JURNAL ILMU EKONOMI (JIE)
Vol. 02 No. 1, April 2023
https://risetekonomi.com/jurnal/index.php/jie
E-ISSN : 2985-4652

PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN TENUN GEDOGAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI KECAMATAN PRINGGASELA KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Rinda Astri Vianti[1], Ihsan Ro'is[2], Adhitya Bagus Singandaru[3]

[1]Universitas Mataram, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
[2] Universitas Mataram, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
[3] Universitas Mataram, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

ABSTRACT

Study this aim for know Utilization of e-commerce in Development of Small and Micro Enterprises Medium (MSMEs) Handicrafts weaving Gedogan in Subdistrict Pringgasela reviewed in Perspective Islamic Economics. Study this use approach qualitative with method studies case. Technique data collection used is technique interview in a manner depth, documentation, and observation. Data collection and determination informant study use technique purposive and snowball. Research data sources that is using primary data and secondary data. Inspection or data validation using technique triangulation that is triangulation source and triangulation method. Results study this showing that utilization of e-commerce in MSMEs development in Subdistrict Pringgasela enough maximum, the proven with exists effort use of digital media in the form of e-commerce in development effort. Study this also showing that utilization of e-commerce in development of weaving SMEs Gedogan reviewed in perspective economy Islam already capable mirrored by weaving SMEs Gedogan in Subdistrict Pringgasela.

Keywords: *e-commerce, Development, Weaving Warehouse , Small Micro Business and Intermediate*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan e-commerce dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerajinan Tenun Gedogan di Kecamatan Pringgasela dalam Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara secara mendalam, dokumentasi, dan observasi. Pengumpulan data dan penentuan informan penelitian menggunakan teknik purposive dan snowball. Sumber data penelitian yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Pemeriksaan atau validasi data menggunakan teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pemanfaatan e-commerce dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Pringgasela cukup maksimal, hal tersebut dibuktikan dengan adanya upaya pemanfaatan media digital berupa e-commerce dalam pengembangan usaha. Penelitian ini juga menunjukan bahwa pemanfaatan e-commerce dalam pengembangan UMKM tenun Gedogan dalam perspektif ekonomi islam sudah mampu dicerminkan oleh pelaku UMKM tenun Gedogan di Kecamatan Pringgasela.

Kata Kunci: e-commerce, Pengembangan, Tenun Gedogan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah

RIWAYAT ARTIKEL
Tanggal Masuk: 18-03-2023
Tanggal Diterima: 25-03-2022
Tersedia *Online*: 01-04-2023

KORESPONDENSI:
Nama : Rinda Astri Vianti
E-mail: rindaastri595@gmail.com

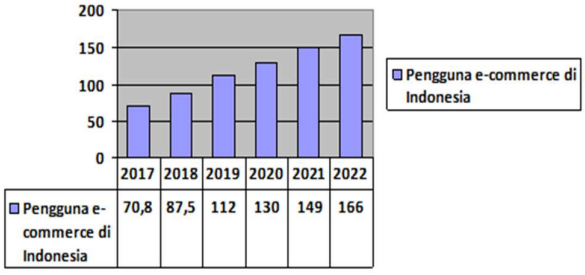
PENERBIT:
Laboratorium Riset Ekonomi

PENDAHULUAN

Perkembangan arus globalisasi yang semakin marak yang di imbangi dengan perkembangan internet di Indonesia yang mengalami pertumbuhan yang cukup cepat menjadi sebuah perubahan dalam dunia sosial. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang mencari dan mendapatkan informasi melalui internet dengan smartphone. Berdasarkan survei pada tahun 2019 menurut APJI (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) terdapat 196,71 juta masyarakat yang menggunakan internet. Jumlah tersebut mencapai 73,7% dari 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia. Presentasi ini mengalami kenaikan sekitar 8,9% dari 2018 yaitu sebesar 64,85. Hal ini membuktikan bahwa banyaknya masyarakat Indonesia yang terkena dampak globalisasi dengan tingkat persentase penggunaan internet yang cukup besar. Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat cepat memberikan dampak pada beberapa sektor, salah satunya sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) (Nurlaela, 2018).

Pada dasarnya internet tidak hanya difungsikan sebagai tempat mencari informasi dan penghubungan media sosial, tetapi juga digunakan dalam melakukan kegiatan bisnis yang kemudian muncul dengan sebutan e-commerce. e-commerce adalah transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet baik dalam pemasaran, proses pemesanan barang atau jasa, pembayaran transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet baik dalam pemasaran, proses pemesanan barang atau jasa, pembayaran transaksi sampai pada pengiriman barang. Dengan adanya e-commerce ini dapat membantu membuka peluang yang besar bagi para pelaku usaha terlebih dalam proses pengembangan UMKM di Indonesia (Saadah, 2018).

