tua dan mesin-mesin bekas dan bisnis turunannya. Sektor ini berhasil menyerap tenaga kerja yang luar biasa khususnya pekerja lokal dusun. Bahkan di Dusun Grogol juga berdiri pabrik pengolahan limbah plastik menjadi biji plastik yang menyerap sekitar 125 orang karyawan dengan 70% merupakan perempuan dusun Grogol.

³ Dokumen "Profil Usaha Konveksi" Pemerintah Desa Tritunggal, 2019.

Dusun Beton bisa jadi adalah dusun yang paling masyhur secara ekonomi karena industri konveksi dan sablonnya. Sebagaian besar warga dusun bergerak di industri tersebut. Industri tersebut skala besar menengah dan kecil.

Sedangkan Tesan, sebagian penduduknya bekerja di sektor perdagangan yakni jual beli daging dan ayam potong. Saat ini cukup berkembang dengan memiki cakupan pasar yang luas di Lamongan.

a. Kondisi kependudukan berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan data adminitrasi kependudukan Desa Tritunggal, kondisi penduduk berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Kondisi Kependudukan Berdasarkan Janis Kelamin

Jumlah Laki-Laki	2.852 jiwa
Jumlah Perempuan	2.967 jiwa
Total	5.819 jiwa
Jumlah Kepala Keluarga	1.210 Keluarga

Sumber: Dokumen Demografi Desa Tritunggal Tahun 2019

b. Kondisi kependudukan berdasarkan pendidikan

Berdasarkan data adminitrasi kependudukan Desa Tritunggal, kondisi penduduk berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Kondisi Penduduk Berdasarkan Pendidikan Tahun 2017

JENIS PENDIDIKAN	JUMLAH
Belum Sekolah	951 jiwa
Tidak Tamat Sekolah Dasar	224 jiwa
Sekolah Dasar	671 jiwa
Sekolah Menegah Pertama	1.958 jiwa
Sekolah Menengah Atas	1.287 jiwa
Perguruan Tinggi	503 jiwa
TOTAL	5.594 jiwa

Sumber: Dokumen Demografi Desa Tritunggal Tahun 2019

c. Kondisi kependudukan berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan data adminitrasi kependudukan Desa Tritunggal, kondisi penduduk berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6 Kondisi Kependudukn Berdasarkan Pekerjaan Tahun 2017

JENIS PEKERJAAN	JUMLAH	
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	17 jiwa	
Wiraswasta	1.924 jiwa	
Petani	1.566 jiwa	
Pedagang	1.231 jiwa	
Buruh	839 jiwa	
Pensiunan	17 jiwa	
TOTAL	5.594 jiwa	

Sumber: Dokumen Demografi Desa Tritunggal Tahun 2019

d. Kondisi kependudukan berdasarkan umur

Berdasarkan data adminitrasi kependudukan Desa Tritunggal, kondisi penduduk berdasarkan umur adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7 KondisiPenduduk Berdasarkan Umur Tahun 2018

JENIS PENDIDIKAN	JUMLAH
0-1 tahun	285 jiwa
1-4 tahun	856 jiwa
5 – 4 tahun	1.540 jiwa
15 – 44 tahun	1.940 jiwa
45 – 64 tahun	856 jiwa
65 ke atas	228 jiwa
TOTAL	5.705 jiwa

Sumber: Dokumen Demografi Desa Tritunggal Tahun 2019

4. Struktur Pemerintahan Desa Tritunggal

Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Desa Tritunggal Kecamatan Babat tahun 2020 adalah sebagai berikut:

1. Kepala Desa : Yacub Sibi

2. Sekertaris Desa : Helmi Arief Mahyuddin

3. Kepala Dusun Tesan : Dimas Puji Lestari

4. Kepala Dusun Beton : H. Sutiono

5. Kepala Dusun Grogol : Plt. Bambang Sucipto

6. Kasi Kesejahteraan : Maf'ul Sa'diyah

7. Kasi Pelayanan : Lutfiana Anggraini

8. Kasi Pemerintahan : Muntari

9. Urusan Umum : Arifin

10. Urusan Keuangan : Abdul Ma'arif

11. Urusan Perencanaan : Ambyah

B. Sentra Industri Konveksi dan Sablon

1. Sejarah Sentra Industri Konveksi dan Sablon

Industri konveksi dan sablon di Desa Tritunggal Kabupaten Lamongan bermula pada sekitar tahun 1978. Pada saat itu jumlah pengrajin masih kurang dari 5 pengrajin dan mayoritar penduduk desa waktu itu masih menekuni bidang pertanian. Hingga pada tahun 1989 menjadi tonggak perkembangan industri konveksi di Desa Tritunggal karena dirasa industri ini memiliki potensi yang luar biasa. Hal ini sejalan dengan apa yang di sampaikan oleh Kepala Desa Tritunggal Bapak Yacub Sibi S.H melalui wawancara dengan peneliti perihal sejarah Desa Tritunggal menjadi sentra industri konveksi sebagaimana uraian berikut:

" Awal mula penduduk Desa Tritunggal khususnya Dusun Beton menekuni industri konveksi dan sablon pada tahun 1980 an. Pada waktu itu jumlah pengrajin baru sekitar kurang dari 5 orang dan mayoritas penduduk waktu itu menekuni bidang pertanian. Pada 1989 industri ini mulai booming atau penduduk melihat bahwa industri konveksi ini merupakan pekerjaan yang ideal bagi mereka dan memiliki potensi

yang luar biasa. Hal ini membuat banyak penduduk di yang bergerak di bidang pertanian beralih profesi dengan menekuni indsutri konveksi ini. Pemerintah desa waktu itu manangkap potensi yang luar biasa ini dan kemudian pada tahun 2005 di dirikan sebuah Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi (APIK). Asosiasi ini secara khusus bertujuan untuk menjadi sentra informasi dan pemasaran, sekaligus sebagai pusat pengembangan produk, baik secara kualitas ataupun varian produk. Melihat industri yang terus tembuh akhirnya di tahun 2006, Desa Tritunggal ditetapkan sebagai Desa Sentra Usaha Konveksi oleh Bupati Lamongan Bapak Masfuk S.H. Dan kemudian pada 2012 Bupati Lamongan Bapak Fadheli, S.H, MM menetapkan Desa Tritunggal sebagai Desa Wisata Belanja bersamaan dengan peresmian showroom industri konveksi yang merupakan program bantuan dari Pemerintah Kabupaten Lamongan."

2. Sumber Daya Manusia Yang Terlibat

Secara Khusus mengenai data tentang industri konveksi yang Desa

Tritunggal adalah sebagai berikut:⁵

a. Jumlah Pe<mark>ng</mark>rajin : 150 pengrajin

b. Jumlah Pekerja/karyawan: 617 orang

c. Jumlah KK Dusun Beton: 347

d. Jumlah KK terlibat : 293 Rumah tangga

e. Jumlah Pengrajin di Industri Konveksi dan Sablon

Tabel 3.8 Data jumlah pengrajin dan tenaga kerja.

NO	NAMA	ALAMAT	TENAGA KERJA
1	A Makin	RT 6	3
2	Abd Karim	RT 7	3
3	Abd Malik	RT 7	4
4	Abdul Basith	RT 6	4
5	Abdul Maarif	RT 6	3
6	Abdul Majid	RT 5	4
7	Abdul Manaf	RT 6	4
8	Abdul Salam	RT 7	3
9	Abdul Wahid	RT 6	2

⁴ Bapak Yacub Sibi S.H, Kepala Desa Tritunggal, *Wawancara*, Kantor Desa Tritunggal, 04 Februari 2020.

⁵ Dokumen Pemerintah Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan, 2019.

NO	NAMA	ALAMAT	TENAGA KERJA
10	Adi Suwono	RT 5	4
11	Agik	RT 6	2
12	Agus	RT 6	2
13	Agus Supayitno	RT 4	4
14	Ali Chuzi	RT 6	1
15	Ali Erfan	RT 8	3
16	Ali Fauzi	RT 7	6
17	Ali Sohieb	RT 5	5
18	Ali Yakub	RT 8	2
19	Amin	RT 6	3
20	Anam	RT 8	2
21	Arifin	RT 7	3
22	Ashari	RT 6	3
23	Asikin	RT 8	3
24	Asmaiyah	RT 5	2
25	Baidlowi	RT 7	2
26	Beni Muzakir	RT 7	2
27	Budi Asmin	RT 4	6
28	Budiono Yasak	RT 8	2
29	Chumaidi	RT 5	2
30	Dedi Sumarso	RT 6	4
31	Djoko	RT 6	2
32	Djuri AR	RT 5	4
33	Faizin	RT 7	1
34	Fathoni	RT 6	2
35	Fathun	RT 6	3
36	H. Abdullah	RT 10	4
37	H. Abu Amar	RT 5	3
38	H. Ali Fauzi	RT 6	5
39	H. Aris Fiyanto	RT 7	90
40	H. Budairi	RT 7	5
41	H. Farid	RT 8	4
42	H. Kariono	RT 6	5
43	H. Kisbul	RT 6	9
44	H. Masdai	RT 5	2
45	H. Masyhudan	RT 6	5
46	H. Minarto	RT 7	4
47	H. Muanam	RT 6	5
48	H. Nurhamid	RT 6	5
49	H. Sholeh	RT 6	4
50	H. Sudarmaji	RT 7	2
51	H. Sutiono	RT 6	3

NO	NAMA	ALAMAT	TENAGA KERJA
52	H. Syahid Amin	RT 6	22
53	H. Teguh Iswahyudi	RT 6	5
54	H. Thoyifur	RT 6	8
55	H. Wahid	RT 8	7
56	H. Warsiman	RT 8	8
57	H. Zainal Milla	RT 6	5
58	Hamzah	RT 6	3
59	Heri	RT 8	2
60	Hisbullah	RT 6	5
61	Hj. Jini	RT 4	6
62	Idris	RT 7	7
63	Ikhsan	RT 6	4
64	Imam Sunaryo	RT 7	2
65	Imam Syafii	RT 7	2
66	Iskatam	RT 6	4
67	Isti Nafiah	RT 5	3
68	Istiqomah	RT 8	3
69	Jaining	RT 6	2
70	Jumain	RT 7	3
71	Kahar Muzakir	RT 5	4
72	Karjono	RT 7	2
73	Kartono	RT 5	5
74	Kasnan	RT 6	4
75	Khalim	RT 9	2
76	Khoiriyah	RT 8	1
77	Khoiron Syakur	RT 8	7
78	Kholifah	RT 7	2
79	Komari	RT 1	2
80	Kosim	RT 7	2
81	Kusen Untung	RT 8	2
82	Kusnan	RT 5	3
83	Kuswadi	RT 7	3
84	Lestariyanto	RT 7	2
85	M Yunus	RT 4	3
86	M Yusuf	RT 5	4
87	M. Syafiq Ridho	RT 6	13
88	Mad Jayin	RT 4	8
89	Madiman	RT 5	4
90	Mashudi	RT 7	3
91	Mastur Efendi	RT 7	2
92	Mauludin Niam	RT 7	2
93	Mudlofar	RT 6	8

NO	NAMA	ALAMAT	TENAGA KERJA
94	Muhammad Nur	RT 7	2
95	Mukhsan	RT 6	3
96	Mukmin	RT 6	3
97	Munalik	RT 8	2
98	Munawir	RT 6	2
99	Muntari	RT 7	2
100	Nafsin	RT 6	2
101	Naim	RT 6	3
102	Nasik	RT 6	2
103	Nukman Jaelani	RT 7	2
104	Nur Rohim, SPd.	RT 5	2
105	Nurhalim	RT 8	2
106	Nursalam	RT 4	2
107	Nurul Huda	RT 3	3
108	Purnomo	RT 5	4
109	Roikhan	RT 5	3
110	Roikhatun Nisa	RT 4	8
111	Rulyati	RT 7	1
112	Rustamaji	RT 7	2
113	Salim Arafat	RT 8	3
114	Slamet	RT 5	2
115	Slamet,H.	RT 5	3
116	Sri Kuswati. S.Ag	RT 6	20
117	Subandi	RT 8	6
118	Sudarmaji	RT 6	5
119	Sudarmulin	RT 6	4
120	Sukardi	RT 8	1
121	Sukarjo	RT 8	1
122	Sulaiman	RT 8	1
123	Sulaiman	RT 10	2
124	Sumardi	RT 6	2
125	Sumarni	RT 8	3
126	Suminto	RT 5	2
127	Sunarso	RT 8	3
128	Sunarto	RT 6	1
129	Sunarto	RT 8	3
130	Sunaryo	RT 6	7
131	Supriyono	RT 7	2
132	Sutar Efendi	RT 6	4
133	Sutin	RT 7	1
134	Sutiyem	RT 8	2
135	Suud	RT 6	3

