

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1.1 Paparan Data Hasil Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

1.1.1.1 Sejarah Perusahaan

Industri rumahan (*home industry*) kerajinan di bidang mebel CV. Gardu antique indah ini didirikan tepatnya pada tahun 1995. CV. Gardu Antique Indah adalah perusahaan yang bergerak dibidang kerajinan mebel/furniture yang biasa disebut perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, lemari dan lain sebagainya.

Pada awalnya perusahaan didirikan karena keinginan dari pemilik perusahaan untuk memiliki usaha yang lebih menjanjikan masa depannya dan punya penghasilan yang besar.

Berawal dari mengikuti jejak rekan bisnis yang sudah punya pengalaman lebih banyak di bidang usaha mebel, setelah beberapa lama mengikuti rekan bisnisnya tersebut dan pemilik perusahaan mulai bisa dan mempunyai pengalaman yang cukup, maka pemilik perusahaan mulai mendirikan mebelnya sendiri.

Mulanya Perusahaan hanya memproduksi beberapa produk mebel untuk daerah sekitar perusahaan saja dan produk yang di produksi hanya produk dengan desain yang sederhana/polos tanpa ada ukirannya. Setelah ada respon baik dari konsumen sekitar pada tahun 1998 Perusahaan

mulai melirik mebel dengan ukiran kuno yang di harapkan bisa menarik minat konsumen luar, ide ukiran tersebut didapatkan dari barang-barang peninggalan yang dibeli dari masyarakat sekitar.

Barang-barang yang sudah terbilang tua tersebut lalu direpair sedemikian rupa dari pengahalusan kayu kembali, pemilihan warna, dan finishing untuk mendapatkan hasil akhir yang lebih baik dari sebelumnya. Selain itu perusahaan mulai meniru dari barang-barang tersebut untuk dibuat menjadi produk yang lebih beraneka ragam. Dan perusahaan sudah mendapatkan izin dari pemerintah setempat dengan SIUP 517/031/431.208.3.2/2008. Dan No. NPWP 07.223.785.2-656.000.

1.1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan perusahaan

1) Visi Perusahaan

Visi merupakan harapan perusahaan akan keadaan masa depan, dan visi dijadikan acuan dalam pelaksanaan strategi yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara dan dialog dengan pengambil keputusan perusahaan, maka visi CV. Gardu Antique Indah adalah “Mengembangkan usaha menjadi perusahaan yang tidak hanya mampu bersaing dalam skala nasional tetapi juga internasional dalam bidang Kerajinan Seni Kayu”.

2) Misi perusahaan

Misi merupakan turunan dari visi yang merupakan tujuan mendasar yang membedakan dengan perusahaan sejenis. Misi CV. Gardu Antique Indah berkaitan dengan dengan visi tersebut diatas adalah “ Terus menerus meningkatkan produk untuk dapat berkembang memenuhi keinginan konsumen dengan mengutamakan kualitas, serta memberikan manfaat bagi Negara dan masyarakat”.

3) Tujuan Perusahaan

Setiap perusahaan sebagai suatu organisasi tentu mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam menjalankan aktivitasnya. Seperti halnya dengan CV. Gardu Antique Indah, tujuan ini akan berperan sebagai pedoman ataupun arah bagi perusahaan dalam melaksanakan aktivitas yang akan dilakukan. Tujuan ini meliputi tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

a. Tujuan jangka pendek

1) Meningkatkan volume penjualan

Perusahaan dalam aktivitasnya berharap untuk selalu dapat meningkatkan volume penjualan yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan profit yang pada akhirnya dapat membiayai segala keperluan yang menyangkut aktivitasnya.

2) Meningkatkan kualitas produk

Kualitas produk sangat mempengaruhi naik turunnya produk yang terjual. Karena itu perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan mutu produk yang dihasilkan dan selalu mengawasi mutu produknya demi kelangsungan hidup perusahaan.

b. Tujuan jangka panjang

1) Menjaga kontinuitas perusahaan

Perusahaan selalu berusaha untuk terus meningkatkan profitnya dengan berupaya meningkatkan volume penjualan, karena jika perusahaan mengalami penurunan profit akan dapat mengganggu kontinuitas perusahaan.

2) Mencapai keuntungan yang optimal

Perusahaan pada dasarnya mengharapkan keuntungan yang optimal dari usahanya guna menjaga kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang. Hal ini disebabkan karena dengan keuntungan ini perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan usahanya.

