

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah berdirinya Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga

Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga berdiri sejak 1 tahun yang lalu, yaitu pada bulan Desember 2015 di Jln. Ais.Nasution Gg. Syuhada Banjarmasin. Awalnya pada saat itu pemilik dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini sedang kuliah di Stmik Banjarmasin, kemudian beliau melihat disana sebuah kantor yang mana terdapat bunga hias yang cantik terbuat dari kain dan plastik, kemudian beliau mempunyai ide untuk membuat bunga, yang mana bunga tersebut terbuat dari manik-manik yang kemudian beliau tertarik untuk mengembangkan di Banjarmasin karena pada waktu itu beliau berpikir bahwasanya rumah-rumah dan kantor-kantor pribadi bahkan ruangan umum juga bakalan terlihat indah dengan adanya keindahan dari bunga tersebut. Secara kebetulan pengurus harian dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini adalah adik dari pemiliknya yang mempunyai kemampuan untuk memasarkan produk pengrajin miniatur Pohon dan Bunga tersebut, sehingga diajaklah adiknya tersebut untuk membuka Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga.

Pada awal pendiriannya, pemilik masih kurang mengerti tentang konsep dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini karena pemiliknya sendiri tidak mempunyai latar belakang pendidikan ekonomi, bisnis serta

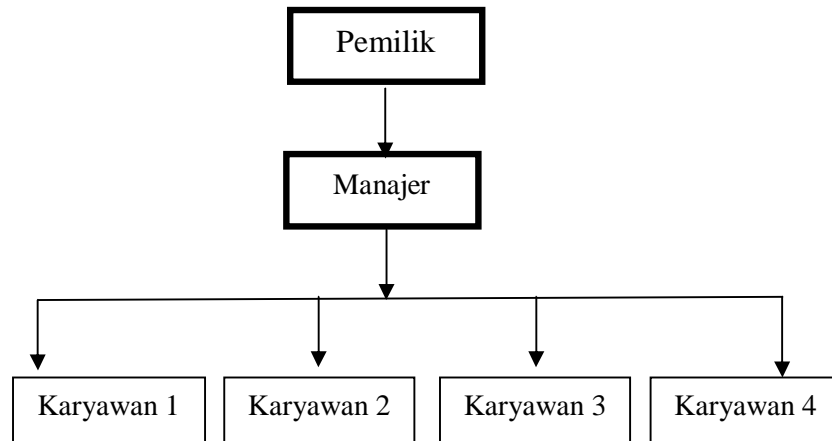
manajemen. Sehingga dilakukan observasi-observasi tentang apa yang akan dibuka, apakah membuka lahan sebuah toko ataukah melakukan penjualan melalui jejaring media sosial, tetapi karena keterbatasan biaya akhirnya dipilihlah penjualan melalui jejaring media sosial karena untuk membuka lahan sebuah toko modalnya terlalu besar. Setelah diputuskan bahwa akan membuka Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini kemudian bapa pemilik Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini memberi arahan kepada adiknya sendiri yang sudah berpengalaman dalam pembuatan produk miniatur Pohon dan Bunga ini untuk melatih karyawan dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut.

Pada awal pendirian karena bapa pemilik Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini pada waktu itu masih kuliah di Stmik Banjarmasin sehingga terkadang beliau datang ke tempat rumah industri bunga hias yang ada di kota Banjarmasin untuk mencari data misalnya untuk mengetahui bahan yang dibuat untuk bunga hias yang dijual oleh penjual tersebut. Terkadang juga datang ke kebun tanaman hias seperti bonsai dan lain-lain di daerah landasan ulin Banjarmasin untuk mendapatkan idenya dalam pembuatan pengrajin Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut.

2. Struktur Organisasi Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga

Bisnis Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini merupakan usaha perorangan/pribadi yang pemiliknya adalah Bapa Hermanto. Karyawan

yang berkerja Dirumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini jumlahnya sebanyak 5 orang yang mana 3 orang wanita dan dua laki-laki.



Keterangan:

- Pemilik : Bapa Hermanto
- Manajer : Bapa Nor Hidayat(pengurus harian)
- Karyawan :1.Arina Khumairah
2.Nur Afifah
3. Erniwati
4. Ardiansyah

3. Jenis dan harga Produk Rumah Industri Miniatur Pohon dan Bunga:

Tabel 4.1 Jenis-jenis dan Harga Perawatan

No.	Jenis-Jenis Industri	Harga Industri
a.	Industri Miniatur Pohon:	
	• Pohon Asam	Rp. 100.000
	• Pohon Pinus	Rp. 100.000
	• PohonPinang	Rp. 100.000
	• Pohon Jeruk	Rp. 100.000