NO	NAMA	ALAMAT	TENAGA KERJA
-	INAMA	\	
136	Suwoto	RT 8	2
137	Suyuthi	RT 6	2
138	Toni Ali Kusnanto	RT 6	5
139	Ujang	RT 7	2
140	Umar	RT 7	2
141	Uswatun	RT 6	1
142	Waras Hz	RT 4	2
143	Wartono	RT 6	2
144	Wasis Suprapto	RT 5	3
145	Yacub Sibi	RT 6	3
146	Yon Mariono	RT 7	3
147	Yono Hadi Saputra	RT 8	4
148	Yoppy	RT 6	1
149	Zamroni	RT 7	2
150	Zulianto	RT 6	3
	Total Tenaga Ker	617	

Sumber: Dokumen Pemerintah Desa Tritunggal Tahun 2019

3. Jenis Produksi

Kawasan Sentra Industri Konveksi & Sablon Desa Tritunggal Kecamatan Babat menghasilkan berbagai jenis produk, sebagaimana uraian tabel berikut:

Tabel 3.9 Jenis Produk Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal

No	Jenis Produk	Macam
1	Kaos	Olahraga
2	Kaos	Sponsor/promosi/ jersey
3	Kaos	Partai
4	Kaos	Training (celana kaos)
5	Baju	Batik
6	Baju	Kemeja
7	Baju	Seragam Sekolah
8	Baju	Busana muslim (TPQ, gamis, dll)
9	Kaos/Kain	Kerudung
10	Jas	Almamater
11	Jaket	Jaket
12	Kelengkapan sekolah	Topi
13	Kelengkapan sekolah	Dasi

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian, Jan-Feb Tahun 2020

4. Jumlah Produksi

Untuk produksi yang dihasilkan per unit per tahun di sentra industri konveksi dan kaos di Desa Tritunggal adalah sebagai berikut:

Tabel 3.10 Jumlah Produksi Per Tahun

No.	Kelompok Jenis Produk	Jumlah Produksi (unit/tahun)
1.	Kaos Seragam	2.180.000
2.	Baju Seragam	1.635.000
3.	Batik Seragam	1.700.000
4.	Jaket	1.090.000
5.	Topi & Dasi	80.000
6.	Bordir	40.000
Total Produksi		6.725.000

Sumber: Dokumen Pemerintah Desa Tritunggal Tahun 2019

5. Pangsa Pasar

Pangsa pasar Sentra Industri Konveksi dan Kaos Desa Tritunggal selama ini mencakup beberapa daerah di Indonesia, termasuk juga sudah sudah mampu menembus pangsa eksport di beberapa negara, diantaranya adalah sebagai berikut: (1)Pulau Jawa, (2) Pulau Madura, (3) Pulau Kalimantan (Kalimatan Timur), (4) Sulawesi (Gorontalo), (5) Sumatera (Palembang), (6) Papua (Jayapura), (7) Nusa Tenggara Barat, (8) Maluku Utara (Ternate), Malaysia, Arab Saudi.⁶

C. Identitas Subjek Penelitian

Identitas subjek penelitian merupakan suatu gambaran secara umum tentang informan. Informan dalam penelitian ini adalah seorang kepala desa yakni Kepala Desa Tritunggal, 15 pengrajin konveksi yang yang meiputi skala

⁶ Dokumen Pemerintah Desa Tritunggal 2019 & Hasil Wawancara Peneliti, Jan-Feb 2020.

besar, menengah dan kecil, serta 3 penyedia bahan baku. Berikut merupakan identitas informan di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal:

Tabel 3.11 Nama Informan

NO.	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur	Keterangan
1.	Yacub Shibi S.H	Laki-laki	55 tahun	Kepala Desa
2.	Agus Suprayitno	Laki-laki	35 tahun	Pengrajin skala kecil
3.	Yono Hadi Saputra	Laki-laki	58 tahun	Pengrajin skala kecil
4.	Adi Suwono	Laki-laki	40 tahun	Pengrajin skala kecil
5.	Hj. Jini	Perempuan	55 tahun	Pengrajin skala kecil
6.	Ikhsan	Laki-laki	50 tahun	Pengrajin skala kecil
7.	Khoiron Syakur	Laki-laki	70 tahun	Pengrajin skala menengah
8.	Mad Jayin	Laki-laki	45 tahun	Pengrajin skala menengah
9.	Rhoikhatun Nisa'	Perempuan	30 tahun	Pengrajin skala menengah
10.	Budi Asmin	Laki-laki	35 tahun	Pengrajin skala menengah
11.	H. Kisbul	Laki-laki	50 tahun	Pengrajin skala menengah
12.	H. Syahid Amin	Laki-laki	65 tahun	Pengrajin skala besar
13.	M. Syafiq Ridlo	L <mark>ak</mark> i-laki	30 tahun	Pengrajin skala besar
14.	H. Toyifur	La <mark>ki-</mark> lak <mark>i</mark>	4 <mark>5 ta</mark> hun	Pengrajin skala besar
15.	Sri Kuswati S.Ag	Perempuan Perempuan	5 <mark>0 ta</mark> hun	Pengrajin skala besar
16.	H. Aris Fiyanto	Laki-laki	4 <mark>0 ta</mark> hun	Pengrajin skala besar
17.	H. Toyifur	Laki-laki	4 <mark>5 ta</mark> hun	Penyedia bahan baku
18.	H. Warsiman	Laki-laki	57 tahun	Penyedia bahan baku
19.	H. Aris Fiyanto	Laki-laki	40 tahun	Penyedia bahan baku

Sumber: Hasil Observasi & Wawancara Penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa para pengrajin secara ratarata ada yang secara umur masih tergolong muda, baik skala industri pengrajin tergolong skala kecil, menengah dan besar. Dan juga ada yang secara umur lebih tua baik di industri skala kecil, menengah dan besar. Hal ini dapat diartikan bahwa para pengrajin yang ada di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal mencakup semua kelompok umur, baik pemuda sampai yang lebih tua menjadi pengrajin dan lebih lanjut memiliki jika wirausaha yang tinggi.

D. Data Penelitian Lapangan

1. Penyedia Bahan Baku di Desa Tritunggal

Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal saat ini terdapat 3 pelaku usaha yang menyediakan bahan baku bagi para pengrajin konveksi yang ada, selain itu ketiga pelaku penyedia bahan baku juga merupakan pengrajin konveksi. Ketiga pelaku usaha di bidang penyedia bahan baku tersebut adalah sebagai berikut:

a) Scorpio Kaos

Scorpio kaos merupakan toko penyedia bahan baku kain yang ada di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal yang dimiliki oleh Bapak Thayifur. Usaha ini berdiri sejak 1990 hingga saat ini. Scorpio Kaos selain penyedia bahan baku juga merupakan usaha konveksi. Oleh sebab itu selain untuk memenuhi kebutuhan bahan baku para pengrajin juga untuk memenuhi kebutuhan scorpio itu sendiri.

Bahan baku selama ini didatangkan langsung dari Kota Surabaya tepatnya di wilayah Pasar Kapasan Kecamatan Simokerto. Frekuensi permintaan bahan baku oleh pengrajin di Scorpio Kaos tidak tentu. Jika pesanan yang didapatkan para pengrajin banyak tentu juga permintaan bahan baku di Scorpio Kaos meningkat. Selain itu banyak juga para pengrajin konveksi yang membeli bahan baku secara langsung ke Kota Surabaya di wilayah Kapasan.

Skema pembelian bahan baku disini biasanya dengan eceran per kilogram berat kain dan juga per roll tergantung dengan permintaan para pengrajin. Sedangkan skema pembayaran oleh para pengrajin biasanya dengan cash atau tempo (pembayaran sesuai tenggat waktu yang di sepakati).⁷

b) Warsiman Konveksi

Warsiman Konveksi merupakan salah satu penyedia bahan baku yang ada di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal yang dimiliki oleh Bapak H. Warsiman. Usaha ini berdiri sejak tahun 1997 dan selain usaha penyedia bahan baku, Warsiman Konveksi juga merupakan suatu usaha konveksi itu sendiri. Oleh karena itu selain untuk memenuhi kebutuhan para pengrajin juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku bapak H.Warsiman sendiri.

Bahan baku selama ini di datangkan langsung dari Pasar Kapasan Kota Surabaya. Frekuensi permintaan bahan baku dari pengrajin di Scorpio Kaos tidak tentu. Jika para pengrajin mendapatkan pesanan banyak dari konsumen tentu juga permintaan bahan baku di Bapak H. Warsiman juga meningkat. Selain itu banyak juga para pengrajin konveksi yang ada di sentra tersebut membeli bahan baku secara langsung ke Kota Surabaya di wilayah Kapasan.

Skema pembelian bahan baku di warsiman konveksi selama ini menggunakan skema eceran per kilogram berat kain dan juga per roll tergantung dengan permintaan para pengrajin. Sedangkan skema

⁷ H. Thayifur, *Wawancara*, Scorpio Kaos, 05 Februari 2020.

pembayaran oleh para pengrajin biasanya dengan cash atau tempo (pembayaran sesuai tenggat waktu yang di sepakati).⁸

c) Starnine

Starnine merupakan satu dari tiga penyedia bahan baku yang ada di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal yang dimiliki oleh Bapak H. Aris Fiyanto. Usaha ini didirikan oleh Bapak Aris sejak tahun 2004 dan selain sebagai usaha penyedia bahan baku, Starnine juga merupakan suatu usaha konveksi dengan nama yang sama. Oleh karena itu selain untuk memenuhi kebutuhan para pengrajin juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku untuk Starnine itu sendiri.

Bahan baku di Starnine selama ini di datangkan dari wilayah Pasar Kapasan Kota Surabaya. Frekuensi permintaan bahan baku dari pengrajin di Starnine tidak tentu. Jika pesanan yang didapatkan para pengrajin banyak tentu juga permintaan bahan baku di Starnine juga meningkat. Selain itu banyak juga para pengrajin konveksi yang membeli bahan baku secara langsung ke Kota Surabaya di wilayah Kapasan Simokerto.

Skema pembelian bahan baku di Starnine konveksi selama ini menggunakan skema eceran per kilogram berat kain dan juga per roll tergantung dengan permintaan para pengrajin. Sedangkan skema

⁸ H. Warsiman, *Wawancara*, Toko Warsiman Kaos, 05 Februari 2020.

pembayaran oleh para pengrajin biasanya dengan cash atau tempo (pembayaran sesuai tenggat waktu yang di sepakati).⁹

2. Pengrajin Konveksi

Penelitian ini mengambil responden dari kalangan pengrajin 15 orang, dengan rincian 5 pengrajin skala kecil, 5 pengrajin skala menengah, dan 5 pengrajin skala besar. Dengan begitu diharapkan akan memberi data yang akurat mewakili 3 lapisan pengrajin.

a. Skala Kecil

1) Rizal Abadi Konveksi

Rizal Abadi Konveksi didirikan oleh Mas Yono Hadi Saputra sejak tahun 1988 dan masih skala kecil.

Tabel 3.12 Pengelolahan Rizal Abadi Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan	
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari Pasar Kapasan Kota Surabaya. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu). 	
2.	Proses	Proses produksi dari mulai awal bahan baku	
	produksi	datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.	
3.	SDM	 Memiliki 4 karyawan dengan sistem kerja borongan. Yang meliputi bagian pemotongan pola dan penjahitan. 	