3) Mengadakan ekspansi perusahaan

Perusahaan berupaya memperluas usaha dalam bentuk peningkatan produksi, memperbaiki teknik produksi, memperluas inovasi, meningkatkan kreatifitas, memperluas pangsa pasar ataupun dalam bentuk lainnya.

1.1.1.3 Lokasi Perusahaan

Perusahaan pertama kali didirikan di Desa Balung-Kendit, Kecamatan Penarukan, Setelah merasa potensi untuk peningkatan penjualan di desa sangat kecil terhadap perkembangan bisnis yang dibangun, kemudian pada tahun 2001 perusahaan mulai mendirikan showroom sekaligus tempat produksi barang yang bisa dijangkau konsumen. Tepatnya di sebelah Kantor Telkom Mlandingan Timur RT:01 - RW:01, Desa Mlandingan, Kecamatan Bungatan, Kabupaten Situbondo. lokasi perusahaan tepat berada di pinggir Jalan Raya Pantura.

Pemilihan lokasi oleh perusahaan merupakan suatu masalah yang tidak dapat diabaikan karena lokasi adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam melangsungkan aktivitasnya dan sangat penting untuk tercapainya tujuan yang diinginkan. Untuk itu, “CV. Gardu Antique Indah” berupaya menempatkan usahanya pada lokasi yang dirasa akan mendukung kelancaran aktivitasnya.

Showroom tersebut adalah tempat untuk memajang produk yang sudah siap untuk di jual dan akan diekspor ke luar negeri dan selain itu ada juga barang pesanan yang sudah jadi. Sementara itu tempat produksinya sebagian besar tetap berada di Desa balung – Kendit Kecamatan Penarukan. sebagian lagi berada di Lokasi perusahaan yang baru.

1.1.1.4 Modal perusahaan

Modal yang digunakan untuk mendirikan usaha mebel CV. Gardu Antique Indah ini berasal dari hasil menjual perhiasan seharga Rp 850.000, pada masa tersebut. Modal tersebut hanya bisa digunakan untuk membeli beberapa bahan kebutuhan untuk membuat produk.

Sedangkan untuk membeli alat mesin-mesin untuk proses produksi tidak cukup maka pemilik hanya bisa menyewa alat-alat tersebut untuk melancarkan proses produksi. Kemudian perusahaan mulai mengembangkan modal tersebut sampai akhirnya bisa membeli segala kebutuhan produksi barang dan terus dikembangkan hingga saat ini.

1.1.1.5 Bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi

Ada beberapa bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi yaitu diantaranya bahan utama yang digunakan adalah kayu, lem kayu foxy, Alteko, spirtus, alat finishing pewarna plitur kayu, thinner, cat kayu, amplas kayu, handle pintu, kunci, pengait mata kucing, dan lain-lain.

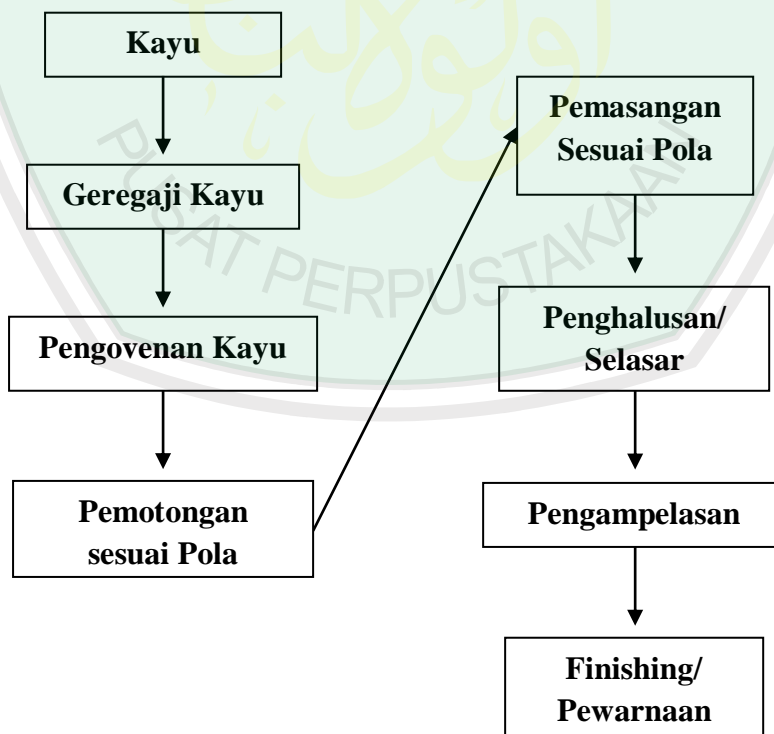
Kayu yang digunakan adalah kayu yang mempunyai kualitas yang baik dan tidak gampang rusak karna cuaca ataupun hama, diantaranya adalah kayu jati, kayu kamelina, kayu suar, dan kayu sengon, dan bisa juga tergantung permintaan konsumen.