Gambar Data Pengguna e-commerce 2017-2022



Sumber: data.tempo.co

Sumber: Data Tempo.co

Berdasarkan data diatas pada tahun 2017-2022 perkembangan penggunaan e-commerce di Indonesia sebesar 70,8% pada tahun 2017, pada tahun 2018 mencapai 87,5% di tahun 2019 mencapai 112,1% tahun 2021 sebesar 148,9 % dan di tahun 2022 mencapai 166,1%. Hal ini menandakan terjadinya peningkatan penggunaan e-commerce dari tahun ke tahun di Indonesia.

(Syikin, 2020) Di dalam ekonomi islam, menjalankan aktifitas jual beli harus sesuai dengan aturan islam yang mengutamakan keadilan bersama tanpa ada yang terzalimi, baik dari pelaku UMKM maupun pihak pembeli. Dalam menjalankan

pengembangan usaha berbasis online, para pelaku UMKM di Kecamatan Pringgasela diharapkan mampu mengelola dan mengembangkan UMKM secara profesional dengan menerapkan aturan jual beli yang sesuai dengan peraturan ekonomi islam agar terhindar dari sistem penjualan kapitalis. Mengingat bahwa sejumlah platform e-commerce dirancang oleh orang-orang barat yang secara tidak langsung terdapat penerapan ekonomi kapitalis di dalamnya, sehingga dibutuhkan ketelitian dan tata cara bermuamalah yang baik yang harus diperhatikan para pelaku UMKM di Kecamatan Pringgasela dalam mengembangkan UMKM melalui e-commerce. Selain pengembangan UMKM dibidang e-commerce yang sesuai dengan aturan ekonomi islam dan tata cara bermuamalah yang benar, hal yang perlu diperhatikan juga terkait dengan bagaimana pemanfaatan platform e-commerce dalam pengembangan usaha di bidang UMKM kerajinan tenun. Sehingga berdasarkan uraian permasalahan yang ada di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: "Pemanfaatan e-commerce dalam Pengembangan UMKM Kerajinan Tenun Gedogan Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Pringgasela Kabupaten Lombok Timur.

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian e-commerce

Kata e-commerce ini berarti sistem elektronik yang artinya kegiatan pemasaran yang dilaksanakan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet. e-commerce merupakan sebuah proses pembelian dan penjualan atau tukar menukar produk jasa atau informasi melalui media computer yang didukung dengan jaringan internet. e-commerce adalah penggunaan jaringan internet untuk melakukan transaksi bisnis, atau secara lebih formal e-commerce sendiri didefinisikan sebagai transaksi perdagangan yang dilakukan berbasis digital antara organisasi satu dengan organisasi lainnya atau individu satu dengan individu lainnya. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser web untuk membeli dan menjual produk (Azhar, 2011).

B. Jenis-Jenis e-commerce

(Sungkono, 2008) beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan transaksi e-commerce diantaranya dengan melihat sifat dari pelaku yang terlibat dalam transaksi e-commerce.

1. B2B (Business to Business) Jenis e-commerce yang menggunakan model business to business biasanya mencakup barang penjualan ataupun jasa elektronik yang dilakukan antar perusahaan. Biasanya para distributor atau produsen mengirimkan ke toko-toko yang menjual barang sesuai dengan produk mereka. Contoh e-commerce yang menerapkan model business to business adalah Ralali.com dan juga Elevenia.
2. B2C (Business to Consumer) Jenis e-commerce ini adalah bisnis yang fokus untuk menjual ke bisnis lainnya. B2B merupakan transaksi yang dilakukan secara online yang dilakukan antar entitas atau objek bisnis yang satu dengan yang lain, disebut juga transaksi antar perusahaan.
3. C2C (Consumer to Consumer) Jenis e-commerce ini memberikan kemudahan bagi sesama konsumen untuk saling menjual dengan bantuan pasar online. Dalam C2C e-commerce, konsumen akan menyediakan produk untuk masuk ke pasar,

menempatkan produk untuk dijual, dan mengandalkan pengelola pasar untuk membuatkan katalog, mesin pencari, dan kejelasan transaksi sehingga produk bisa dipamerkan dan ditemukan dengan mudah.