⁹ H. Aris Fiyanto, wawancara, Starnine, 04 Februari 2020.

.

			Skema pembayaran gaji borongan
			selesai maka langsung bayar.
			Ditambah dengan Mas Yono sendiri
			sebagai pemilik juga membantu proses
	1	Danimalan	produksi.
	4.	Penjualan	Strategi penjualan dengan mendatangi kanguman untuk menguwakan meduka
			konsumen untuk menawarkan produk
			dan juga sering konsumen datang sendiri ke lokasi untuk memesan produk.
			Belum menerapkan akan marketing
			digital baik melului promosi maupun
		- //	menggunakan media sosial sebagai alat
			pemasaran.
		7 / 1	Penjualan dilakukan dengan secara
	1		langsung ke konsumen tanpa memilki
			makelar penjualan.
		37	Ada jaminan pengembalian, perbaikan
			dan juga pemotongan harga jika produk
	,		tid <mark>ak</mark> sesuai dengan pesanan.
			Rata-rata permintaan perbulan sebesar
			1000-2000 buah/pieces.
			Pembayaran oleh konsumen dengan
-			sistem cash dan juga tempo dengan uang muka di awal.
	5.	Distribusi	Produk yang telah dihasilkan akan
	3.	Distribusi	dikirim ke konsumen baik di ambil
			sendiri maupun diantar sesuai dengan
7			kesepakatan yang ada termasuk akan di
			paketkan melalui jasa pengiriman
			logistik.
			• Tidak ada ganti rugi jika terjadi
			keterlambatan pengiriman produk.
	6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Kalimantan Timur
	7.	Halal Fashion	Belum mengetahui Indonesia menjadi
			pasar produk halal terbesar di dunia.
			Dan belum mengetahui tentang halal
			fashion.
			Namun memiliki ketertarikan untuk mamproduksi kalal fashion iika ada
			memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
	8.	Produk	D '1 1 ' ' 1 ' 1
	0.	TIOGUK	Batik, almamater, gamis, jaket, kaos, kebutuhan sekolah dan olahraga.
			Permintaan akan baju muslim di bawah
			<50
	9.	Kendal	Kendala di permodalan untuk produksi.
ı			- *

Sumber: Hasil wawancara, Mas Yono Hadi S, 05-02-2020

Rizal Abadi Konveksi adalah usaha konveksi yang didirikan oleh Yono Hadi pada 1988 walau masih tergolong skala kecil di sentra industri tersebut, namun pangsa pasar Rizal Abadi Konveksi selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang dari Pulau Kalimantan. Usaha ini memiliki 4 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala selama ini pada permodalan. Pemilik memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

2) Arya Konveksi

Arya Konveksi merupakan usaha konveksi skala kecil yang dimiliki oleh Mas Bapak Adi Suwono. Usaha ini tergolong masih sangat baru dan berdiri pada tahun 2017.

Tabel 3.13 Pengelolahan Arya Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	Bahan baku berasal dari Pasar Kapasan Kota Surabaya.
		Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga
		tempo (tenggat waktu).
2.	Proses produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	Memiliki 3 karyawan dengan sistem kerja borongan dan 1 karyawan tetap. Yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan.

4.	Penjualan	 Skema pembayaran gaji mingguan bagi karyawan tetap dan bagi karyawan borongan maka selesai langsung bayar. Ditambah dengan Mas Adi Suwono sendiri sebagai pemilik juga membantu proses produksi. Strategi penjualan dengan mendatangi konsumen untuk menawarkan produk dan juga sering konsumen datang sendiri ke lokasi untuk memesan produk. Belum menerapkan akan marketing
		digital baik melului promosi maupun menggunakan media sosial sebagai alat
7		pemasaran.Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen dan juga memilki makelar
	4	 penjualan. Ada jaminan pengembalian, perbaikan dan juga pemotongan harga jika produk tidak sesuai dengan pesanan.
		 Rata-rata perbulan permintaan sebanyak 1000 – 2000 buah/pieces. Pembayaran oleh konsumen sistem cash dan juga tempo dengan uang muka di awal.
5.	Dis <mark>tribusi</mark>	 Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di
		 paketkan melalui jasa pengiriman logistik. Jika terdapat potensi keterlambatan maka jauh-jauh hari sudah dikasih tau.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Kalimantan
7.	Halal Fashion	 Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana dan kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Kendala	Kendala di bahan baku, baik dari sisi harga maupun jenis kian.
C 1	TT!1	ncara Mas Adi Suwono 04-02-2020

Sumber: Hasil wawancara, Mas Adi Suwono, 04-02-2020

Arya Konveksi adalah usaha konveksi yang didirikan oleh Adi Suwono pada 2017 (tergolong baru) walau masih tergolong skala kecil, namun pangsa pasar Arya Konveksi selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang dari Pulau Kalimantan. Arya Konveksi memiliki 3 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala selama ini pada perihal yang mendasar yakni bahan baku. Pemilik memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

3) Afindo Konveksi

Pemilik dari Afindo Konveksi ini adalah Bapak Ikhsan dan usaha ini didirikan sejak tahun 1995.

Tabel 3.14 Pengelolahan Pengelolahan Afindo Konveksi

No.	Faktor Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari penyedia bahan baku di desa dan juga dari Pasar Kapasan Kota Surabaya. Pembayaran pembelian bahan baku
		menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu).
2.	Proses produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	Memiliki 4 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan.

1			
	4.	Penjualan	 Skema pembayaran gaji selesai langsung bayar. Dan sistem bon (meminta di sesuai kebutuhan & ada yang dibiarkan ngak diambil hingga setahun) Ditambah dengan Bapak Ikhsan itu sendiri sebagai pemilik juga membantu proses produksi. Sistem penjualan konsumen datang sendiri ke lokasi untuk memesan produk. Belum menerapkan akan marketing digital baik melului promosi maupun menggunakan media sosial sebagai alat
		//	 pemasaran. Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen dan juga memilki makelar
		4	 penjualan. Tidak ada jaminan jika produk tidak sesuai dengan pesanan. Rata-rata permintaan setiap bulan sebesaar 1000 buah/pieces.
			 Skema pembayaran oleh konsumen cash dan juga tempo.
	5.	Distribusi	 Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman
			logistik. Tidak ada ganti rugi jika pengirimaan produk terjadi keterlambatan.
	6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Kalimantan Timur.
	7.	Halal Fashion	Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia.Dan belum mengetahui tentang halal
			 fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
	8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana dan kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
	9.	Kendala	Terkendala di bahan baku, dari sisi harga dan jenis.

Sumber: Hasil wawancara, Bapak Ikhsan, 04-02-2020

Afindo Konveksi adalah usaha konveksi yang didirikan oleh Bapak Ikhsan pada 1995. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang dari Kalimantan Timur. Afindo Konveksi memiliki 4 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada bahan baku, jenis dan harga. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

4) Fauzul Jaya Konveksi & Sablon

Pemilik dari usaha ini adalah Ibu Hj. Jini. Usaha yang di dirikan sejak 1997.

Tabel 3.15 Pengelolahan Fauzul Jaya Konveksi & Sablon

No.	<u>Faktor</u>	Pengelolahan
2.	Proses produksi	 Bahan baku berasal dari penyedia bahan baku di desa. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu). Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan
		pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	 Memiliki 4 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. Skema pembayaran gaji selesai barang dikirim langsung bayar.
4.	Penjualan	• Strategi penjualan dengan mendatangi konsumen untuk menawarkan produk.

			Belum menerapkan akan marketing
			digital baik melului promosi maupun
			menggunakan media sosial sebagai alat
			pemasaran.
			Penjualan dilakukan secara langsung ke
			konsumen dan juga memilki makelar
			penjualan.
			Ada jaminan pengembalian, perbaikan dan juga pematangan barga jila produk
			dan juga pemotongan harga jika produk tidak sesuai dengan pesanan.
			Perkiraan permintaan tidak tentu.
		-/-	 Skema pembayaran oleh konsumen cash
			dan juga tempo.
	5.	Distribusi	Produk yang telah dihasilkan akan dikirim
	٥.	Distribusi	ke konsumen baik di ambil sendiri maupun
			diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada
		37	termasuk akan di paketkan melalui jasa
			pengiriman logistik.
	6.	Pangsa pasar	Pulau <mark>Ja</mark> wa
	7.	Halal Fashion	Belum mengetahui Indonesia menjadi
			pasar produk halal terbesar di dunia.
			• Dan belum mengetahui tentang halal
1			fashion.
			Namun memiliki ketertarikan untuk
			memproduksi halal fashion jika ada
	8.	Produk	pelatihan yang diberikan. • Batik almamater busana muslim jaket
7	0.	TIOUUK	Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana dan kebutuhan pakaian
			sekolah dan olahraga.
			Permintaan akan baju muslim di bawah
			<50

Sumber: Hasil wawancara Ibu Hj. Jini, 06-02-2020

Fauzul Jaya Konveksi dan Sablon adalah usaha konveksi yang didirikan oleh Ibu Hj Jini pada tahun 1997 silam. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri. Fauzul Jaya Konveksi dan Sablon memiliki 4 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada permodalan. Hj Jini Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

5) Anggun Jaya Konveksi

Anggun Jaya Konveksi merupakan sebuah usaha konveksi yang tergolong skala kecil dan didirikan pada tahun 2015 oleh Mas Agus Suprayitno.

Tabel 3.16 Pengelolahan Anggun Jaya Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	Bahan baku berasal dari penyedia bahan
		baku di desa.
	7//	Pembayaran pembelian bahan baku
- 3		menggunakan skema cash ataupun juga
		tempo (tenggat waktu).
2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku
	377	datang, kemudian pembuatan desain,
		penentuan ukuran, kemudian pemotongan
		pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan,
		finishing dan kemudian packaging. Setelah
		proses tersebut selelesai maka kemudian
		p <mark>rod</mark> uk j <mark>adi</mark> akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke
		konsumen jika memang kesepakatan
		pengiriman telah disepakati. Proses produksi
		ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk
		mencapai target baik kualitas maupun secara
		tenggat waktu.
3.	SDM	Memiliki 4 karyawan dengan sistem
		kerja borongan yang meliputi bagian
		pemotongan pola, penjahitan dan
		penyablonan.
		Skema pembayaran gaji selesai langsung
	D	bayar.
4.	Penjualan	Strategi penjualan dengan mendatangi
		konsumen.
		Belum menerapkan akan marketing
		digital baik melului promosi maupun
		menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran.
		 Penjualan dilakukan secara langsung ke
		konsumen.
		 Ada jaminan berupa pemotongan harga,
		pengembalian jika produk tidak sesuai
		dengan pesanan.
		Rata-rata permintaan produk perbulan
		1000 buah/pieces.
		Skema pembayaran oleh konsumen cash
		dan juga tempo.

5.	Distribusi	 Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman logistik. Tidak ada jaminan ganti rugi jika terjadi keterlambatan pengiriman.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa
7.	Halal Fashion	 Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Ken <mark>dal</mark> a	T <mark>ida</mark> k me <mark>mil</mark> iki kendala berati.

Sumber: Hasil wawancara, Mas Agus Suprayitno, 04-02-2020

Anggun Jaya Konveksi adalah usaha konveksi yang didirikan oleh Bapak Agus Suprayitno pada 2015. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang dari Kalimantan Timur. Afindo Konveksi memiliki 4 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Selama ini tidak ada kendala berarti. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

b. Skala Menengah

1) Reni Jaya Konveksi

Reni Jaya Konveksi merupakan usaha konveksi skala menengah di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal yang didirikan oleh Bapak H. Kisbul pada tahun 1996.