	• Pohon Kelapa	Rp. 100.000
	• Pohon Sawo	Rp. 100.000
	• Pohon Beringin	Rp. 100.000
	• Pohon Cemara	Rp. 150.000
	• Pohon Jepang	Rp. 150.000
	• Pohon Sakura	Rp. 150.000
b.	Industri Bunga Hias :	
	• Bunga Berbentuk bulat	Rp. 80.000
	• Bunga Sepatu	Rp. 80.000
	• Bunga Mawar	Rp. 80.000
	• Bunga Anggrek	Rp. 80.000
	• Bunga Matahari	Rp. 80.000
	• Bunga Dahlia	Rp. 80.000
	• Bunga Melati	Rp. 80.000
	• Bunga Seroja	Rp. 80.000
	• Bunga Kamboja	Rp. 80.000
	• Bunga Aster	Rp. 80.000

Sumber: Hasil Wawancara dengan bapak Hermanto, Pemilik Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga, Banjarmasin, 29 April 2016.

Selain Industri-industri yang disebutkan di atas, Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini juga tersedia berbagai macam pot bunga.

Diantara banyaknya motif produk yang ada di rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut, produk yang paling banyak diminati oleh para konsumen di rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini adalah miniatur pohon sakura dan bunga unik yang berbentuk bulat, akan tetapi sebenarnya peminat dari semua motif yang ditawarkan seimbang antara satu motif dengan motif lainnya. Misalnya terkadang ada konsumen yang pada awalnya dia

menginginkan motif bunga mawar namun kemudian dia juga menginginkan motif pohon sakura, jadi bagi karyawan tidak jadi masalah dalam perubahan-perubahan minat dari konsumen. Sehingga dalam sehari tidak terpaku dalam satu industri saja, tergantung bagaimana karyawatnya menawarkan produk-produk yang lain pada saat melayani konsumen. Namun pada dasarnya Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini lebih mengutamakan pada industri bunga hias sehingga yang lebih banyak diminati adalah bunga hias tersebut.

Setiap rumah industri pasti memiliki sesuatu yang khas yang membedakan tempat itu dengan tempat yang lain. Pada Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini yang menjadi khasnya adalah konsep suasananya yang seperti dirumah sehingga orang-orang yang biasa dengan suasana santai seperti dirumah maka sangat cocok untuk datang kesana. Oleh para karyawan, para konsumen sudah dijadikan seperti kawan/keluarga sehingga tidak segan-segan untuk bercanda.

Selain dari segi industri dan suasana dari tempat ini, sesuatu kekhasan lainnya yang mencerminkan bahwa tempat ini merupakan rumah industri ke syariahan yaitu adanya mushalla yang terletak di rumah industri tersebut untuk kenyamanan konsumen untuk shalat fardhu di sela-sela pelayanan.

B. Penyajian Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul dengan teknik wawancara dan dokumenter, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap informan tentang Strategi Pengembangan Home Industri di Kota Banjarmasin dan kendala-kendala

yang dihadapi dalam Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga, dan juga pandangan Ekonomi Islam dalam Strategi pengembangan Home Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga maka diperoleh data yang diuraikan sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Bisnis pada Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga Banjarmasin

Menurut hasil wawancara dengan bapa hermanto,⁴¹ sebagai pemilik dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yang berhubungan dengan strategi pengembangan bisnis. Pada tahun pertama ketika pendirian Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga, masyarakat masih asing dengan Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini karena pada saat itu masih dalam tahap pembuatan pemesanan dari masyarakat sekitar Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan dengan sosialisasi yang gencar yang dilakukan oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga maka masyarakatpun sudah mulai mengetahui apa itu Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga itu. Setelah dikenal oleh masyarakat, Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga terus melakukan pengembangan dari berbagai aspek guna mengembangkan bisnisnya.

Beberapa Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yang berhubungan dengan strategi pemasaran sebagai berikut.

⁴¹Hermanto, Pemilik Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga, *Wawancara Pribadi*, Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga, Banjarmasin, 29 April 2016.

a. Strategi Produk

Menurut Bapa Hermanto,⁴² produk industri yang ditawarkan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tidak jauh berbeda dengan industri-industri yang ada di rumah industri kreatif bunga lainnya. Karena pada dasarnya semua produk industri yang ada di rumah industri kreatif bunga lainnya adalah sama, namun yang membedakan hanya bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk yang dikembangkan oleh Bapa Hermanto yang mana bahannya menggunakan manik-manik, sehingga dengan keindahan manik-manik tersebut akan memperindah hiasan bunga tersebut. Dan juga dari segi motif terdapat beberapa keunikan motif dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yang dikembangkan oleh Bapa Hermanto sehingga dari sekian banyak jenis industri bunga hias pada umumnya terdapat sebuah keunikan yang berbeda dari rumah-rumah industri lainnya.

Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga menganggap strategi pengembangan produk sangatlah penting, sehingga sejak berdiri Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga pada tahun 2015 sampai sekarang terus melakukan pengembangan produk dengan mengikuti kebutuhan dan melihat tren yang sedang berkembang di masyarakat. Jadi, setiap konsumen yang datang ke rumah industri kreatif ini tidak akan merasa bosan dengan industri kreatif bunga yang itu-itu saja dan semua kebutuhan dan keinginan mereka dapat terpenuhi.

Pengembangan yang dilakukan oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga dari sisi produknya seperti menyediakan produk dalam

⁴²Hermanto, Pemilik Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga, *Wawancara Pribadi*, Rumah Industri Miniatur Pohon Dan Bunga, 29 April 2016

segala pilihan dari segi motif yang di inginkan konsumen yang mana pada rumah industri kreatif bunga lainnya belum dikembangkan produk tersebut.

b. Strategi Harga

Berdasarkan hasil riset, Bapa Hermanto mengatakan bahwa dengan harga yang bersaing penting agar berhasil, karena dengan harga yang bersaing akan menjadi daya tarik atau daya jual kepada konsumen agar menjadi pelanggan, tidak terlepas dengan kerja keras, jujur, dan keseriusan dalam berusaha.

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan mengakibatkan fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.⁴³

Dalam Islam tidak ada patokan harga yang pasti untuk menentukan harga ideal, selain berdasarkan pada hukum penawaran dan permintaan. Tidak ada ketentuan, misalnya adalah harga ideal sekian persen dari harga asli pembelian, tidak juga dijadikan harga yang mahal dianggap sebagai harga yang tidak Islami. Dalam hal ini Abu Yusuf, seseorang ulama klasik terkenal, mengatakan dalam kitab Al-Kharaj tidak ada batasan tertentu murah atau mahal nya sebuah barang, semua itu tidak dipastikan.⁴⁴

⁴³Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 52

⁴⁴Misbahul Munir, *Ajaran-ajaran Ekonomi Rasulullah*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm 96

c. Strategi promosi

Perkembangan lainnya yang dilakukan oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga selain dari perkembangan dari sisi produk atau industri yaitu perkembangan dalam sisi promosi.

Dalam promosinya, pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga terus melakukan pengembangan guna menambah pengembangan bisnisnya, seperti:

1) Memasang Spanduk

Pada media promosi ini pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga memasang spanduk di depan kompleks Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut yang kebetulan berada di pinggir jalan besar. Dalam spanduk yang dipasang tertera jenis-jenis dari produk yang ditawarkan oleh pihak mereka sehingga memudahkan calon konsumen untuk mengetahui produk apa saja yang ada di rumah industri miniatur ini. Mereka juga memasang *billboard* di pinggir jalan raya yang menuju ke rumah industri tersebut yang berisi nama dan logo dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga serta menunjukkan jaraknya dari jalan raya tersebut.

2) Memasang Iklan di Media Massa

Media promosi dengan memasang iklan melalui media massa, yaitu memasang iklan pada internet. Pemasangan iklan pada media internet digunakan oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga mulai awal pendiriannya dan semakin berkembang sampai sekarang mengingat semakin berkembangnya teknologi sehingga mereka tidak mau ketinggalan dalam

menangkap peluang ini. Media internet yang digunakan untuk mempromosikan Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini yaitu *facebook, blackberry messenger, instagram, olx, toko pedia, dan buka lapak*, serta media internet lainnya.

3) Menyebarkan Brosur

Kegiatan promosi dengan menyebarkan brosur juga sudah di gunakan oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga mulai awal pendiriannya dan sampai saat ini masih di gunakan sebagai salah satu sarana promosi mereka. Penyebaran brosur nya bisa dilakukan di berbagai tempat dan terkadang meminta bantuan dari orang lain untuk menyebarkannya. Misalnya terkadang bapa pemilik dari rumah industri kreatif ini meminta bantuan kepada teman para mahasiswa/mahasiswi beliau untuk membagikan brosur ini karena kebetulan beliau adalah seorang mahasiswa dari STMIK Banjarmasin sehingga penyebarannya semakin luas.

4) Menerima pesanan

Promosi seperti ini memberikan kemudahan bagi para konsumen yang mempunyai jadwal pekerjaan yang padat sehingga tidak mempunyai banyak waktu untuk langsung kerumah industri untuk membeli secara langsung produk yang diinginkannya, Bagi konsumen yang ingin membeli produk yang diinginkan konsumen tersebut hanya perlu menghubungi pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga untuk memesan produk apa yang diinginkan dan kapan waktunya untuk diantar produk yang sudah dipesan oleh konsumen.