C. Pemanfaatan e-commerce Dalam Usaha

1. Alat Penjualan dan Promosi, e-commerce biasanya dimanfaatkan oleh penjual untuk menawarkan barang atau jasa kepada konsumen tanpa adanya transaksi secara langsung dengan konsumen, sehingga memudahkan keduanya untuk melakukan transaksi jual beli dan beli.
2. Meningkatkan Daya Saing Usaha, pengakses platform e-commerce dari tahun ketahun mengalami peningkatan, hal ini menunjukan bahwa aplikasi ini dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat.
3. Menjangkau Konsumen, e-commerce dapat dimanfaatkan penjual untuk produksi untuk menjangkau target konsumen yang telah dibuat.
4. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar), transaksi online yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan melakukan pembelian produk yang diperjualkan.
5. Meningkatkan customer loyalty, hal ini disebabkan karena adanya sistem transaksi e-commerce yang menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu.

D. E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam adalah agama yang memudahkan umatnya dalam melakukan transaksi jual beli, akan tetapi terdapat beberapa ketentuan yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi (Kartika, 2020) menjelaskan bahwa Islam juga memiliki batasan larangan dalam transaksi jual beli diantaranya:

1. Riba adalah penetapan bunga atau kelebihan jumlah pengembalian yang tidak sesuai dengan harga pokoknya secara bathil atau bertentangan dengan prinsip muamalat dalam islam.
2. Gharar adalah keadaan yang mengarah kepada ketidakpastian yang mengarah kepada hubungan transaksi suatu barang pada pihak-pihak yang sedang bertransaksi.
3. Tadlis adalah suatu keadaan yang tidak sesuai dengan harapan pada salah satu pihak yang menginginkan keuntungan tetapi pada kenyataannya sebaliknya.
4. Maisir adalah keadaan dimana terjadi pertaruhan baik berupa uang atau barang. Dengan kata lain maisir diartikan sebagai kegiatan memperoleh keuntungan tanpa mengeluarkan usaha yang keras
5. Haram adalah keadaan dimana segala sesuatu yang dilarang baik dari awal proses sampai akhir proses barang tersebut.

E. Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 Jual Beli Online

Beberapa ketentuan Akad Jual Beli Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli yaitu:

1. Katentuan Umum
   a. Akad jual beli adalah akad antara penjual (al-Ba'i) dan pembeli (al-Musytari) yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan obyek yang dipertukarkan.
   b. Penjual (al-Ba'i) adalah pihak yang melakukan penjualan barang dalam akad jual beli.

c. Pembeli (al-Musytari) adalah pihak yang melakukan pembelian dalam akad jual beli.
d. Barang (Mustaman/mabi') merupakan barang atau hak yang akan di dijual.
e. Harga (Tsaman) adalah imbangan atas barang yang dipertukarkan.
f. Bai' al-musawamah adalah jual beli dengan harga yang disepakati melalui proses tawar-menawar.
g. Bai' al-muzayadah adalah jual beli dengan harga paling tinggi yang penentuan harga dilakukan melalui proses tawar menawar.
h. Bai' a;-munaqashah adalah jual beli dengan harga yang paling rendah yang penentuan harga dilakukan melalui proses tawar menawar.
i. Bai' bi al-taqsith adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukaan secara angsur/bertahap.
j. Bai' al mu'ajjal adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukam secara tangguh.
k. Bai' as-salam adalah jual beli dalam bentuk pemesanan atas suatu barang dengan kriteria tertentu yang harganya wajib dibayarkan tunai pada saat akad.
l. Bai' al-istisna adalah jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan suatu barang dengan kriteria tertentu yang pembaayaran harganyaa berdasarkan kesepakatan antaara pemesan dan penjual.

2. Ketentuaan Shigat al-Aqd
   a. Akad jual beli harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta mudah dipahami dan dimengerti oleh penjual dan pembeli.
   b. Akad jual beli boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai syariat dan peraturan perundang-undang yang berlaku.
3. Ketentuan Para Pihak
   a. Penjual dan pembeli boleh berupa orang atau yang dipersamakan dengan orang, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
   b. Penjual daan pembeli wajib cakap hukum sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Ketentuan Barang (Mutsman) dan Harga (Tsaman)
   a. Barang boleh berbentuk barang, hak serta milik penjual secara penuh.
   b. Barang tersebut boleh dimanfaatkan menurut syariah serta boleh diperjualbelikan menurut syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
   c. Barang harus berwujud, pasti dan dapat diserahterimakan pada saat akad jual beli dilakukan, atau pada waktu yang disepakati jika akad yang dilakukan menggunakan akad jual beli salam atau istishna.
   d. Harga dalam jual beli harus sudah dinyatakan secara pasti pada saat akad, baik ditentukan melalui tawar menawar, lelang, atau tender.
   e. Pembayaran harga dilakukan secara tunai, tangguh, dan angsuran/bertahap.
5. Ketentuan Kegiatan dan Produk
   a. Ketentuan Pembayaran
      1. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
      2. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
      3. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.
   b. Ketentuan Barang

a. Harus jelas cirri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
c. Penyerahan dilakukan kemudian
d. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

F. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pengertian UMKM dalam Pasal 1 UU Usaha Mikro, Kecil dan Menengah No.20 Tahun 2008 dalam bukunya Agustina Tri Siwi sebagai berikut:

a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.
b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang.
c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

METODEPENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode studi kasus. Lokasi penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM tenun Gedogan di Kecamatan Pringgasela Kabupaten Lombok Timur. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik wawancara secara mendalam,dokumentasi dan observasi. Jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 12 informan yang ditentukan berdasarkan teknik purposive dan snowball. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penggumpulan data (Data Collection), reduksi data (Data Reduction), penyajian data (Data Display), verifikasi data (Conclusion Drawing/Verification) (Sugiyono 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tenun Gedogan Pringgasela

1. Sejarah Tenun Gedogan

Tenun Gedogan Pringgasela merupakan tenun yang berasal dari industri tradisional Lombok yang masih bertahan dan dilestarikan oleh para generasi

berikutnya. Seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi, tenun Gedogan semakin dihadapkan pada ketatnya persaingan internasional. Tenun ini dinamakan tenun Gedogan, karena proses pembuatannya yang berasal dari cara-cara pembuatan yang menggunakan alat tradisional dan sederhana. Berdasarkan informasi yang dikemukakan oleh M. Maliki, Ketua Kelompok Perajin Tenun Sentosa Sasak Tenun Pringgasela, Lombok Timur menjelaskan bahwa Pringgasela menurutnya menjadi salah satu daerah pencipta pertama tenun Gedogan yang dimulai sekitar 2 abad yang lalu. Tenun Gedogan, dalam sejarahnya dibuat karena pada zamannya, masyarakat Pringgasela dulunya menjadi petani penghasil tanaman kapas sehingga munculah sejumlah ide bagaimana kapas yang dihasilkan bisa dijadikan sebagai kain (Juniati, 2020).

2. Kelompok-kelompok Usaha Tenun di Pringgasela

Usaha tenun Gedogan tidak hanya dijalankan secara individu oleh para UMKM tenun, namun juga terdapat kelompok usaha tenun yang terdiri dari lima kelompok tenun yang berpusat di Desa Pringgasela Kecamatan Pringgasela. Lima kelompok tenun yang ada masing-masing beranggotakan 20-30 orang per kelompok salah satunya adalah kelompok Nina Penenun (KNP). KNP adalah salah satu kelompok penenun yang ada di Pringgasela yang diketuai oleh ibu Sri Handayani yang beranggotakan 28 orang, kelompok tenun ini berada dibawah naungan Gema Alam yang sudah bekerja sama dengan UNESCO (Arifin,2011)

3. Potensi dan Perkembangan UMKM Tenun Gedogan Melalui e-commerce di Kecamatan Pringgasela

Tenun Pringgasela saat ini juga menjadi salah satu mata pencaharian yang besar bagi masyarakat di Kecamatan Pringgasela sejak ditetapkan oleh Pemerintah Daerah sebagai salah satu seragam Dinas Pegawai Negeri Sipil/Aparatur Sipil Negara (PNS/ASN) di Lombok Timur.

Pernyataan ini diperkuat oleh salah satu narasumber yaitu IT03 yang Menuturkan bahwa:

> *"Saat ini perkembangan tenun di Pringgasela ini cukup berkembang, hal itu dikarenakan banyaknya para pengrajin tenun yang sudah mampu memasarkan produknya hingga ke mancanegara, hal ini diimbangi juga dengan adanya peraturan penggunaan tenun sebagai salah satu seragam Dinas Pegawai Negeri Sipil/Aparatur Sipil Negara (PNS/ASN) di Lombok Timur. Jadi dengan adanya hal tersebut tentu akan mendorong setiap UMKM dibidang tenun ini untuk memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan sektor kerajinan tenunnya."*

Menurut informasi salah satu narasumber dalam menciptakan produk tenun ini ada beberapa alat yang digunakan untuk menenun hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh IU04

> *"Jadi proses menenun itu gampang-gampang susah dan juga ada beberapa alat dan proses yang harus kita lakukan, ini beberapa contoh alat yang biasa ibu-ibu*

penenun gunakan seperti Prane yang digunakan untuk membentuk motif pada tenun, kemudian ada juga namanya jajak, tusuk suri dan banyak lagi alat-alat tenun. Untuk prosesnya sendiri biasanya dimulai dari proses pewarnaan biasanya 1 sampai 2 minggu kemudian gontong atau proses penggulungan benang, baru setelah itu ada namanya proses rane (pembuatan motif tenun) baru ke tahap nusuk suri dan terakhir betenun (Menenun)".