Tabel 3.17 Pengelolahan Reni Jaya Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	Bahan baku berasal dari penyedia bahan baku di desa.
		Pembayaran pembelian bahan baku
		menggunakan skema cash ataupun juga
2.	Produksi	tempo (tenggat waktu).
۷.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain,
		penentuan ukuran, kemudian pemotongan
		pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan,
		finishing dan kemudian packaging. Setelah
	1	proses tersebut selelesai maka kemudian
		produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke
1		konsumen jika memang kesepakatan
		pengiriman telah disepakati. Proses produksi
	100	ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk
		mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	Memiliki 9 karyawan dengan sistem
		kerja borongan yang meliputi bagian
		pemotongan pola, penjahitan dan
		penya <mark>blo</mark> nan.
		Skema pembayaran gaji selesai langsung bayar
4.	Penjualan	bayar.Sistem penjualan dengan mendatangi
	Julian	konsumen dan konsumen datang.
		Belum menerapkan akan marketing
		digital baik melului promosi maupun
		menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran.
		 Penjualan dilakukan secara langsung ke
		konsumen dan juga memiliki makelar
		penjualan.
		Ada jaminan pengembalian, perbaikan
		dan juga pemotongan harga jika produk
		tidak sesuai dengan pesanan.Jumlah permintaan perbulan rata-rata
		3000-5000 buah/pieces.
		Skema pembayaran oleh konsumen cash
		dan juga tempo.
5.	Distribusi	Produk yang telah dihasilkan akan
		dikirim ke konsumen baik di ambil
		sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di
		paketkan melalui jasa pengiriman
		logistik.

		Tidak ada jaminan ganti rugi jika terdapaat keterlambatan pengiriman.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Ternate Maluku Utara
7.	Halal Fashion	 Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana, kemeja, kerudung, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga, topi, dasi dll. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Kendala	Kendala di permodalan produksi.

Sumber: Hasil wawancara, Bapak H. Kisbul, 06-02-2020

Reni Jaya Konveksi adalah usaha konveksi yang didirikan oleh Bapak H. Kisbul pada 1996. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang Ternate, Maluku Utara. Dengan memiliki 9 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada permodalan produksi. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

2) Bintang Fajar Konveksi

Usaha ini didirikan oleh Bapak Budi Asmin pada tahun 2007, dan saat ini tergolong sebagai usaha skala menengah.

Tabel 3.18 Pengelolahan Bintang Fajar Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari penyedia bahan baku di desa dan juga dari Pasar Kapasan Kota Surabaya. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu).

2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku
		datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan,
		finishing dan kemudian packaging. Setelah
		proses tersebut selelesai maka kemudian
		produk jadi akan disimpan di tempat
		penyimpanan atau kemudian dikirim ke
		konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi
		ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk
		mencapai target baik kualitas maupun secara
		tenggat waktu.
3.	SDM	Memiliki 6 karyawan dengan sistem
7		kerja borongan yang meliputi bagian
		pemotongan pola, penjahitan dan
		penyablonan.Skema pembayaran gaji yakni selesai
	<i>y</i>	langsung bayar.
4.	Penjualan	• Sistem penjualan konsumen datang
		sendiri untuk memesan produk.
		Belum menerapkan akan marketing
		digital baik melului promosi maupun
		menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran.
		Penjualan dilakukan secara langsung ke
		konsumen dan juga memiliki makelar
		penjualan.
		Ada jaminan pengembalian, perbaikan
		dan juga pemotongan harga jika produk
		tidak sesuai dengan pesanan.Jumlah permintaan perbulan rata-rata
		sebanyak 2000 – 2500 buah/pieces.
		Skema pembayaran oleh konsumen cash
		dan juga tempo.
5.	Distribusi	Produk yang telah dihasilkan akan
		dikirim ke konsumen baik di ambil
		sendiri maupun diantar sesuai dengan
		kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman
		logistik.
		• Tidak ada ganti rugi jika terjadi
		keterlambatan pengiriman dan selama
		ini belum pernah telat.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Sulawesi Utara
7.	Halal Fashion	Belum mengetahui Indonesia menjadi masan menduk halal tanbasan di dunia
		pasar produk halal terbesar di dunia.
		Dan belum mengetahui tentang halal fashion.
	<u>l</u>	143HOH.

		Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Kendala	Kendala di tenaga kerja dan permodalan produksi.

Sumber: Hasil wawancara, Bapak Budi Asmin, 06-02-2020

Bintang Fajar Konveksi merupakan usaha konveksi yang didirikan oleh Bapak Budi Asmin pada 2007 silam. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang dari Sulawesi Utara. Bintang Fajar Konveksi memiliki 6 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada tenaga kerja dan permodalan. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

3) Rama Konveksi

Usaha yang didirikan sejak 2009 oleh Ibu Roikhatun Nisa' ini merupakan usaha konveki skala menengah.

Tabel 3.19 Pengelolahan Rama Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari Pasar Babat Lamongan dan juga Pasar Kapasan Kota Surabaya. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tanggat waktu)
2.	Produksi	tempo (tenggat waktu). Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke

		konsumen jika memang kesepakatan
		pengiriman telah disepakati. Proses produksi
		ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk
		mencapai target baik kualitas maupun secara
3.	SDM	tenggat waktu.
3.	SDW	Memiliki 8 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian
		pemotongan pola, penjahitan dan
		penyablonan.
		Skema pembayaran gaji yakni selesai
		langsung bayar atau 2 minggu bayar.
4.	Penjualan	Sistem penjualan konsumen datang
		sendiri untuk memesan produk.
		Belum menerapkan akan marketing
		digital baik melului promosi maupun
		menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran.
	39	 Penjualan dilakukan secara langsung ke
		konsumen.
	4	Ada jaminan pengembalian untuk
		perbaikan jika produk tidak sesuai
		dengan pesanan.
		• Rata-rata permintaan pebulan sebanyak
		2000 pieces/buah.
		• Skema pembayaran oleh konsumen cash dan juga tempo.
5.	Distribusi	Produk yang telah dihasilkan akan
	Distriction of	dikirim ke konsumen baik di ambil
		sendiri maupun diantar sesuai dengan
		kesepakatan yang ada termasuk akan di
		paketkan melalui jasa pengiriman
		logistik.
		Ada ganti rugi potong harga jika terjadi keterlambatan pengiriman.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Kalimantan
7.	Halal Fashion	Mengetahui jika Indonesia menjadi
, ,	114441145111011	pasar produk halal terbesar di dunia.
		 Dan mengetahui tentang halal fashion.
		Dan memiliki ketertarikan untuk
		memproduksi halal fashion jika ada
		pelatihan yang diberikan.
8.	Produk	Batik, almamater, busana muslim, jaket,
		kaos, celana, kemeja, kebutuhan
		pakaian sekolah dan olahraga.Permintaan akan baju muslim di bawah
		<50
9.	Kendala	Dipermodalan untuk produksi.
		Persaingan antar pengrajin di sentra
		dirasa tidak adil oleh karena itu

dibutuhkan pengaturan harga dan pasar
oleh pemerintah desa

Sumber: Hasil wawancara, Ibu Rhoikhatun N, 05-02-2020

Rama Konveksi didirikan oleh Ibu Rhaikhatun Nisa pada 2009 silam. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang dari Kalimantan. Didukung dengan 8 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada permodalan dan perlunya aturan dari pemerintah desa untuk tercapainya persaingan yang baik dan sehat. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

4) Eka Jaya Konveksi

Eka Jaya Konveksi ini merupakan usaha skala menengah yang didirkan oleh Bapak Mad Jayin pada tahun 1985.

Tabel 3.20 Pengelolahan Eka Jaya Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	Bahan baku berasal dari Pasar Babat Lamongan dan juga Pasar Kapasan Kota
		Surabaya. • Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu).
2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.

2 (7)		
3. SDM	•	 Memiliki 8 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. Skema pembayaran gaji yakni selesai langsung bayar dan juga bayar di tahun ajaran sekolah.
4. Penji	ualan	 Strategi penjualan selama ini dengan mendatangi calon konsumen dan juga konsumen datang sendiri untuk memesan produk. Belum menerapkan akan marketing digital baik melului promosi maupun
		menggunakan media sosial sebagai alat
		pemasaran.
		 Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen.
	•	Tidak ada jaminan jika produk tidak
	4 6	sesuai dengan pesanan.
	•	Jumlah permintaan perbulan biasanya sebanyak 2000-2500 buah/pieces.
		Skema pembayaran oleh konsumen cash
		dan juga tempo.
5. Distr	ribusi	Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman logistik.
		Tidak ada ganti rugi jika terjadi
		keterlambatan pengiriman dan selama ini belum pernah telat.
	1	Pulau Jawa dan Kalimantan Timur
7. Hala	l Fashion	 Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
8. Prod	uk	Batik, almamater, busana muslim, jaket,
	•	kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9. Kend	dala K	Kendala di permodalan produksi.
		P. 0 4 4 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1

Sumber : Hasil wawancara, Bapak Mad Jayin, 05-02-2020

Eka Jaya Konveksi didirikan oleh Bapak Mad Jayin pada 1985. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa sendiri dan terkadang datang dari Kalimantan Timur. Eka Jaya Konveksi didukung dengan 8 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada permodalan usaha. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

5) Mekar Jaya Konveksi

Mekar Jaya Konveksi merupakan usaha skala menengah yang didirikan oleh Bapak Khoiron Syakur tahun 1990.

Tabel 3.21 Pengelolahan Mekar Jaya Konveksi

No.	<u>Faktor</u>	Pengelolahan
2.	Bahan baku Produksi	 Bahan baku berasal dari penjual bahan baku yang ada di desa. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu). Proses produksi dari mulai awal bahan baku
		datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan
		pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	 Memiliki 6 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. Skema pembayaran gaji yakni selesai langsung bayar.
4.	Penjualan	Strategi penjualan selama ini dengan mendatangi calon konsumen dan juga

Distribusi	konsumen datang sendiri untuk memesan produk. Belum menerapkan akan marketing digital untuk promosi maupun alat pemasaran. Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen dan juga memiliki makelar penjualan. Tidak ada jaminan jika produk tidak sesuai dengan pesanan. Jumlah permintaan perbulan biasanya sebanyak 2000 buah/pieces. Skema pembayaran oleh konsumen cash dan juga tempo. Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman logistik. Tidak ada ganti rugi jika terjadi keterlambatan pengiriman dan selama ini belum pernah telat.
Pan <mark>gs</mark> a pasar	P <mark>ula</mark> u Jaw <mark>a</mark>
Hal <mark>al</mark> Fashion	Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia.
	 Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada
	pelatihan yang diberikan.
Produk	Batik, almamater, busana muslim, jaket,
	kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. • Permintaan akan baju muslim di bawah
	<50
	Pangsa pasar Halal Fashion

Sumber: Hasil wawancara, Bapak Khoiron Syakur, 06-02-2020

Mekar Jaya Konveksi didirikan oleh Bapak Khoiron Syakur pada 1990. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa. Mekar Jaya Konveksi memiliki 6 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada permodalan

usaha juga tenaga kerja. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

c. Skala Besar

1) Scorpio Kaos

Scorpio Kaos merupakan usaha konveksi skala besar di sentra tersebut. Usaha ini di dirikan oleh Bapak H. Thayifur pada

tahun 1990.

Tabel 3.22 Pengelolahan Scorpio Kaos

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari Pasar Kapasan Kota Surabaya dan juga dari gudang Scorpio Kaos Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu).
2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan
		pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	 Memiliki 12 karyawan dengan sistem kerja harian dan borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. Skema pembayaran gaji karyawan harian bulanan dan untuk borongan selesai langsung bayar.
4.	Penjualan	Strategi penjualan selama ini dengan mendatangi calon konsumen dan juga konsumen datang sendiri untuk memesan produk.