1.1.1.6 Proses Produksi

Didalam proses produksi perusahaan menggunakan beberapa alat yaitu Mesin pemotong kayu (selendang dan gerenda), Mesin selasar, Mesin ampelas, Alat finishing untuk pewarnaan, dan lain-lain.

Proses produksi diawali dengan menggeregaji kayu, kemudian kayu tersebut di oven menggunakan alat khusus pengovenan kayu, hal tersebut dilakukan agar kayu yang akan diproduksi benar-benar kering dan tidak gampang pecah atau retak, selain itu jika kayunya kering ketika diproduksi hasilnya lebih bagus. Seperti pada gambar berikut ini:

Gambar 1.4
PROSES PRODUKSI



Sumber: Bagian produksi CV.Gardu Antique Indah

Proses produksi pada perusahaan ini bersifat terus-menerus, demikian juga dalam proses pembuatannya yang berurutan melalui beberapa tingkatan pekerjaan sampai menjadi barang jadi. Tahapan-tahapan dalam produksi tersebut ditangani dengan SDM yang handal dan berbeda. Semua dilakukan dengan sangat jeli dan teliti.

Dan pada tahap akhirnya, Semua bagian-bagian kayu yang terlihat (exposed) harus difinish, termasuk semua permukaan yang terlihat bila pintu atau laci terbuka, selain itu ada juga bagian-bagian yang harus diperhatikan yaitu tingkat kehalusan permukaan produk, jika masih teras kasar maka harus dihaluskan kembali menggunakan ampelas. setelah itu tinggal finishingnya saja, yaitu pewarnaan. Pemberian warna terhadap produk ada tiga warna yaitu kuning, merah, dan merah gelap agak kehitaman.

1.1.1.7 Produk Yang Diproduksi

CV. Gardu Antique Indah ini memproduksi rangkaian produk perlengkapan rumah tangga seperti Dipan seri/Gajah/jepara, Almari 2 Pintu, Almari 3 Pintu, Buffet TV/Laci/Hias/Nakas, Kursi Bar, Kursi Tamu (1set kursi dan meja), Kursi Tamu Panjang (1set kursi dan meja), Meja Makan + 6/5/4 Kursi, Meja Telepon, Bale-bale ukir/polos, Ayunan, Leyek, Hiasan dinding, Figura, Meja Kantor, Ukiran rumah, Tempat Majalah dan Koran Susun, Sekcell dari Akar/Ukiran/Bambu, Frame Kaca Kecil/Besar, dan lain-lain.

Rangkaian produk yang diproduksi terbuat dari kayu berkualitas tinggi, sehingga desain ukiran yang rancang dan digambar, ketika dibuat tidak pecah dan retak pada kayu yang digunakan. produk juga tidak hanya di buat dari batang kayunya saja namun juga dari akarnya, akar yang dipilih akar yang besar dan berbentuk sempurna. dalam hal ini perusahaan juga tidak hanya memakai media kayu dan akarnya saja sebagai pembuatan produk, akan tetapi juga dari kayu bambu.

1.1.1.8 Daerah Pemasaran Hasil Produksi

Sebagian besar hasil produksi yang di ekspor ke luar negeri ada beberapa Negara yaitu Prancis, Taiwan, Amerika, Inggris, Belanda, dan Australia. Sedangkan di daerah lokal hanya melalui eksportir-eksportir lokal di Bali.

Sedangkan konsumen lokal yang membeli untuk dipakai sendiri datang dari beberapa kota saja di daerah jawa yaitu Jakarta, Bandung, Solo, Surabaya, dan Malang.