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh narasumber di atas menyampaikan bahwa dalam proses pembuatan tenun gampang-gampang susah dan membutuhkan waktu yang lumayan lama tidak seperti usaha lainnya, harus adanya tingkat kesabaran yang ekstra untuk dapat menciptakan kerajinan tenun dengan motif yang indah ungkap salah satu narasumber.

(Suci 2017) Potensi UMKM dapat disorot dari dua sisi yaitu sisi internal dan eksternal yang dapat menjadi acuan dalam penelitian ini. Dari sisi potensi internal terdiri dari:

1. UMKM menghasilkan produk jasa yang harganya dapat dijangkau masyarakat meskipun tingkat keinginan dan kreativitas dalam memanfaatkan sumber daya alam memiliki perbedaan di setiap wilayah.
2. Memiliki struktur organisasi dan pengelolaan usaha yang cukup fleksibel, menyesuaikan perubahan kapasitasnya serta perubahan pasar dan perekonomian.
3. Jumlah UMKM yang besar merupakan potensi untuk pengembangan sehingga efisiensi sistem produksi dan pemasaran dapat ditingkatkan lagi.
4. Produk-produk UMKM sebagian besar berkaitan dengan sumber daya dan budaya lokal.
5. Teknologi yang mendukung dapat menjadikan UMKM semakin luas dan melebar di pasar global.

Potensi dari sisi eksternal terdiri dari:

1. Kebijakan pemerintah serta adanya dukungan pemangku usaha memungkinkan UMKM terus berkembang.
2. Jumlah UMKM yang besar menjadi modal dasar untuk dapat berkontribusi dalam perekonomian.
3. Kemudahan mendirikan usaha juga didukung dengan skala permintaan yang besar dan adanya ketersediaan sumber daya alam.
4. Meningkatkan keterampilan yang lebih tinggi pada penduduk yang memiliki usia produktif disertai pengetahuan yang dimiliki untuk menumbuhkan tenaga kerja yang terampil.
5. UU. No 20 tentang UMKM dan PP no. 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan UU. No 20 tahun 2008 memberi kepastian hukum bagi pengembangan UMKM (Suci, 2017).

Adapun beberapa cara yang dilakukan dalam mengembangkan usaha kain tenun

Gedogan di Kecamatan Pringgasela:

1. Dengan Melakukan Diversifikasi Produk Tenun Pringgasela.
2. Pengembangan Pangsa Pasar Tenun Gedogan Pringgasela

4. Pemanfaatan e-commerce dalam Pengembangan UMKM Tenun Gedogan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Peran e-commerce sebagai media untuk transaksi yang memiliki ruang lingkup yang luas tidak hanya sebagai media perantara pembayaran namun sebagai media untuk membuka peluang pasar yang besar menjadikan e-commerce sangat penting untuk digunakan dalam pengembangan usaha. Secara global e-commerce sendiri memiliki dampak yang sangat besar bagi pasar internasional, sehingga akan sangat berpengaruh pada hasil impor, ekspor dan harga barangnya.

Penggunaan e-commerce di Kecamatan Pringgasela oleh para pelaku UMKM tenun sendiri sudah diterapkan, hal tersebut dapat dilihat dari media penjualan yang dilakukan dengan memanfaatkan media online dalam proses pemasarannya (Maulida dkk, 2021)

Dalam proses pengembangannya para pelaku UMKM juga harus mampu mengedepankan prinsip pengembaangaan usaha yang sesuai dengan prinsip ekonomi islam, karena dalam menjalankan usaha tidak hanya skill dan keberhasilan usaha yang dibutuhkan namun bagaimana para pelaku usaha mampu memperoleh keberkahan dan kebermanfaatan usaha yang dijalankan. (Afif, 2016) berpendapat bahwa agar keuntungan yang ingin diraih dapat menambah kebaikan baik bagi pelaku bisnis tenun sendiri maupun lingkungan sekitarnya, maka praktik bisnis mesti mengacu prinsip-prinsip dasar yang mencerminkan nilai-nilai luhur yang universal. Setidaknya terdapat lima prinsip dasar sebagai berikut:

1. Prinsip Tauhid

Bahwa tauhid atau aqidah merupakan pondasi fundamental ajaran Islam. Pada intinya bahwa prinsip ini menegaskan bahwa Allah adalah pemilik sejati seluruh yang ada di alam semesta ini. Allah tidak menciptakan sesuatu dengan sia-sia dan manusia diciptakan hanya untuk beribadah kepadanya.