		 Belum menerapkan akan marketing digital untuk promosi maupun sebagai alat pemasaran. Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen dan juga memiliki makelar penjualan.
		 Tidak ada jaminan jika produk tidak sesuai dengan pesanan. Jumlah permintaan perbulan biasanya sebanyak 3000-5000 buah/pieces. Skema pembayaran oleh konsumen cash
		dan juga tempo.
5.	Distribusi	 Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan
	1/6	 kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman logistik. Tidak ada ganti rugi jika terjadi keterlambatan pengiriman dan selama ini belum pernah telat.
6.	Pan <mark>gsa</mark> pasar	Pulau Jawa, Palembang, Jayapura, dan Kalimantan.
7.	Halal Fashion	 Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal
		fashion. • Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
8.	Produk	Batik, almamater, busana muslim, jaket,
		kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. • Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Kendala	Kendala di Karyawan atau SDM

Sumber: Hasil wawancara, Bapak Thayifur, 06-02-2020

Scorpio Kaos didirikan oleh Bapak H. Thayifur pada tahun 1990 silam. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa, Palembang, Jayapura dan Kalimantan. Dengan memiliki 12 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan.

Kendala terdapat pada aspek tenaga kerja. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

2) Starnine

Pemilik dari konveksi Starnine adalah Bapak H. Aris Fiyanto dan didirikan pada tahun 2004.

Tabel 3.23 Pengelolahan Starnine

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari Pasar Kapasan Kota Surabaya dan juga dari gudang Starnine sendiri mengingat selain sebagai usaha konveksi juga penyedia bahan baku di Desa. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu).
2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi
		ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara
3.	SDM	 Memiliki 90 karyawan dengan sistem kerja harian lepas dan borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan serta bordir. Skema pembayaran gaji untuk karyawan harian maka bulanan dan borongan selesai langsung bayar.
4.	Penjualan	 Sistem penjualan selama ini konsumen datang sendiri untuk memesan produk. Belum menerapkan akan marketing digital sebagai promosi maupun alat pemasaran. Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen dan juga memiliki makelar penjualan.

		 Ada jaminan jika produk tidak sesuai dengan pesanan yakni dapat dikembalikan/ pengembalian untuk diperbaiki dan potong harga. Jumlah permintaan perbulan biasanya sebanyak 5000 – 10.000 buah/pieces. Skema pembayaran oleh konsumen cash dan juga tempo.
5.	Distribusi	 Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman logistik. Ada jaminan ganti rugi jika terjadi
		keterlambatan pengiriman.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Sumatra
	3	dan Nusa Tenggara Barat
7.	Halal Fashion Produk	 Mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan. Batik, almamater, busana muslim, jaket,
		kaos, celana, kemeja, kebutuhan
		pakaian sekolah dan olahraga.
		Permintaan akan baju muslim di bawah
0	Vandala	<50
9.	Kendala	Tidak ada kendala berarti.

Sumber: Hasil wawancara, Bapak Aris Fiyanto, 06-02-2020

Starnine didirikan oleh Bapak Aris Fiyanto pada 2004 silam. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa Kalimantan, Sulawesi, Sumatra dan Nusa Tenggara Barat. Strarnine memiliki 90 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Tidak ada kendala yang berarti dari Starnine. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

3) Tiga Garda Konveksi

Usaha ini merupakan milik Ibu Sri Kuswati S.Ag dan didirikan sejak tahun 2002.

Tabel 3.24 Pengelolahan Tiga Garda Konveksi

		nian 11ga Garda Konveksi
No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari Pasar Kapasan Kota Surabaya. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga
		tempo (tenggat waktu).
2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	
3.	SDIVI	 Memiliki 20 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. Skema pembayaran gaji bulanan.
4.	Penjualan	 Strategi penjualan selama ini dengan mendatangi calon konsumen dan juga konsumen datang sendiri untuk memesan produk. Menerapkan marketing digital baik untuk promosi dan alat pemasaran. Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen. Ada jaminan jika produk tidak sesuai dengan pesanan yaitu pengembalian untuk perbaikan atau potong harga. Jumlah permintaan perbulan biasanya sebanyak 3000-4000 buah/pieces dan 10.000 di menjelang musim sekolah. Skema pembayaran oleh konsumen cash dan juga tempo.
5.	Distribusi	Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun

		diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman logistik.\ Tidak ada ganti rugi jika terjadi keterlambatan pengiriman dan selama ini belum pernah telat.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Luar Jawa
7.	Halal Fashion	 Mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan mengetahui tentang halal fashion. Juga memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan.
8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Kendala	Kendala di permodalan produksi dan di karyawan.

Sumber: Hasil wawancara, Ibu Sri Kuswati, 05-02-2020

Tiga Garda Konveksi didirikan oleh Ibu Sri Kuswati pada 2002 silam. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa dan luar jawa. Tiga Garda Konveksi memiliki 20 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada permodalan usaha juga tenaga kerja. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

4) Syafiq Konveksi

Usaha ini didirikan oleh Mas Syafiq Ridlo pada tahun 2019, terhitung masih sangat baru namun sudah mampu menjadi salah satu ukm terbesar di kawasan sentra tersebut. Hal ini dikarenakan selain memiliki aset dan lokasi usaha yang sangat strategis di pinggir jalan nasional Babat-Surabaya hingga memiliki omset penjualan yang tergolong tinggi.

Tabel 3.25 Pengelolahan Syafiq Konveksi

		Tun byung Konveksi
No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari Kapasan Kota Surabaya dan dari Kota Bandung. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu).
2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah proses tersebut selelesai maka kemudian
		produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	 Memiliki 10 karyawan borongan dan 3 karyawan tetap yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. Skema pembayaran gaji mingguan bagi karyawan tetap dan harian bagi karyawan borongan.
4.	Penjualan	 Strategi penjualan selama ini baik marketing di media sosial juga memiliki beberapa suplayer. Menerapkan marketing digital baik
		 Wenerapkan marketing digital bank untuk promosi dan alat pemasaran. Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen dan melalui makelar. Ada jaminan jika produk tidak sesuai dengan pesanan yaitu pengembalian untuk perbaikan atau potong harga. Jumlah permintaan perbulan biasanya sebanyak 4000 buah/piece. Skema pembayaran oleh konsumen cash dan juga tempo.
5.	Distribusi	 Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di paketkan melalui jasa pengiriman logistik. Ada ganti rugi jika terjadi keterlambatan pengiriman.

6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Kalimantan
7.	Halal Fashion	 Tidak mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion.
8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga, bantal. Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Kendala	Kendala di karyawan karena harian lepas,

Sumber: Hasil wawancara, Mas Syafi' Ridlo, 04-02-2020

Syafiq Konveksi didirikan oleh Mas Syafiq pada 2019 (tergolong baru namun sudah skala besar). Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa dan Kalimantan. Memiliki 10 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala terdapat pada tenaga kerja karena harian lepas. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

5) UD. Syahid Konveksi

Usaha ini didirikan oleh Bapak H. Syahid Amin sejak tahun 1983 dan ini tergolong menjadi salah satu pelopor industri konveksi di Des Tritunggal.

Tabel 3.26 Pengelolahan UD. Syahid Konveksi

No.	Faktor	Pengelolahan
1.	Bahan baku	 Bahan baku berasal dari Pasar Kapasan Kota Surabaya. Pembayaran pembelian bahan baku menggunakan skema cash ataupun juga tempo (tenggat waktu).
2.	Produksi	Proses produksi dari mulai awal bahan baku datang, kemudian pembuatan desain, penentuan ukuran, kemudian pemotongan pola, penyablonan (jenis kaos), penjahitan, finishing dan kemudian packaging. Setelah

3.	SDM	proses tersebut selelesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini di lakakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu. • Memiliki 2 karyawan tetap dan 20 karyawan dangan sistem keria berengan		
		karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan.		
	///	Skema pembayaran gaji bulanan bagi karyawan tetap dan selesai bayar bagi karyawan borongan.		
4.	Penjualan	 Sistem penjualan selama ini konsumen datang sendiri untuk memesan produk. Belum menerapkan marketing digital baik untuk promosi dan alat pemasaran. Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen. Ada jaminan jika produk tidak sesuai dengan pesanan yaitu pengembalian 		
		untuk perbaikan atau potong harga. • Jumlah permintaan perbulan biasanya 5000 -10000 buah.		
		 Skema pembayaran oleh konsumen cash dan juga tempo. 		
5.	Distribusi	Produk yang telah dihasilkan akan		
		dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di		
		paketkan melalui jasa pengiriman logistik.Ada ganti rugi jika terjadi keterlambatan pengiriman.		
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Gorontalo		
7.	Halal Fashion	 Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. Dan belum mengetahui tentang halal fashion. Namun memiliki ketertarikan untuk memproduksi halal fashion jika ada pelatihan yang diberikan. 		
8.	Produk	 Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. Permintaan akan baju muslim di bawah <50 		

9.	Kendala	Kendala di persaingan antar pengrajin yang		
		tidak sehat, tidak ada penentuan harga		
		sehingga murah-murahan harga.		

Sumber: Hasil wawancara, Putri Bapak H. Amin, 06-02-2020

UD Syahid Konveksi didirikan oleh Bapak Syahid min pada 1983 silam. Pesanan selama ini datang dari Pulau Jawa dam Gorontalo. UD Syahid Konveksi memiliki 22 orang karyawan dan berbagai ragam produk yang bisa dihasilkan. Kendala di persaingan antar pengrajin yang tidak sehat, tidak ada penentuan harga sehingga murah-murahan harga.. Memiliki ketertarikan pada pengembangan usaha industri halal konveksi.

BAB IV

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS INDUSTRI KONVEKSI DI DESA TRITUNGGAL BABAT LAMONGAN

A. Pengembangan Bisnis Industri Konveksi dalam Upaya Mendukung Industri Halal Fashion di Jawa Timur

1. Potensi Pasar Halal Fashion Jawa Timur

Provinsi Jawa Timur menyandang sebagai provinsi dengan penduduk terbanyak kedua di Indonesia setelah Provinsi Jawa Barat, total sebanyak 37.476.757 jiwa dengan penganut agama Islam sebesar 36.113.396 jiwa (survei penduduk 2010). Ini menjadi sebuah pasar yang memiliki potensi yang besar terlebih menurut Annisa Ilmi Faried dalam penelitian Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion di Jawa Timur, disebutkan bahwa permintaan produk halal tidak hanya datang dari kalangan umat muslim saja melainkan dari kalangan non muslim karena meningkatnya preferensi kalangan non muslim akan produk berlebel halal (peningkatan pemahaman oleh masyarakat bahwa produk halal ini bisa digunakan untuk semua kalangan dan lebih aman (safety) karena telah melalui serangkaian proses penilaian yang ketat dari segara aspek baik bahan baku, kebersihan dan lainnya).

2. Ekosistem Bisnis Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal

- a. Bahan Baku
 - 1) Asal Bahan Baku

Dari hasil observasi dan wawancara dilapangan di dapati bahwa bahan baku yang digunakan untuk produksi oleh para pengrajin didapatkan sebagian besar dari luar kota yakni Pasar Kapasan Kota Surabaya, sebagian lagi didapatkan dari penyedia bahan baku di sentra industri tersebut dan Pasar Babat Lamongan. Dari observasi didapati juga bahwa terdapat penyedia bahan baku yang beroperasi di sentra industri tersebut, ada 3 pelaku penyedia bahan baku dan setelah ditelusuri lebih lanjut bahwa ternyata bahan baku yang dijual juga didapatkan sebagian besar dari Pasar Kapasan Surabaya.