1.1.2 Desain Produk

1.1.2.1 Kebijakan Strategi Desain Produk CV. Gardu Antique Indah

Dalam strategi pemasaran pasti ada suatu kebijakan yang dibuat oleh perusahaan dengan tujuan agar strategi tersebut dapat berjalan dengan baik, tidak terkecuali dengan strategi desain produk yang dilaksanakan oleh CV. Gardu Antique Indah. Sebagaimana hasil

wawancara pada tanggal 30 Mei 2012 dengan Bapak Yoyok Bronto selaku pemilik perusahaan CV. Gardu Antique Indah, yang menyampaikan bahwa:

“Kebijakan desain produk yang dilakukan perusahaan ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan. Tujuan ini adalah tujuan perusahaan secara umum dimana perusahaan memang merasa perlu melakukannya demi kelancaran dan kelangsungan hidup dimasa depan perusahaan.”

Kebijakan desain produk yang dilakukan juga ditujukan untuk memperluas pasar yang ada dengan penambahan produk baru. Dengan penambahan produk baru ini, Perusahaan diharapkan mampu memenuhi keinginan dan selera konsumen yang cenderung berubah mengikuti perkembangan jaman. Penambahan produk baru ini juga merupakan usaha perusahaan untuk mengimbangi produk yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing. Karena perusahaan tidak mungkin hanya mengandalkan produk yang ada saja untuk mempertahankan pasar, sedangkan pesaing terus mengembangkan produknya. Sedangkan menurut Ibu Ainiyah selaku istri dari pemilik perusahaan yang juga terjun langsung dalam aktivitas perusahaan, mengungkapkan bahwa:

“Dalam hal kebijakan desain produk ini, Kami bukan mengganti produk lama dengan produk baru, akan tetapi menambah banyaknya ragam bentuk produk yang dihasilkan.”

Hal ini dimaksudkan oleh perusahaan dengan alasan agar perusahaan memiliki keanekaragaman produk. Strategi desain produk yang dilaksanakan oleh CV. Gardu Antique Indah ini adalah dengan menambah semua varian produk dengan desain minimalis (modern), dan

yang pertama kali diterapkan sebagai percobaan desain tersebut hanya pada 2 macam produk saja yaitu buffet dan kursi tamu.

Strategi desain produk yang dilakukan merupakan hasil analisa pada permintaan konsumen dan tuntutan perkembangan pasar. Dari hasil dokumentasi yang diperoleh peneliti, maka strategi desain produk yang dijalankan pada CV. Gardu Antique Indah ini dapat dilihat pada table 4.1 berikut ini.

Table 4.1
Jenis Produk Mebel yang Dihasilkan
untuk Konsumen Lokal (KL)
CV. Gardu Antique Indah

Produk Furniture	Tahun		
	2009	2010	2011
Ukir	Ukir	Ukir	Ukir
		Bufet Minimalis	All Variant Min.
		Kursi tamu Min.	All Variant Min.

Sumber: CV. Gardu Antique Indah

Dari table 4.1 diatas dapat dilihat bahwa pembuatan produk dengan desain minimalis yang terjadi pada CV. Gardu Antique Indah diterapkan mulai tahun 2010, dan mulai menerapkannya pada produk mebel lainnya pada tahun 2011 untuk menambah aneka ragam mebel desain minimalis.

Dan dengan adanya strategi desain produk tersebut berdampak positif pada penjualan setelah tahun-tahun berikutnya. Hal ini dapat dilihat dari hasil dokumentasi yang diperoleh peneliti volume penjualan pada dua macam produk yaitu Bufet dan Kursi Tamu yang disajikan pada table 2.4 berikut ini.

Table 4.2
Volume Penjualan Produk CV. Gardu Antique Indah
pada Konsumen Lokal (KL)
Tahun 2009-2011

NO.	TAHUN	JENIS PRODUK	JUMLAH PERMINTAAN
1.	2009	Buffet Ukir	22
		Kursi Tamu Ukir	28
2.	2010	Buffet Minimalis	57
		Kursi Tamu Minimalis	49
3.	2011	Buffet Minimalis	199
		Kursi Tamu Minimalis	186

Sumber: CV. Gardu Antique Indah, (Thn)