IU02 mengatakan:

"Jadi dalam melakukan usaha terutama dalam UMKM tenun ini kami senantiasa menjadikan ibadah sebagai landasan dalam menjalankan usaha, karena dek percuma kita dapat untung yang besar tapi tidak ada keberkahan yang kita dapatkan, jadi sejatinya kita sebagai manusia mungkin tidak bisa sepenuhnya meniru cara berdagang Rasulullah SAW, namun dengan mengamalkan beberapa hal yang bisa kita amalkan untuk kemudian mendapat keberkahan kami sebagai pengusaha pasti senantiasa mengupayakan".

IU03 menambahkan:

"Untuk usaha yang kami jalankan sendiri, tentu mulai dari proses awal hingga akhir kami tentu sangat teliti, karena dek kita sebagai pengusaha kalau mau sukses kita harus menjadi pengusaha yang baik dan kunci utamanya adalah kita

jujur, kalau sudah baik, jujur Insya Allah lancar usaha yang kita jalankan".

2. Prinsip Keadilan

Allah adalah sang pencipta seluruh yang ada di muka bumi ini, dan adl (keadilan) merupakan salah satu sifatnya. Allah menganggap semua manusia itu sama (egalitarianism) di hadapannya dan memiliki potensi yang sama untuk berbuat baik, karena yang menjadi pembeda baginya hanya tingkat ketaqwaan setiap individunya.

Menurut IU04 selaku Owner/Pengrajin tenun di Kecamatan Pringgasela terkait dengan bentuk implementasi keadilan dalam pengembangan usaha melalui e-commerce menurutnya, bahwa dalam usaha yang dijalankan pelaku usaha berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggan dengan mengedepankan suka sama suka sesuai dengan tata cara bermuamalah yang sesuai dengan ekonomi islam.

Bukan hanya ibu IU04 tetapi pernyataan tersebut diperkuat oleh IU03 selaku owner atau pengrajin tenun di Kecamatan Pringgasela:

"Jadi kalau kita mau lihat konsep adil itu ya dek, kita bisa menggambarkan dari proses order yang dilakukan oleh konsumen, dimana kami selaku pelaku UMKM tenun menyediakan beberapa motif yang dipajang di media sosial seperti Facebook terutama, ketika konsumen tertarik maka cara ordernya mereka akan melakukan pengiriman gambar melalui pesan dan di sana mulai dari motif, model dan sebagainya disepakati terlebih dahulu, dan bahkan untuk setiap konsumen pasti akan kami beritahu kalau barang mereka bisa jadi dalam waktu tempo sekian hari, jadi pasti kalaupun ada konsumen lain pasti akan kami dahulukan konsumen yang memesan terlebih dahulu, jadi kami ini mempunyai list konsumen yang memesan dan kapan harus di ambil, jadi nanti ada komunikasi terlebih dahulu dengan konsumen".

3. Prinsip Nubuwwah (Kenabian)

Prinsip ini menegaskan bahwa Nabi Muhammad merupakan model yang ideal dalam segala perilaku, termasuk juga perilaku bisnis yang dapat diteladani serta diimplementasikan oleh setiap manusia, khususnya para pelaku bisnis.

4. Prinsip Khilafah

Merupakan representasi bahwa manusia adalah pemimpin (khalifah) di dunia ini dengan dianugerahi seperangkat potensi mental dan spiritual oleh Allah SWT, serta disediakan kelengkapan sumber daya alam atau materi yang dapat dimanfaatkan dalam rangka untuk sustainability atau keberlangsungan hidupnya.

Menurut IU02 selaku owner tenun mengatakan bahwa:

"Tentu dalam usaha yang kami jalankan sepenuhnya kita tidak bisa menerapkan tata cara berdagang secara sempurna seperti caranya Rasulullah SAW, akan tetapi setidaknya kami di sini sebagai pelaku usaha, apa yang bisa kami berikan yang terbaik untuk konsumen akan kami berikan, salah satunya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan pastinya untuk setiap tenun yang kami hasilkan tentu kita sebagai pelaku usaha harus menerapkan sikap jujur, amanah dan sebagainya

karena itu salah satu kunci kesuksesan dalam membangun usaha".