2) Jenis Bahan Baku

Bahan baku produksi dalam industri konveksi dan secara terfokus terhadap Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal mencakup; jenis bahan baku pokok (seperti kain, dengan ragam dan jenisnya) dan bahan baku penunjang lainnya (seperti benang, karet dan lainnya).

b. Proses Produksi

Sebagimana data atau informasi yang diperoleh dan disampaikan oleh pelaku usaha konveksi. Untuk proses produksi dimulai dengan langkah berikut: (1) bahan baku datang, (2) dilanjutkan dengan pembuatan desain produk sesuai dengan permintaan konsumen, (3) penentuan ukuran, (4) pemotingan pola, (5) penyablonan (untuk jenis produk kaos), (6) penjahitan, (7) *finishing*, (8) *packaging* (kemas), dan (9) distribusi pengiriman.

c. Jumlah Usaha Konveksi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Berdasarkan berbagai data yang diperoleh dari dokumen Pemerintah Desa Tritunggal sebagaimana termuat di Bab III diketahui bahwa jumlah umkm konveksi, pelaku produksi, pelaku penyedia bahan baku dan tenaga kerja adalah sebagai berikut :

Tabel 4.27 Jumlah Usaha Konveksi dan Sumber Daya Manusia

No	Jumlah Usaha	Jumlah Pelaku	Jumlah Penyedia	Jumlah
	Konveksi	Produksi	Bahan Baku	Tenaga Kerja
1.	150 usaha	150 orang	3 orang	617 orang
Jumlah Total SDM		770 orang		

Sumber: Data yang didapatkan dari Pemerintah Desa, kemudian dimuat di Bab III dan diolah kembali

Tabel di atas menunjukkan bahwa Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan secara sumber daya manusia dan jumlah usaha/umkm yang bergerak di industri konveksi sangat besar. Dengan potensi yang sangat besar ini, Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal akan mampu dan dapat dijadikan sebagai kawasan industri halal atau kawasan pengembangan industri halal konveksi di Jawa Timur.

d. Penjualan/ Marketing

1) Proses Pemesaran dan Strategi Penjualan

Dari hasil wawancara terhadap informan atau pelaku usaha konveksi bahwa selama ini skema atau strategi pemasarannya yakni: pertama, mendatangi calon konsumen baik instansi sekolah, pemerintahan ataupun organisasi lainnya. Kedua, konsumen datang sendiri ke kawasan sentra baik menuju

langsung ukm sesuai informasi yang didapat sebelumnnya atau dengan mencari ukm yang cocok secara langsung.

2) Strategi Penjualan dengan Concern Digital Marketing

Secara khusus pada aspek digital marketing para informan atau pelaku usaha konveksi sebagian besar masih sebatas pada pemasaran digital secara mikro atau kecil seperti halnya aplikasi percakapan social, belum secara terfokus pada jejaring pemasaran digital yang luas seperti *marketplace* atau website dan blok yang terintegrasi dan terkelola dengan baik.

e. Distribusi

Distribusi produk atau pesanan dikawasan sentra industri konveksi ini dilakukan dengan berbagai cara atau skema sebagai berikut; Pertama, diantar oleh pengrajin ketempat konsumen. Kedua, konsumen datang langsung ke ukm atau pengrajin. Ketiga, menggunakan jasa ekpedisi terlebih untuk pengiriman ke wilayah atau jangkauan yang jauh. Semua skema pengiriman itu tergantung dengan kesepakatan yang di tentukam.

f. Pangsa Pasar

Jika kita melihat dari data atau dokumen Pemerintah Desa Tritunggal sebagaimana yang termuat di Bab III tentang gambaran umum kawasan sentra dan di tambah dengan informasi atau keterangan yang didapatkan dari informan pelaku usaha sebagaimana yang termuat di berbagai tabel di Bab III untuk masing-masing ukm atau pelaku usaha maka maka cakupan atau pangsa pasar kawasan Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal mencakup: (1) Pulau Jawa, (2) Pulau Madura, (3) Pulau Kalimantan (Kalimantan Timur dan Kalimantan Tengah), (4) Gorontalo, Sulawesi, (5) Palembang, Sumatra, (6) Jayapura, Papua, (7) Nusa Tenggara Barat, (8) Ternate, Maluku Utara, (9) Negara Malasyia, dan (10) Negara Arab Suudi. Data ini menunjukkan bahwa kawasan sentra ini telah dan memiliki pasar yang luas hampir ke seluruh wiyalah Indonesia bahkan menyentuh pasar ekspor.

g. Produk yang di hasilkan dan Jumlah Produksi per Tahun

Berdasarkan berbagai data yang diperoleh dari dokumen
Pemerintah Desa Tritunggal sebagaimana termuat di Bab III diketahui
bahwa jenis produk dan produksi pertahun adalah:

Tabel 4.28 Jenis Produk dan Jumlah Produksi per Tahun

No	Jenis Produk	Macam	Jumlah Produksi (unit/tahun)
1.	Kaos	Olahraga	2.180.000
		Sponsor/promosi/ jersey	
		Partai	
		Training (celana kaos)	
2.	Baju	Batik	3.335.000
		Kemeja	
		Seragam Sekolah	
		Busana muslim	
		(TPQ, gamis, dll)	
3.	Jas	Almamater	1.090.000
4.	Jaket	Jaket	
5.	Kelengkapan	Topi	80.000
	sekolah	Dasi	
6.	Kain Lainnya	Kerudung, Bordir	40.000

Sumber: Data yang didapatkan dari Pemerintah Desa, kemudian dimuat di Bab III dan diolah kembali

Tabel diatas menunjukkan berbagai produk dapat dihasilkan di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal, serta menunjukkan besarnya produksi yang dihasilkan setiap tahun dengan total rata rata sejumlah 6.725.000 pieces pertahun. Angka yang sangat besar untuk ukm di kawasan sentra industri.

Pengembangan Bisnis Industri Konveksi di Sentra Industri Konveksi Desa
 Tritunggal Kecamatan Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan Dalam
 Upaya Mendukung Industri Halal Fashion di Jawa Timur

Sebagai suatu kawasan industri maka Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal memiliki potensi yang besar dan perlu suatu pengembangan industri yang berkelanjutan. Hal ini sebagai upaya bukan hanya untuk mendorong perkembangan agar industri ini terus tumbuh tapi juga mampu untuk mengikuti perkembangan zaman dan juga menangkap peluang bisnis yang ada. Secara khusus dalam ini sebagai upaya pengembangan industri guna untuk mendukung industri *halal fashion* di Jawa Timur sekaligus menggarap pasar industri halal yang ada.

Berdasarkan berbagai teori yang termuat dalam Bab 2 penelitian ini dan fakta di lapangan maka pengembangan industri konveksi di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten dalam upaya mendukung industri *halal fashion* ini nantinya akan meliputi 4 aspek sebagaimana teori indikator indsutri halal yang ada di dalam penelitian tesis M. Dliyaul Muflihin dengan judul Kontruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion, yang termuat didalam

Bab II Teori penelitian ini bahwa indikator industri halal mencakup beberapa hal berikut: Petama, proses produksi yang sesuai dengan ajaran syariat agama Islam. Kedua, penyimpanan produk. Ketiga, distribusi produk dan bahan halal. Dan keempat, pemasaran yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

a. Proses Produksi yang Sesuai Syariat Agama Islam

Pada aspek produksi yang sesuai syariat ini akan mencakup beberapa hal berikut :

1) Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan untuk produksi di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal harus dapat dipastikan untuk memenuhi kriteria halal sebagai suatu bahan baku produk halal, yakni tidak mengandung zat-zat yang dilarang. Maka dalam hal ini memang diperlukan kecepatan sertifikasi halal khususnya untuk produk kain oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) sebagai lembaga yang memiliki kewajiban untuk memastikan produk yang beredar di Indonesia memenuhi sertifikasi halal. Ini diperlukan agar kain yang merupakan bahan baku pokok dalam industri konveksi benar-benar menjamin bahwa produk kain tersebut memang telah memenuhi kehalalan suatu produk atau mendapat sertifikasi halal baik proses produksi atau bahan produksi kain itu sendiri.

Selain itu para pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal juga harus berperan aktif untuk sadar akan kepastian kehalalan produk bahan baku yang akan digunakan untuk produksi. Penyedia bahan baku atau penjual juga harus memiliki pengetahuan tentang kehalalan produk yang dijualnya, juga yang tidak kalah penting adalah pabrik bahan baku itu sendiri. Perusahaan harus memiliki kesadaran bahwa gaya hidup Islami atau halal lifestyle saat ini menjadi gaya hidup yang sedang digandrungi kelompok sosial masyarakat. Sehingga perusahan juga bisa memanfaatkan peluang ini dengan sertifikasi halal untuk produknya tersebut. Oleh karena itu penting bagi semua eleman untuk sadar akan perihal ini terlebih untuk BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) sebagai lembaga yang berwenang dan berkewajiban dalam penyelanggaraan jamianan kehalalan.

2) Pengembangan Produk

Pengembangan produk bertujuan untuk mendapatkan pasar atau kelompok konsumen baru melalui inovasi dan penganekaragaman produk utama yang ada. Selama ini produk yang di hasilkan oleh para pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan lebih banyak di dominasi oleh produk kaos dan kebutuhan seragam yang pasarnya selama ini datang dari kalangan organisasi/

komunitas, partai, hingga sekolah. Dan tentu hal tidak datang setiap waktu artinya pada musim-musim tertentu saja. Oleh karena itu dikalangan pengrajin skala kecil sering kali tidak berproduksi pada selain musim tersebut. Berikut pengembangan produk yang bisa dilakukan:

a) Inovasi Varian Produk

Inovasi produk ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Fred R. David tentang starategi pengembangan usaha dalam buku *Strategic in Action* oleh Husein Umar yang termuat di Bab II Terori penilitian ini bahwa inovasi produk ini sejalan dengan *diversifikasi strategy* (strategi difersifikasi), bahwa strategi ini menjadi penting untuk bukan hanya menjangkau pasar baru tapi juga untuk mengejar persaingan dan kelanjutan perusahaan.

Selama ini produk yang dihasilkan oleh Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal sebagaian besar merupakan jenis produk kaos sablon dan juga kebutuhan seragam yang datang dari organisasi partai, sekolah, maupun perorangan. Sebagai sebuah desa yang ditetapkan menjadi Sentra Industri Konveksi dan juga Desa Wisata Belanja namun kiranya memang masih perlu pengoptimalan sumber daya yang ada untuk wujudkan slogan itu terlebih sebagai wujud Desa Wisata Belanja.

Oleh sebab itu diperlukan sebuah inovasi produk yang berkelanjutan atau inovasi produk yang lagi *trendy* di setiap masa atau waktunya. Jadi bukan hanya sebatas memproduksi jika ada pesanan masuk saja namun juga mampu menjual produk yang telah diproduksi sebelumnya. Dengan hal tersebut maka perputaraan bisnis atau perputaran uang yang ada di sentra tersebut akan tinggi dan juga menjamin kelangsungan usaha yang ada terlebih bagi para pengrajin skala kecil.

Berkaitan dengan fokus penelitian ini maka inovasi produk yang bisa dilakukan oleh para pengrajin diantaranya adalah sebagai berikut:

- (1) Inovasi produk dibidang pakaian Islami, seperti halnya pakain gamis, pakaian koko, pakaian kebutuhan ibada, dan kebutuhan fashion islami yang modern, modis (fashionable). Yang saat ini dibarengi dengan kesadaran masyarakat untuk gaya hidup Islami atau *halal lifestyle* juga semakin tinggi.
- (2) Inovasi produk lain yang dirasa menjadi kebutuhan masyarakat. Karena industri halal fashion nantinya bisa bukan saja terfokuskan atau terartikan sempit pada jenis pakain semata, namun beragam produk turunan lainnya dari halal fashion.

b) Mambangun Brand Image

Brand image atau juga disebut Merek menjadi suatu instrumen penting dalam produk. Merek ini juga bisa dikatakan sebagai identitas produk atau perusahaan. Selain itu juga merek ini berperan menjadi alat komunikasi terhadap konsumen. Jika kita lihat dewasa ini terlebih bagi kalangan masyarakat menengah keatas maka merek merupakan salah satu pertimbangan dalam pembelian karena jika brand ini sudah terkenal maka akan memberi add value atau nilai tambah bagi pemakainya atau dengan kata lain pengguna akan merasa lebih percaya diri juga sebagai penunjuk kelas gaya hidup mereka. Selain itu merek juga bisa menjadi patokan bahwa produk ini memang terjamin kualitasnya dengan bahan baku yang sesuai.