Dari table 4.2 diatas dapat dilihat jumlah permintaan dari produk buffet ukir dan kursi tamu ukir yang turun pada tahun 2009. Dan sedangkan pada tahun 2010 tepatnya pada waktu desain minimalis mulai diterapkan pada kedua produk tersebut maka jumlah permintaan naik yaitu sebesar 57 unit pada Buffet dan 49 unit pada Kursi tamu. Melalui wawancara pada tanggal 01 Juni 2012 Bapak Yoyok Bronto selaku pemilik perusahaan mengungkapkan bahwa:

“Awalnya kami tidak mengerti mengapa jumlah permintaan semakin menurun dari tahun ke tahun. Namun setelah adanya desain produk minimalis yang kami terapkan pada produk Buffet dan Kursi tamu, jumlah permintaan mulai naik kembali bahkan lebih banyak. dan kami menyimpulkan bahwa turunnya angka penjualan banyak disebabkan karena kejenuhan konsumen terhadap produk yang diproduksi perusahaan.”

Semakin menurunnya angka penjualan pada tahun 2009 inilah yang memeberi inspirasi dan inisiatif bagi perusahaan untuk mampu

bangkit kembali dengan Desain Produk Minimalis. dan ini terbukti, usaha tersebut yang dilakukan tidaklah sia-sia, karena dengan menambah aneka ragam produk dengan desain minimalis tersebut mulai dari awal tahun 2010 perusahaan mulai mampu meningkatkan volume penjualan. Peningkatan volume penjualan ini terus dialami perusahaan hingga pada tahun 2011.

1.1.2.2 Sumber Ide Desain Produk Baru

Desain produk yang dibuat di perusahaan CV. Gardu antique Indah ini adalah rancangan dari beberapa karyawan yang memang bertugas untuk merancang pembuatan produk, pemilik perusahaan dan tergantung pesanan konsumen. Melalui wawancara pada tanggal 05 Juni 2012 Bapak Yoyok Bronto selaku pemilik perusahaan mengungkapkan bahwa:

“Sumber ide pembuatan desain produk baru ini, berasal dari pihak intern dan ekstern perusahaan. Dari pihak intern perusahaan, ide tersebut berasal dari saya sendiri, dan bagian produksi serta seluruh karyawan juga ikut serta dalam memunculkan ide produk baru. Sementara dari pihak ekstern ide tersebut bisa berasal dari pelanggan yang melakukan pemesanan. Namun ide desain minimalis ini berasal dari pelanggan yang melakukan pemesanan yaitu pelanggan dari Jakarta, yang kebetulan memesan untuk dipakai sendiri”

Desain produk baru dengan desain minimalis (modern) pertama kali muncul karena rancangan pesanan dari konsumen yang menginginkan produk yang dasar luarnya tanpa ukiran dan berkesan modern, dan bergaya minimalis.

Setelah itu perusahaan mulai mencoba desain tersebut untuk diproduksi kembali, setelah ada respon yang sangat baik dari konsumen maka proses tersebut dilanjutkan kembali dan menjadi berbagai ragam produk seperti yang diproduksi sebelumnya pada desain ukiran.

1.1.2.3 Faktor-faktor yang mendorong pembuatan Desain Produk

Dalam suatu kebijakan, pasti ada faktor-faktor yang mendorong kebijakan tersebut, tidak terkecuali kebijakan dalam strategi desain produk. Melalui wawancara pada tanggal 05 Juni 2012 Bapak Yoyok Bronto selaku pemilik perusahaan mengungkapkan bahwa:

“Upaya strategi desain produk ini kami lakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Selain itu faktor peluang pasar yang mendorong dilakukannya strategi desain produk. Faktor persaingan bisnis yang semakin ketat juga menjadi sebab diadakannya strategi desain produk pada perusahaan.”

Sedangkan menurut Bapak Suparji selaku kepala bagian pengawas produksi pada CV. Gardu Antique Indah dalam wawancaranya pada tanggal 05 Juni 2012, mengungkapkan bahwa:

“Sebagaimana pengetahuan saya faktor lain yang mendorong diadakannya desain produk adalah faktor kemajuan zaman juga mendorong perusahaan untuk mengembangkan produknya, karena konsumen tidak akan mau apabila produk yang dibuat perusahaan ketinggalan zaman.”

Dengan adanya penambahan lini produk dan upaya perbaikan kualitas produk yang dilakukan perusahaan, perusahaan tentu juga ingin adanya penambahan volume penjualan.