Apa yang dikemukakan oleh IU02 diperkuat oleh IK01 yang juga sempat peneliti wawancarai beliau mengungkapkan:

"Untuk pengembangan tenun ini sendiri pastinya kita berusaha memberikan yang terbaik, apalagi kalau kita melakukan promosi dan penjualan lewat online kan kadang poto nya terbantu oleh cahaya dan lain-lain sehingga terkesan berbeda dengan poto, namun disini kami selaku owner berupaya untuk selalu amanah dan jujur terhadap konsumen, jadi meskipun kami berjualan melalui media online nanti prosesnya adalah akan ada negosiasi melalui fitur pesan, sampai kami pun membukakan atau memotret ulang contoh motif yang diinginkan konsumen supaya nanti tidak ada komplain di belakang".

5. Prinsip Ma'ad (Hasil)

Prinsip ini mengajarkan bahwa pada dasarnya manusia diciptakan di dunia ini untuk berjuang dan bekerja. Dalam perspektif Islam, dunia adalah ladang akhirat, maksudnya dunia merupakan tempat bagi manusia untuk mencari bekal dengan bekerja, beraktivitas, dan beramal baik.

Dalam menjalankan bisnis, Allah SWT memerintahkan untuk menjalankan prinsip ataupun perilaku dalam menjalankan usaha dengan menghindari unsur-unsur yang dilarang dalam islam diantaranya (Maldina, 2017)

a. Haram, haram merupakan suatu hal yang dilarang dalam agama. Haram dikategorikan menjadi dua yaitu haram zat dan cara memperolehnya. Contoh memperjual belikan babi, bangkai, khamr, berhala, dan barang haram lainnya.
b. Maysir (Judi), maysir adalah perbuatan mendapatkan sesuatu dengan mudah tanpa perlu bekerja keras untuk mendapat keuntungan. Selain itu, maysir juga diartikan sebagai segala sesuatu yang mengandung unsur perjudian atau spekulasi.
c. Gharar (Ketidakjelasan) gharar merupakan sebuah transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak diketahui keberadaannya, tidak diketahui kondisi, harga dan waktu penyerahannya
d. Riba, riba berasal dari bahasa Arab Az-Ziyadah yang artinya tambahan. Secara istilah, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok secara bathil.
e. Ikhtikar (Penimbunan) adalah penimbunan barang untuk memperoleh keuntungan yang besar pada waktu tertentu. Dalam Hadist Riwayat Muslim, Rasulullah bersabda "la yang menimbun adalah orang yang berdosa".
f. Tadlis (Penipuan) dalam Islam, kegiatan transaksi harus berdasarkan prinsip saling rela. Oleh karena itu Islam sangat melarang transaksi yang mengandung tadlis (penipuan).

Berdasarkan Fatwa DSN/MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 juga mengemukakan beberapa aturan akad dalam melakukan jual beli melalui e-commerce yang diterapkan oleh pelaku UMKM kerajinan Tenun Gedogan di Kecamatan Pringgasela seperti:

Ketentuan umum yaitu menerapkan sistem akad jual beli seperti:

a. Bai' al-muzayadah adalah jual beli dengan harga paling tinggi yang penentuan harga dilakukan melalui proses tawar menawar.
b. Bai' a;-munaqashah adalah jual beli dengan harga yang paling rendah yang penentuan harga dilakukan melalui proses tawar menawar.
c. Bai' bi al-taqsith adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukaan secara angsur/bertahap.
d. Bai' al mu'ajjal adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukam secara tangguh.
e. Bai' as-salam adalah jual beli dalam bentuk pemesanan atas suatu barang dengan kriteria tertentu yang harganya wajib dibayarkan tunai pada saat akad.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh narasumber IU01 yang menyatakan bahwa: *"Jadi dalam melakukan jual beli produk tenun ini kami menerapkan beberapa sistem dek, pertama dari segi cara custom yaitu bisa beli langsung dan lewat online. Untuk sistem pesannya pun konsumen bisa memsan yang sudah ready dan melakukan sistem request baik dari segi bahan dan juga motif. Dalam proses order tersebut kemudian kami meminta untuk konsumen yang request atau melakukan sistem free order untuk membayar sebagaian dari harga sebagai bentuk tanda jadi pemesanan dek".*