Merek juga mampu mendorong peningkatan harga produk kedepannya. Jika merek produk tersebut sudah mendapat tempat dikalangan masyarakat dan juga sudah terkenal maka tentu ini menjadi peluang untuk meningkatkan harga kedepan sekaligus peningkatan penjualan. Sebagai perumpamaan sebuah air 1 liter murni jika di kemas dalam plastik biasa dengan dikemas dalam botol dengan merek tertentu maka akan memiliki nilai yang berbeda. Seperti itu juga pentingnya sebuah merek atau *brand*.

Maka produk yang dihasilkan Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal harus memiliki brand bagi produk tersebut, brand ini bisa berupa brand masing-masing ukm atau brand bersama bagi semua pengrajin. Oleh sebab itu peran penting pemerintah desa diharapkan. Terlebih untuk menuju industri halal fashion perlu brand atau logo halal yang telah melalui proses sertifikasi halal.

3) Pembiayaan/Permodalan

Perlunya akses permodalan khususnya bagi para pengrajin industri skala kecil. Permodalan merupakan suatu faktor fundamental yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Maka perlunya suatu upaya untuk mendorong kemudahan mendapatkan permodalan terlebih sentra industri ini yang memiliki 150 pengrajin yang tentunya dengan produksi yang ada akan membutuhan akses permodalan

Sebagai suatu industri *halal fashion* maka nantinya hal ini tidak hanya berkaitan dengan produksi saja melainkan juga akan mencakup jasa keuangan syariah, yang melarang adanya ketidakpastian (gharar), bunga (riba), dan juga perjudian (maysir). Oleh karena itu bagi diperlukan adanya lembaga yang mampu untuk memenuhi kebutuhan pendanaan khususnya bagi industri skala kecil yang mayoritas memiliki masalah di permodalan. Hal ini bisa dilakukan dengan kerja sama dengan

perbankan syariah sebagai suatu instrumen penyedia permodalan syariah di Indonesia. Kerja sama tersebut bisa dilakukan melalui optimmalisasi lembaga yang ada saat ini di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal namun saat ini kontribusinya sangat minim bahkan cenderung tidak berjalan.

Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi (APIK) yang sayoganya sebagai suatu lembaga yang didirikan dengan tujuan untuk menaungi para pengrajin industri konveksi di Desa Tritunggal harus didorong untuk mampu berperan aktif dalam mambantu perkembangan industri tersebut. Dalam hal ini APIK didorong sebagai penghubung atau yang menjembatani antara perbankan syariah dengan para pengrajin. Tugasnya nanti dengan membantu menfasilitasi baik proses pengajuan pembiayaan dan sekaligus dapat sebagai awal proses penyortiran mana pengrajin yang layak dan patut untuk mendapatkan pembiayaan dan juga mana yang belum layak dengan adanya surat rekomendasi dari pihak desa atau APIK.

4) Sumber Daya Manusia (SDM)

Pada aspek sumber daya manusia maka pengembangan sumberdaya manusia merupakan suatu upaya untuk mengembangkan kualitas atau juga kemampuan sumberdaya manusia melalui proses perencanaan pendidikan, pelatihan, dan pengelolahan tenaga atau pegawai untuk mencapai suatu hasil

optimum yang diinginkan. Maka berikut upaya pengembangan Sumber Daya Manusia yang bisa dilakukan oleh para pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal:

a) Peningkatan Kemampuan

Peningakatan kemampuan bagi para pengrajin atau karyawan menjadi penting dan hal ini diperlukan agar efektifitas dan efisiensi produksi bisa dicapai, tujuan usaha menjadi jelas, mengenali potensi pasar yang ada serta mendahulukan keselamatan kerja. Selain itu juga pembagian pekerjaan yang jelas untuk setiap karyawan.

Program peningkatan kemampuan, pengetahuan dan keterampilanini bisa dilakukan oleh Pemerintah Desa Tritunggal atau lembaga APIK (Asosiasi Pengrajin industri Konveksi) dengan bekerjasama dengan para pengrajin untuk program tersebut. Baik dalam bentuk pelatihan berkelanjutan juga peningaktan pemahaman atau pengetahuan baru yang bisa mencakup pemahaman efisiensi produksi, efektifitas pemasaran, potensi pasar, dan lainnya. Terfokus pada industri halal, maka pelatihan bisa di adakan dengan berbagai program bersama instansi terkait, seperti halnya Dinas Perdagangan, Kementrian Agama Kabupaten, Kementrian Sosial, lembaga pelatihan dan lainnya.

b) Skema Gaji

Diperlukan sebuah peraturan sesuai kesepakatan bersama akan penetepan upah yang bagi para karyawan di Sentra Industri Konveksi Desa Triunggal terlebih bagi karyawan yang berstatus borongan. Mengingat karyawan borongan ini merupakan karyawan lepas yang meraka bisa menerima permintaan produksi dari para pangrajin yang ada atau dalam arti mereka bisa menerima siapapun untuk memintanya untuk memproduksi produk dari setiap orang. Hal ini menjadikan persaingan yang tidak sehat dalam segi tenaga kerja. Karyawan tentu akan menerima permintaan produksi dari para pengrajin yang yang memberi upah lebih tinggi. Selain itu perbedaan gaji dipengrajin yang satu dengan yang lain dalam unsur produksi yang sama dan dalam lingkungan yang sama terlebih bagi perngarjin yang bertetangga maka tentu ini mencipatkan suasana yang kurang baik terlebih bagi karyawan itu sendiri.

Dalam Islam pengembangan sumber daya manusia memiliki tujuan untuk bisa mentauladani sifat-sifat Nabi Muhammad SAW, baik dalam kehidupan sehari – hari ataupun dalam berbisnis/ muammalah. Sifat tersebut yakni *shiddiq* (jujur), *thabliq* (menyampaikan kebenaran), *amanah* (cerdas) dan *fathonah* (dapat dipercaya). Dan secara khusus untuk sikap dan

perilaku bisnis sebagaimana yang diteladankan oleh Nabi Muhammad Saw akan mencakup sifat jujur, ikhlas, professional, niat suci dan ibadah, silaturahmi dan menunaikan zakat, infaq dan shodaqah.⁹⁶

Maka penting juga bagi sumber daya manusia atau pelaku industri di kawasan Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal untuk menerapkan dan sebaik mungkin mentauladani sifat Nabi Muhammad dalam keseharian dan dalam bermuamllah, berdagang atau berbisnis.

b. Penyimpanan

Sebagaimana lanjutan teori kontruksi indicator halal diatas, bahwa industri halal dalam aspek penyimpanan harus memperhatikan tempat penyimpamannya, baik kebersihan, kesuciannya dan terhindar tercampurnya dengan produk non halal dengan perlu pelebelan produk halal dan produk non halal.

Maka juga diperlukan sebuah kesadaran oleh para pengrajin jika memang bahan baku atau juga produk yang telah diproduksi disimpan didalam sebuah penyimpanan yang tidak tercampur dengan benda lain yang mengandung unsur non halal demi mencegah tercampurnya atau terkontaminasi dengan produk yang ada. Selain itu juga pentingnya kesadaran oleh para pengrajin akan kebersihan produk, penyimpanan, juga proses produksi itu sendiri.

٠

⁹⁶ **Ma'ruf Abdullah,** *Wirausaha Berbasis Syariah,* (Banjarmasin: Antasari Perss, 2011), hal 40.

c. Pemasaran

1) Label Halal

Label halal menjadi suatu aspek yang penting terhadap kepastian kehalalan suatu produk. Dengan adanya label halal maka konsumen akan merasa lebih aman dan percaya tentang produk yang dikonsumsinya dan digunakannya atau dalam arti lain label halal ini merupakan suatu jaminan bahwa produk yang diproduksi tersebut tidak mengandung atau bercampur dengan suatu hal yang tidak halal. Dalam sisi perusahaan atau produsen pencantuman label halal ini dapat sebagai strategi untuk membangun kepercayaan dan loyalitas oleh konsumen terhadap suatu produk tersebut.

Label halal ini dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang yakni BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) melalui sertifikasi halal terlebih dahulu. Saat ini telah dibentuk satuan tugas atau satgas BPJPH yang berada di 34 provinsi di Indonesia dibawah naungan Kementrian Agama Kantor Perwakilan Provinsi yang kedepan di tahun 2021 akan didirikan perwakilan di masing-masing kabupaten/kota di Indonesia.

Proses pengajuan untuk sertifikasi halal bagi produk olahan kain di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal diperlukan peran Pemerintah Desa Tritunggal untuk membantu atau memfasilitasi dan mendampingi pengajuan sertifikasi halal oleh

para pengrajin. Selain itu diperlukan kesadaran oleh para pengrajin akan pentingnya sertifikasi halal dan label halal yang kedepan mampu untuk meningkatkan penjualan serta *image* yang baik oleh konsumen.

2) Digital Marketing

Digital marketing secara sederhana dapat kita artikan sebagai suatu strategi pemasaran menggunakan perangkat digital/elektronik dengan memanfaatkan platform media internet yang ada. Digital marketing juga berfungsi sebagai media komunikasi dengan calon konsumen atau konsumen. Digital marketing saat ini menjadi intrumen pemasaran yang mampu menjangkau segala lini masyarakat atau memiliki jangkauan sasaran konsumen yang sangat luas.

Saat ini para pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal masih menggunakan sistem pemasaran konvensional dan digital mikro atau kecil (belum menjadi perhatian serius). Para pengrajin masih mengandalkan pemasaran dari orang ke orang atau mendatangi calon konsumen satu persaatu. Oleh sebab itu perlunya suatu pengembangan starategi pemasaran khususunya digital marketing seperti halnya marketpleace, facebook, website dan blok dan media iformasi elektronik lainnya yang itu semua harus dikelola dengan baik. Hal ini menjadi penting bagi para pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa

Tritunggal terlebih diera zaman saat ini pemanfaatan *platform* media internet atau *digital marketing* menjadi salah satu instrumen pemasaran yang efektif dan efisien.

d. Distribusi

Dalam Industri halal maka penting juga memerhatikan aspek proses pendistribusian. Harus dipastikan juga bahwa proses distribusi produk ke konsumen tidak bercampur dengan barang-barang yang mengandung ketidakhalalan. Saat ini proses pendistribusian produk oleh para pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal kepada konsumen yakni melalui mekanisme jasa logistik untuk daerah diluar jangkaun kemampuan pengiriman oleh pengrajin terlebih untuk luar Jawa dan diantar sendiri atau diambil konsumen secara langsung. Maka yang perlu diperhatikan jika menggunakan jasa logistik adalah kepastian bahwa produk tersebut tidak dicampur dengan barang lain yang tidak halal. Oleh sebab itu penting bagi pengrajin mencantumkan label halal dalam produk mereka serta juga pihak jasa logistik juga harus memiliki kesadaran bahwa produk tersebut membutuhkan penanganan yang berbeda.

e. Terciptanya persaingan yang sehat

Perlunya sebuah peran dari pemerintah desa untuk bisa berperan dalam terciptanya pesaingan yang sehat diantara para pengrajin yang ada. Permasalahan yang dirasakan oleh pengrajin saat ini adalah salah satunya mengenai persaiangan yang dirasa tidak sehat diantaranya:

terkadang ada pihak lain yang juga kompetitor berusaha menghalangi seseorang membeli disuatu tempat tujuan awal dengan menjatuhkan kompetitor tersebut dan berusaha untuk mengarahkan pembelian ke tempat lain atau ketempatnya. Serta juga dalam harga, para pengrajin berusaha menjatuhkan harga semaksimal mungkin khususnya para pengrajin baru yang berusaha meningkatkan penjualan di awal.

f. Sertifikasi halal

Sertifikasi *halal* menjadi suatu instrumen wajib yang harus dimiliki oleh produk yang beredar di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Hal ini sesuai amanat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pasal 4 bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdgangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Bahwa yang dimaksud Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetika, serta juga barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Serifikasi ini sebagai wujud upaya kepastian kehalalan produk yang diproduksi. Sehingga keyakinan kehalalan produk oleh konsumen menjadi benar dan tidak ada keraguan dalam mengunakannya/ mengkonsumsinya. Hal ini menjadi penting karena kebutuhan sertifikasi halal akan produk bukan hanya saja terbatas pada lingkup konsumsi makanan dan minuman, melainkan juga produk guna seperti halnya pakaian.