1.1.2.4 Pemilihan Bahan

Dalam proses produksi dengan desain minimalis tersebut sebelum dilakukan, pemilik dan karyawan dibidang produksi mencari cara agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas dan nilai yang baik dimata konsumen. Maka pemilik perusahaan dan karyawan dibidang produksi mencoba menerapkan beberapa karakter pada produk yang akan diciptakan tersebut. Melalui wawancara pada tanggal 06 Juni 2012 Bapak Yoyok Bronto selaku pemilik perusahaan mengungkapkan bahwa:

“Produk yang dibuat dengan desain minimalis harus punya kualitas dan nilai yang baik dimata konsumen, dengan cara menerapkan beberapa karakter pada produk tersebut. dengan tujuan agar produk yang dibuat tidak membuat kecewa berlebihan ketika terjadi hal yang tidak diinginkan terhadap produk tersebut. Produk harus punya cirri-ciri, kinerja, kualitasnya baik, tahan lama, model dan juga bisa diperbaiki kembali ketika terjadi hal yang tidak di inginkan pada produk, misalnya warna pliturnya luntur atau berubah warna.”

Dalam hal ini perusahaan banyak menggunakan kayu jati sebagai bahan utama dari pembuatan produk. dibuat dari kayu jati karena masih bisa di furnishing ulang dengan mengganti warnanya, tetapi jika warna sebelumnya memang berkesan gelap tidak bisa diganti dengan warna lainnya, tahan lama, tahan hama, punya cirri tersendiri, kualitas tertinggi no 1 dan dapat dijual lagi dengan harga yang pantas.

Tetapi perusahaan tidak menekan penggunaan kayu jati sebagai bahan utama dari produk minimalis tersebut, perusahaan memberikan kebebasan untuk memilih kepada konsumen kayu yang akan digunakan untuk pemesanan produknya. Melalui wawancara pada tanggal 06 Juni

2012 Bapak Suparji selaku pengawas produksi perusahaan mengungkapkan bahwa:

“Penggunaan kayu jati pada produk dikarekan kualitas kayu jati yang memang tidak bisa dipungkiri oleh konsumen, selain itu kayu jati juga punya keunggulan yang patut di acungi jempol yaitu tahan lama semakin lama semakin bagus corak kayunya semakin terlihat menarik, dan tahan hama.”

1.2 Pembahasan Hasil Penelitian

1.2.1 Implikasi penerapan Strategi Design produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Dalam mencapai suatu target yang akan menjadi pemicu kesuksesan sebuah perusahaan salah satu alternatif yang dapat diambil oleh perusahaan untuk menjaga siklus hidup produknya agar tidak terjadi penurunan terlalu cepat pada penjualan produknya. Perusahaan yang bersangkutan dari suatu periode berikutnya. Umumnya bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungannya akan rendah pula. Hal tersebut menunjukkan kepada kita bahwa setiap perusahaan dituntut untuk bisa meningkatkan volume penjualan seoptimal mungkin, dalam rangka mencari keuntungan yang tinggi, keuntungan yang tinggi ini umumnya selalu didambakan oleh setiap perusahaan.

Melalui Strategi Desain Produk ini, CV. Gardu Antique Indah dapat meningkatkan jumlah penjualan tiap tahunnya setelah desain tersebut diterapkan. Pesanan dan penjualan semakin meningkat bahkan

dapat melebihi banyaknya pesanan dengan Desain Ukiran yang terdahulu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler yang terdapat 7 parameter desain produk, salah satunya yang paling mendekati ada 6 yaitu ciri-ciri, kinerja, mutu kesesuaian, tahan lama (*Durability*), kemudahan perbaikan (*Repairability*) dan model (*style*). dan satu yang menjadi kelemahan dari produk tersebut adalah Tahan Uji (*Reliabilitas*). Sebagaimana pemaparan hasil penelitian berikut ini:

1) Ciri-ciri

Ciri-ciri adalah karakteristik yang mendukung fungsi dasar produk. Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan beberapa ciri-ciri. Ciri-ciri produk merupakan alat kompetitif untuk produk perusahaan yang terdiferensiasi.

Dalam hal ini, ciri-ciri pada produk mebel pada CV. Gardu Antique Indah corak kayu jati yang digunakan pada produk desain minimalis tersebut begitu khas dan klasik, bahkan pada saat finishing pemberian warna pada kayu, corak tetap terlihat dan sangat indah di lihat. Ini menyebabkan kayu jati sangat dikenal oleh konsumen, bahkan hanya dengan melihat sekilas saja konsumen akan mengerti bahwa yang digunakan untuk bahan pembuatan produk tersebut adalah kayu jati.