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan data yang sudah dilakukan peneliti, maka dapat disusun kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan UMKM tenun Gedogan di Kecamatan Pringgasela yang dilakukan oleh pelaku UMKM Tenun yaitu dengan meningkatkan kualitas produksi yang baik, baik dari segi bahan baku, harga jual, ukuran, motif tenun sampai pada peningkatan produksi produk turunan dari tenun Gedogan. Selain itu diketahui pengembangan UMKM Tenun ini juga dilakukan dengan memanfaatkan beberapa platform digital seperti e-commerce berupa Shoppe, Lazada dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp Bisnis, upaya tersebut dilakukan untuk peningkatan pangsa pasar dan jangkauan konsumen yang lebih luas.
2. Ditinjau dari pemanfaatan e-commerce untuk pengembangan UMKM tenun Gedogan dalam perspektif ekonomi islam dapat diketahui bahwa masyarakat di Kecamatan Pringgasela cukup mengedepankan prinsip berbisnis yang baik dan benar, hal tersebut dibuktikan dengan detailnya proses produksi hingga distribusi yang dilakukan dimana para pelaku usaha cukup teliti dengan produksi tenun yang dilakukan. Dalam mengimplementasikan prinsip muamalah dalam ekonomi islam para pelaku UMKM sudah cukup mampu menerapkan sikap seorang pelaku usaha dalam melakukan muamalah sesuai dengan prinsip ekonomi islam yaitu seperti prinsip ketauhidan, keadilan, kenubuwahan, dan hasil.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka beberapa saran yang diajukan oleh peneliti sebagai bentuk pertimbangan untuk berbagai pihak sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM Tenun
   a. Tetap meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun yang digeluti dan lebih ditingkatkan lagi inovasi serta kreativitas produk sebagai upaya untuk menghadapi persaingan antara pengrajin tenun lainnya. Untuk produk-produk yang diciptakan dikreasikan lagi dalam bentuk produk turunan yang lebih bervariasi.
   b. Meningkatkan dan memperluas jaringan penggunaan platform e-commerce sebagai bentuk perluasan pangsa pasar dan peningkatan eksistensi tenun sehingga akan lebih mudah ditemukan dan dikenal oleh masyarakat luas.
   c. Mengoptimalkan bentuk pengembangan usaha melalui e-commerce dengan tetap mengedepankan prinsip bermuamalah yang baik dan benar sesuai dengan Al-Quran dan Hadist.
2. Pemerintah Kabupaten Lombok Timur

Untuk pemerintah terlebih pemerintah di Kabupaten Lombok Timur untuk lebih memaksimalkan pemberdayaan masyarakat terkait strategi promosi dan pemasaran berbasis digitalisasi sehingga masyarakat terutama para pelaku UMKM tenun Gedogan mampu memasarkan produk mereka secara lebih luas dengan menggunakan platform e-commerce yang lebih tinggi.

REFERENSI

Afif (2016) Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM di Jalan Kota Kediri, Jurnal Ekbis 21 (2) hal 178-188.

Agustina Tri Siwi (2015) Teori dan Penerapan Pada Wirausaha dan UKM di Indonesia.Jakarta,Mitra Wacana Media

Arifin (2011) Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif R dan D. Bandung: Alfabeta

Azhar Arsyad (2011) Media Pembelajaran.Jakarta:Rajawali Pres

Data Tempo.co Prediksi Angka Pengguna e-commerce di Indonesia 2017-2024

Faturahman Oman (2015) Filogi Indonesia; Teori dan Metode.Jakarta :Kharisma Putra Utama

Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 Jual Beli Online

Juniati Ninik (2020) Kajian Tentang Tenun Sesekan dari Desa Pringgasela,Lombok Timur Nusa Tenggara Barat.Jurnal Sains dan Teknologi,Vol.1 Hal 1

Kartika (2020) Peran Kewirausahaan dan E-commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam (Studi Kota Surabaya) Thesis, Universitas Wijaya Putra.

Maldina (2017) Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista,Skripsi,Palembang :Uin Raden Fatah

Maulida, Noorlaily (2021). Pengaruh Penerapan Strategi E-Commerce Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 14 Halaman 28-47

Nurlaela (2018). Efektifitas Penggunaan Media E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Depok Dilihat Dari Etika Bisnis Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume 01

Saadah (2018) Perencanaan Keuangan Islam Sederhana dalam Bisnis e-commerce Pada Pengguna Online Shope, Jurnal Ekonomi Islam 9 (1),105-128 2018.

Suci (2017) Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. Jurnal Ilmiah Ceno Ekonomos Vol.6 No 1

Sugiyono. (2018) Metode Penelitian Dan Pengembangan. Bandung: Alfabeta.

Sungkono (2008) Pemilihan dan Penggunaan Media, Jurnal UNY Vol 4 No 1 2008.

Syikin (2020) Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) Kuliner di Kecamatan Rappocini Kota Makasar, Economic Bosowa Journal Vol 6,N0. 005 2020.

Wawancara Informan Utama. Owner /Pengrajin Tenun Gedogan di Kecamatan Pringgasela.

Wawancara M.Maliki. Ketua Komunitas Tenun Santosa Sasak Tenun 12 Desember 2022.