Sertifikasi ini dilaksanakan oleh BPJPH yang merupakan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Dan per Tanggal 17 Oktober 2019 kemarin jaminan produk halal ini sudah harus dilakukan mengingat telah memenuhi ketentuan wajib bersertifikasi hala 5 tahun sejak disahkan. BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) saat ini telah terbentuk satuan tugas atau satgas di 34 provinsi di Indonesia sebagai perwakilan pennyelanggaran jaminan produk halal dan percepatan untuk sertifikasi halal. Dan kemudian ditahun 2021 akan dibentuk perwakilan di masing-masing kabupaten/kota di Indonesia.

Sertifikasi halal untuk produk olahan kain atau *fashion* di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal nantinya akan melalui pengajuan ke BPJPH/Satgas provinsi yakni Jawa Timur. Oleh sebab itu diperlukan peran Pemerintah Desa Tritunggal untuk membantu, mendampingi sekaligus menfasilitasi para pengrajin untuk proses sertifikasi halal.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Provinsi Jawa Timur menyandang sebagai provinsi dengan penduduk terbanyak kedua di Indonesia setelah Provinsi Jawa Barat, total sebanyak 37.476.757 jiwa dengan penganut agama Islam sebesar 36.113.396 jiwa (survei penduduk 2010). Ini menjadi sebuah pasar yang memiliki potensi yang besar terlebih menurut Annisa Ilmi Faried dalam penelitian Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion di Jawa Timur, disebutkan bahwa permintaan akan produk halal tidak hanya datang dari kalangan umat muslim saja melainkan dari kalangan non muslim karena meningkatnya preferensi kalangan non muslim akan produk berlebel halal (peningkatan pemahaman oleh masyarakat bahwa produk halal ini bisa digunakan untuk semua kalangan dan lebih aman (safety) karena telah melalui serangkaian proses penilaian yang ketat dari segara aspek baik bahan baku, kebersihan dan lainnya).

Desa Tritunggal yang ditetapkan sebagai sentra indusutri konveksi dan desa wisata belanja saat ini memiliki 150 pengrajin dan didukung oleh tenaga kerja dengan jumlah lebih dari 700, maka kawasan ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi kawasan industri *halal fashion* mengingat juga Indonesia khususnya Jawa Timur menjadi atau memiliki potensi yang luar biasa baik dari sisi sumber daya manusia, infrastuktur dan dari sisi pangsa pasar.

Maka beberapa strategi pengembangan yang bisa dilakukan untuk mencapai dan upaya mewujudkan industri halal tersebut adalah:

1. Produksi berlandaskan Syariat

- a. Bahan baku, bahan baku untuk produksi harus dapat dipastikan tidak mengandung unsur non halal, maka perlu peran semua pihak untuk baik dari sisi produsen, konsumen hingga pemerintah.
- b. Pengembangan Produk, pengembangan ini mencakup perihal inovasi variasi produk dan juga pentingnya membangun *brand image*/merek.
- c. Pembiayaan, diperlukaan sebuah akses permodalan yang tepat dengan melibatkan perbankan syariah.
- d. Sumber Daya Manusia, perlunya peningkatan kempetensi bagi para pengrajin dan karyawan dalam hal konsep industri halal, serta perlunya skema penetapan gaji dan pembayaran gaji yang lebih baik lagi.
- 2. Penyimpanan produk hasil produksi harus dapat dipastikan aman, tempat yang suci lagi bersih terhindar atau tercampurnya dari barang yang mengandung unsur tidak halal .

3. Pemasaran

- a. Diperlukan sebuah lebel halal untuk produk yang di produksi.
- b. Pentingnya pemanfaatan media internet sebagai strategi *digital marketing*, yang dikelola dengan baik dan terfokus.
- 4. Diperlukan suatu upaya untuk memastikan bahwa proses distribusi produk terjamin aman, suci lagi bersih dan terjamin tidak dicampur atau tercampur dengan barang yang mengandung unsur tidak halal.

- 5. Menciptakan persaingan sehat dengan mengedukasi para pengrajin terkhusus agar melakukan persaingan sehat dengan mengedepankan kejujuran, serta perlunya suatu kesepakatan harga agar tidak saling menjatuhkan harga dengan tujuan menyingkirkan/ menjatuhkan kempetitor diantara para pengrajin
- 6. Sertifikasi halal, diperlukan sebagai suatu prosedur yang menjamin kehalalan produk yanag diproduksi di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal. Sertifikasi halal diajukan ke Satgas/BPJPH perwakilan provinsi. Dan diperlukan keterlibatan Pemerintah Desa untuk membantu, manfasilitasi dan mendampingi para pengrajin untuk proses sertifikasi halal dari mulai awal pengajuan sampai dengan terverifikasi halal.

B. Saran

- 1. Kepada Pemerintah Desa
 - a. Pentingnya mengoptimalisasikan fungsi APIK (Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi) yang saat ini pasif dan cenderung tidak aktif.
 - b. Untuk mendukung sentra industri halal ini maka diperlukan sebuah pelatihan untuk para pengrajin dan karyawan. Pelatihan tersebut untuk mencakup pemahaman tentang industri halal *fashion* termasuk juga perihal perkembangan bisnis pakaian saat ini.
 - c. Diperlukan sebuah peranan dari Pemerintah Desa Tritunggal untuk bisa membantu menciptakan persaingan yang sehat diantara para pengrajin seperti menjaga penetapan harga yang bersaing agar terhindar dan tidak ada persaingan yang tidak sehat..

2. Kepada Pengrajin

Pentingnya untuk melakukan inovasi varian produk dan juga mengotimalkan strategi digital marketing yang terkelola dengan baik dan terfokus. Mengingat hal tersebut menjadi salah satu instrumen pemasaran yang memiliki jangkauan luas sehingga mampu untuk meningkatkan penjualan kedepan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afroniyati, Lies. *Analisis Ekonomi Politik Serifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia*. Jurnal Kebijakan dan Adminitrasi Publik: Vol. 18, No. 1, Mei 2014
- Abdullah, Ma'ruf, Wirausaha Berbasis Syariah. Banjarmasin: Antasari Perss, 2011.
- Al-Arif, M. Nur Rianto & Amalia, Euis, *Teori MikroEkonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Al-Qur'an Hafalan Mudah, Al-Hufaz. Penerbit Cordoba, Edisi: Juli 2018.
- Annisa, Arna Asna, *Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol 5 (01), 2019.
- Anwar, Dessy, Kamus Bahasa Indonesia, Surabaya: Karya Abditama, 2001.
- Aravik, Havis, Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi, Malang: Empatdua, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Reneka Cipta, 1995.
- Azizah, Nurulia. Model Pengembangan Industri Kecil Konveksi Melalui APIK (Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi) di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan". Economics Development Analysis Journal: 3 (2) 2014.
- AY Lubis, *Pengembangan Usaha*, dalam repository.usu.ac.id>bitstream, pdf.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). *Kepada BPJPH Sosialisaikan UU JPH Pada Pelaku Usaha*. Dalam <u>www.kemenag.go.id</u> Maret 2018.
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. *Sensus Penduduk Tahun 2010*. dalam http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=320&wid=0 (diakses pada 27 November 2019)
- Boedi & Beni, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muammalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Bungin, Burhan. Metode Penelitian Kuantitatif. Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana, 2009.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar, Jakarta: Kencana, 2016.

- Dokumen Laporan Keterangan Penyelenggaraan Pemerintah Desa (LKPPD) Desa Tritunggal Tahun 2019
- Dokumen Profil Usaha Konveksi, Pemerintah Desa Tritunggal, 2019.
- Faqiatul M. M & Anissa H. P . *Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia*. Jirnal Muqtasid: 9 (1), 1-12, 2018.
- Faried, Annisa Ilmi. *Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia*. Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik: Vol. 4, No. 2, Juli 2019.
- Hendri H. A. & Mila S. *Halal Lifestyle di Indonesia*. An-Misbah: Journal Ekonomi Syariah: Vol. 05, No. 2, April 2019.
- Husain Umar, *Strategic Management in Action*. Jakarta, PT Gramedia Pusaka Utama, 2008.
- Jaelani, Aan. *Halal Tourism Indsutry in Indonesia: Potencial and Prospects.*Munich Personal RePEc Archive: No 76236, Jan 2017.
- Kettaini, Houssain. 2010 Word Muslim Population. Proceeding of the 8th Hawaii International Conference on Arts and Humanities. (Honohulu, Hawaii, January 2010)
- Lindhawati, Erny Pengelolaan Usaha Konveksi Di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten", Skripsi-- Universitas Negeri Yogyakarta, 2008.
- Marihot Tua E.F, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Mas'adi, Ghufron A., Ensiklopedi Islam, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019 2024, hal 107.
- Maulidia, Rahmah. *Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen*. Justitia Islamic: Vol. 10, No. 2, Juli-Des 2013.
- Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2003)
- Muflihin, M. Dliyaul. Kontruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Indsutri Halal Fashion. (Tesis: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)
- Munawwir, Ahmad Warson, *Al-Munawwir: Kamus Arab Indonesia*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Murtadho Ridwan, *Nilai Filosofi Halal Dalam Ekonomi Syariah*, Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, 3 (1), 2019.

- Mustami, Ahmad.. *Pendidikan Islam Dalam Peradaban Industri Fashion*. Hufana Jurnal Studia Islamika: Vol. 12, No. 1, Juni 2015.
- Nurul Izza A. A. & Fadzila A. A. *The Halal Lifestyle of Muslim Working Women*. International Journal of Academic Research In Business and Social Sciences: Vol. 8, No. 5, May 2018.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Statistik Perbankan Syariah Agustus 2017". Dalam http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perba nkan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Agustus-2017.aspx5, (diakses pada 26 November 2019)
- Pabundu, Muhammad. Metodelogi Riset Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.
- Permata, Vinanda, "Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli", diakses dari <u>www.academia.edu</u>, diakses pada 02 November 2020.
- Petunjuk Tenknis Penulisan Skripsi. (FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017)
- Pratiwi Subianto, Rantai Nilai dan Prespektif Kesadaran Masyarakat Muslim akan Makanan Halal, Conference on Islamic Management, Accounting and Economics (CIMAE) Proceeding, Vol. 2, 2019.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 2013.
- Qardhawi, Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*, (wahid, Jasiman, Khoizin & Kamal), Surakarta: Era Intermedia, 2007.
- Rahmawati et al, Bisnis Usaha Kecil Menengah; Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Ekuilibria, 2016.
- Rosyadi, M. Tabah & Mahbudi, Akhmad, *Opimalisasi Rantai Pasok Komoditas Utama Daging Halal Nasional Menuju Indonesia Sebagai Pusat Pangan Halal Dunia*. Tanggerang: Cinta Buku Media, 2015.
- Safyr Primadhyta. *Industri Halal Jadi Pelumas Perluasan Pasar Bank Syariah*. *CNN Indonesia*, dalam https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/2017110911463 2-78-254536/industri-halal-jadipelumas-perluasan-pasar-bank-syariah (diakses pada 26 November 2019)
- Sakina Rakhma Diah Setiawan. Negara Mana yang Rajai Industri Halal Dunia?. Kompas.com, dalam http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/2056417 26 /negara-mana-yang-rajai-industrihalal-dunia (diakses pada 26 November 2019)

- Savitri, Dian. Pola Perilaku Pembelian produk Fashion Pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik N.y.l.a). Skripsi-- Universitas Indonesia, Jakarta, 2008.
- Sucipto, Halal dan Haram Menurut al-Ghazali dalam Kitab Mau'id}otul Mu'minin, Jurnal Asas, Vol. 4, No. 1, 2012.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- TafsirQ, "Hadist Tirmidzi", https://tafsirq.com/hadits/tirmidzi/1648, (diakses pada 10 Februari 2020).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal.
- Zuhaily, Wahbah, Ushul Fiqh Al-Islami, Beirut: Dar Al-Fikr, 1996.