2) Kinerja

Kinerja mengacu kepada tingkat karakteristik utama produk pada saat beroperasi.

Dalam hal ini perusahaan membuat produk mebel dengan desain minimalis tersebut dapat bekerja sesuai dengan manfaatnya. seperti halnya buffet, buffet sesuai dengan macamnya yaitu, Buffet laci dan Buffet TV. Buffet laci dapat digunakan sebagai penyimpanan barang-barang seperti buku, album foto, kunci, dan lain sebagainya. Buffet TV dapat digunakan untuk memajang atau meletakkan TV di atasnya beserta DVD Player, Play station, dan Perlengkapan TV lainnya.

3) Mutu Kesesuaian

Yang dimaksud dengan penyesuaian adalah tingkat dimana desain produk dan karekteristik operasinya mendekati standar sasaran. Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Hal ini disebut konfirmansi karena spesifikasinya.

Perusahaan menginginkan produk yang diproduksi melalui desain produk tersebut benar-benar berkualitas dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga perusahaan berusaha membuat produk tersebut sesuai dengan tingkat desain dan karakteristik manfaat kegunaannya.

4) Tahan Lama (*Durability*)

Daya tahan merupakan ukuran waktu operasi yang diharapkan dari suatu produk tertentu.

Penggunaan kayu jati merupakan pilihan yang paling tepat untuk dijadikan produk mebel, karena selain berkualitas no.1 kayu jati lebih tahan lama dibandingkan bahan kayu lainnya. kayunya lebih kuat dan tidak gampang rapuh, lapuk, atau berjamur, dan tahan hama.

Selain itu kayu jati yang sudah menjadi barang dan sudah dipakai sekian lamanya ketika warna pliturnya sudah berubah terlihat bening dari warna sebelumnya dapat di warnai kembali atau di furnishing ulang. bahkan ketika dijual kembali akan tetap mendapatkan harga yang pantas.

5) Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

Kemudahan perbaikan adalah suatu ukuran kemudahan perbaikan suatu produk yang mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan-kerusakan. Kemudahan perbaikan ideal akan ada jika pemakai dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya murah atau tanpa biaya dan tanpa memakan waktu terlalu lama.

Perusahaan menjamin barang yang diproduksi dapat diperbaiki kembali apabila terjadi kerusakan, seperti halnya

lunturnya warna plitur, kayu ada celah renggangnya atau retak, dan patah atau terlepas dari rakitan pola.

Namun hal ini berlaku pada produk minimalis yang terbuat dari kayu jati saja. Karena perusahaan tidak menekankan penggunaan kayu jati kepada konsumen yang tidak menginginkan kayu jati sebagai bahan utama pembuatan produk yang dipesan.

6) Model (*Style*)

Model menggambarkan seberapa jauh suatu produk tampak dan berkenan bagi konsumen. Model memberi keunggulan ciri kekhususan produk yang sulit untuk ditiru.

Dalam hal ini perusahaan berusaha untuk membuat desain minimalis tersebut dapat berkesan bagi konsumen, model produk pada desain minimalis tersebut dibuat terkesan tidak monoton/membosankan, agar konsumen tidak hanya membeli satu produk yang diminati saja.

Dalam menciptakan model perusahaan memberikan ciri khusus pada produknya, sehingga produk tersebut sulit untuk ditiru, walaupun ada dari perusahaan lain yang meniru desain dan model dari produk tersebut belum tentu sama.

Perusahaan juga memberikan gaya yang berbeda pada produk yang dibuat yaitu dengan memberikan sedikit unsur kuno didalamnya, seperti penggunaan handle pintu yang biasa digunakan untuk produk mebel ukirannya pada lemari, buffet, nakas, dan lain-

lain. handle pintu yang dipakai merupakan pesanan khusus yang dipesan perusahaan dengan model yang berbeda. Dengan begitu akan sedikit yang menyamakan produk perusahaan ini dengan produk perusahaan lain, walaupun kemungkinan desain yang digunakan sama.

