

**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,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hammis Syafaq', written in a cursive style.

Dr. Hammis Syafaq, M.Fil.I

NIP. 197510162002121001

PENGESAHAN

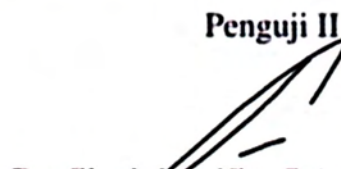
Skripsi yang ditulis oleh Achmad Farid Rizki NIM G94216146 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, tanggal 19 Maret 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program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

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I


Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I
NIP. 197510162002121001

Penguji II

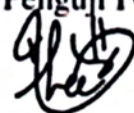

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

Penguji III



Lita Rahmawati, MEI
NIP. 198106062009012008

Penguji IV



Maziyah Mazza Basya, S.HI, M.SEI
NIP. 199001092019032014

Surabaya, 19 Maret 2020

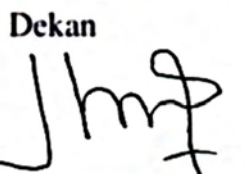
Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel



Dekan


Dr. H. 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
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika 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

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain

yang berjudul :

PENGEMBANGAN BISNIS INDUSTRI KONVEKSI DALAM UPAYA MENDUKUNG INDUSTRI HALAL FASHION DI JAWA TIMUR (STUDI SENTRA INDUSTRI KONVEKSI DESA TRITUNGGAL BABAT LAMONGAN)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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 *fulltext* 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 pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Maret 2021
Penulis

(Achmad Farid Rizki)

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 pharmaceuticals and kosmetik*, 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 sebesar 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. Kementerian 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. (Kementerian 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

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.

Kecamatan 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 bermula pada tahun 1985 diawali dengan satu dua home industri. Namun, kini ada 150 pengrajin atau home industri dan mampu menyerap tenaga kerja sedikitnya 617 orang yang merupakan penduduk lokal. Hal itu membuat desa ini perekonomiannya

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 Fashion 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 rekomendasi hasil penelitian. Saran dan rekomendasi ditujukan kepada pelaku industri konveksi di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan dan dan Pemerintah Desa Tritunggal Babat Lamongan.

- 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 didefinisikan sebagai perorangan

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

(2) *Marger horizontal*, jenis ini penggabungan 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 negara 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) *Sindikatisasi*, 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.

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.⁴⁵ Industri merupakan suatu kegiatan memproses atau mengelolah barang dengan meggunakan sarana dan peralatan yang di izinkan oleh syariah.⁴⁶

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

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

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

Tabel 3.17 Pengelolaan Reni Jaya Konveksi

No.	Faktor	Pengelolaan
1.	Bahan baku	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku berasal dari 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 selesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini dilakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki 9 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. • Skema pembayaran gaji selesai langsung bayar.
4.	Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem penjualan dengan mendatangi konsumen dan konsumen datang. • Belum menerapkan akan marketing digital baik melalui 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

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 selesai 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	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki 6 karyawan dengan sistem kerja borongan yang meliputi bagian pemotongan pola, penjahitan dan penyablonan. • Skema pembayaran gaji yakni selesai langsung bayar.
4.	Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem penjualan konsumen datang sendiri untuk memesan produk. • Belum menerapkan akan marketing digital baik melalui 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	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang telah dihasilkan akan dikirim ke konsumen baik di ambil sendiri maupun diantar sesuai dengan kesepakatan yang ada termasuk akan di pakatkan 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	<ul style="list-style-type: none"> • Belum mengetahui Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia. • Dan belum mengetahui tentang halal fashion.

		konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini dilakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem penjualan konsumen datang sendiri untuk memesan produk. • Belum menerapkan akan marketing digital baik melalui promosi maupun menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. • Penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen. • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 potong harga jika terjadi keterlambatan pengiriman.
6.	Pangsa pasar	Pulau Jawa dan Kalimantan
7.	Halal Fashion	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui jika Indonesia menjadi 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	<ul style="list-style-type: none"> • Batik, almamater, busana muslim, jaket, kaos, celana, kemeja, kebutuhan pakaian sekolah dan olahraga. • Permintaan akan baju muslim di bawah <50
9.	Kendala	<ul style="list-style-type: none"> • Dipermodalan untuk produksi. • Persaingan antar pengrajin di sentra dirasa tidak adil oleh karena itu

Tabel 3.25 Pengelolaan Syafiq Konveksi

No.	Faktor	Pengelolaan
1.	Bahan baku	<ul style="list-style-type: none"> • 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 selesai maka kemudian produk jadi akan disimpan di tempat penyimpanan atau kemudian dikirim ke konsumen jika memang kesepakatan pengiriman telah disepakati. Proses produksi ini dilakukan seoptimal mungkin untuk mencapai target baik kualitas maupun secara tenggat waktu.
3.	SDM	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi penjualan selama ini baik marketing di media sosial juga memiliki beberapa suplayer. • Menerapkan marketing digital baik 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

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

Sebagaimana 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) pemotongan pola, (5) penyablonan (untuk jenis produk kaos), (6) penjahitan, (7) *finishing*, (8) *packaging* (kemas), dan (9) distribusi pengiriman.

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.

3. 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

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 perusahaan juga bisa memanfaatkan peluang ini dengan sertifikasi halal untuk produknya tersebut. Oleh karena itu penting bagi semua elemen untuk sadar akan perihal ini terlebih untuk BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) sebagai lembaga yang berwenang dan berkewajiban dalam penyelenggaraan jaminan 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/

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.

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 membutuhkan 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

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 instrumen 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 persatu. Oleh sebab itu perlunya suatu pengembangan strategi pemasaran khususnya *digital marketing* seperti halnya *marketplace*, *facebook*, *website* dan *blog* dan media informasi elektronik lainnya yang itu semua harus dikelola dengan baik. Hal ini menjadi penting bagi para pengrajin di Sentra Industri Konveksi Desa

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 pennyelenggaraan 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 memfasilitasi para pengrajin untuk proses sertifikasi halal.

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, diperlukan sebuah akses permodalan yang tepat dengan melibatkan perbankan syariah.
 - d. Sumber Daya Manusia, perlunya peningkatan kompetensi 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 kompetitor diantara para pengrajin
6. Sertifikasi halal, diperlukan sebagai suatu prosedur yang menjamin kehalalan produk yang diproduksi di Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal. Sertifikasi halal diajukan ke Satgas/BPJPB perwakilan provinsi. Dan diperlukan keterlibatan Pemerintah Desa untuk membantu, memfasilitasi dan mendampingi para pengrajin untuk proses sertifikasi halal dari mulai awal pengajuan sampai dengan terverifikasi halal.

B. Saran

1. Kepada Pemerintah Desa
 - a. Pentingnya mengoptimalkan 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..

- 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-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Agustus-2017.aspx5](http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-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 www.academia.edu, 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 (CIMAIE) 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*. Tangerang : 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/2017/11/08/205641726/negara-mana-yang-rajai-industrihalal-dunia> (diakses pada 26 November 2019)