Sedangkan kekurangan dari pada produk dengan desain minimalis ini adalah:

1) Tahan Uji (*Reliabilitas*)

Reliabilitas adalah ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan berfungsi salah atau rusak dalam suatu periode waktu tertentu. Pembeli rela membayar lebih untuk produk-produk dengan reputasi reliabilitas yang lebih tinggi. Mereka ingin menghindari biaya karena kerusakan dan waktu untuk reparasi.

Dalam hal ini perusahaan tidak dapat menjamin ketika ada kerusakan atau barang tidak akan berfungsi lagi seperti yang diharapkan karena kerusakan tersebut bisa jadi dari pihak pembeli atau konsumen. misalkan barang tersebut patah karna jatuh atau roboh terkena tabrak, terbakar, rusak atau patah ketika ditindih bobot yang beratnya tidak dapat di topang oleh barang tersebut. Maka akan sulit untuk memperbaiki kembali karena barang yang sudah rusak walaupun tidak sampai total mungkin dapat diperbaiki kembali tapi

tidak akan berfungsi seperti sedia kala dalam pengertian kualitas barang dapat turun dan berkurang.

Dan hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian **FAHMA ILMAYA (2011)** dengan judul *Analisis Pengaruh Interaksi Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Eka Batik Semarang*, yang menyatakan bahwa desain produk yang digunakan hanya ada 2 (dua) parameter yaitu:

1) Ciri-ciri

Batik punya ciri tersendiri, batik merupakan kekayaan budaya Indonesia yang sangat patut dijaga kelestariannya dengan baik. dengan begitu produsen harus mampu memberikan kesan yang baik bagi konsumen. Diantaranya adalah corak batik, warna, dan bahan yang berkualitas.

2) Model (*Style*)

Dari sudut pandang konsumen, adalah produk yang menyenangkan untuk dilihat dan mudah dibuka, dipasang dan dipelajari cara penggunaannya, digunakan, diperbaiki, dan pada akhirnya dibuang. karena produk ini tidak akan selamanya terlihat bagus dan dapat digunakan seterusnya. maka perusahaan harus pintar membuat model pada produknya agar konsumen tidak merasa bosan pada produk tersebut.

1.2.2 Pembahasan Hasil Penelitian dalam Perspektif Islam

Dalam produksi harus dilakukan dalam batas-batas yang halal yang dibenarkan oleh syari'at hukum islam. Menurut Qardhawi (1997 : 178) menerangkan bahwa seorang pedagang harus berlaku jujur dan dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana yang dia inginkan dengan cara menjelaskan cacat barang dagangannya jika memang barang tersebut terdapat kecacatan dan tidak terlihat oleh pembeli. Nabi Muhammad SAW bersabda dalam sebuah haditsnya:

“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seseorang muslim apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya”. (HR. Thabrani dan Ahmad)

Selain itu, dalam aktivitas produksi perlu memperhatikan pelestarian sumber daya alam. Sumber daya alam merupakan nikmat Allah kepada makhluk-Nya, karena itu manusia wajib mensyukurinya.

Di antara bentuk rasa syukur itu adalah dengan melindunginya dari kerusakan, polusi dan lain-lain yang pada gilirannya akan menimbulkan kehancuran di muka bumi. Seperti dalam Firman Allah SWT didalam surat Al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Berbuat kerusakan benar-benar sangat dibenci dalam Islam, dan karena itu Allah tidak mencintai orang-orang yang membuat kerusakan dan Allah tidak mencintai kerusakan.

Bertolak dari substansi firman Allah tersebut dapat dikemukakan bahwa contoh pelaku ekonomi dilarang merusak kelestarian alam dengan dalih untuk kepentingan industri. Karena akibatnya akan timbul kerusakan ekosistem yang bisa mengganggu lingkungan hidup manusia secara meluas dan Islam melarang membuat kerusakan karena pada akhirnya akan merugikan kepentingan orang lain (Djakfar, 2007: 109-111).

Pengembangan produk merupakan salah satu kemajuan teknologi dan merupakan hasil karya manusia. Allah memberikan akal kepada manusia agar manusia memikirkan segala sesuatu untuk kesejahteraan hidupnya.

Pengembangan produk telah memberikan kontribusi besar dalam sebuah bisnis. Ini merupakan sebuah karya besar/ penemuan besar manusia. Namun kita sebagai pelaku bisnis di bumi tidak boleh menyombongkan semua itu. Kita sebagai manusia jangan takabur dan membanggakan diri atas kemampuan yang dimilikinya.