5) Memberikan Pemotongan Harga Produk

Kegiatan promosi ini merupakan kegiatan promosi yang paling baru dikembangkan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga. Kegiatan promosinya yaitu dengan cara melakukan pemotongan harga untuk pemesanan minimal sebanyak 5-10 miniatur pohon atau bunga, serta tetap menyebarkan brosur-brosur diberbagai tempat dan melalui media internet. Dengan pemotongan harga seperti itu diharapkan dapat semakin memuaskan konsumen yang datang ke Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga serta dapat semakin menarik minat konsumen untuk membeli produk miniatur Pohon dan Bunga hias di rumah industri kreatif ini.

d. Distribusi

Dalam hal ini Rumah Industri kreatif Miniatur Pohon dan Bunga beralamat di Jln. Ais. Nasution Komp. Syuhada No. 10 Banjarmasin. Lokasi rumah Industri Kreatif ini dipilih karena tempatnya sejak awal memulai selalu dikerjakan dirumah sendiri, oleh karena itu sejak awal berdirinya rumah industri kreatif ini sampai berkembang tetap bertempat dirumah Bapa Hermanto tersebut. Dengan tempat itu sendiri lebih cepat diketahui masyarakat karena tempat tersebut cukup startegis untuk pendistribusian barang yang ditawarkan kepada konsumen karena lokasi tersebut berada ditengah-tengah kota yang terdapat banyaknya perhotelan, kantor-kantor, perumahan-perumahan, bahkan sangat dekat dengan wisata baru yaitu wisata menara pandang atau biasa dikenal dengan sebutan siring, dengan begitu menjadi kekuatan tersendiri untuk Rumah Industri Kreatif ini dalam menarik konsumen.

2. Kendala-Kendala yang Dihadapi dalam Bisnis Rumah Industri Miniatur Pohon dan Bunga di Banjarmasin

Ditengah berkembangnya Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga terdapat beberapa kendala yang dihadapi yaitu:

Kendala pertama yang dihadapi oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga adalah faktor cuaca, dikarenakan dalam proses pengeringan pot bunga harus menggunakan sinar matahari.

Kendalakeduayang dihadapi oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut yaitu masih belum ditemukannya tempat/lokasi yang pas dan khusus buat Rumah Industri Kreatif ini.

Kendala ketiga yang dihadapi oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yaitu masih sulitnya untuk menemukan bahan warna manik yang diinginkan konsumen.

3. Sistem Ekonomi Islam Dalam Strategi Pengembangan Home Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga di Banjarmasin

a. Sistem Ekonomi Islam Dalam Produk

Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga juga melakukan pengembangan produk namun tentunya mereka tidak akan mengambil Industri Kreatif yang bertentangan dengan prinsip *syari'ah* yang mereka terapkan pada rumah industri kreatif ini.

b. Sistem Ekonomi Islam Dalam Harga

Dalam Islam tidak ada patokan harga yang pasti untuk menentukan harga ideal, selain berdasarkan pada hukum penawaran dan permintaan. Tidak ada

ketentuan, misalnya harga ideal adalah sekian persen dari harga asli pembelian, tidak juga dikatakan harga yang mahal dianggap sebagai harga yang tidak Islami

c. Sistem Ekonomi Islam dalam Promosi

Islam menganjurkan agar dalam melakukan promosi, nilai kebenaran dan kejujuran harus dijunjung tinggi untuk mewujudkan suatu tujuan luhur dalam berbisnis.

d. Sistem Ekonomi Islam dalam Distribusi

Dalam Islam dianjurkan saling tolong menolong, tempat/lokasi Home Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut telah membukakan jalan lapangan pekerjaan yang tersedia di masyarakat sehingga dapat membantu sebagian orang mendapatkan pekerjaan.

C. Analisis Data

Berdasarkan data yang penulis dapatkan di Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga mengenai strategi pengembangan bisnis dan kendalanya dalam menjalankan bisnis ini maka dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Strategi Pengembangan Bisnis pada Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga Banjarmasin

Memperhatikan strategi pengembangan usaha yang berkaitan dengan strategi pemasaran, dapat dikategorikan dalam beberapa kategori, yaitu:

a. Strategi produk

Strategi produk adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan

sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan *share* pasar⁴⁵.

Sebagai modal dasar berproduksi, Allah telah menyediakan bumi beserta isinya bagi manusia untuk diolah demi kemaslahatan bersama seluruh umat manusia.⁴⁶ Hal ini terdapat dalam Q.S *al-Baqarah*/2: 22.

مُتَّعُوا بِالْأَرْضِ وَنَالُوا لِلصَّلَاةِ مَا يَنْزِلُ مِنْ سَمَاءٍ فَأَنْجُوا لِيَّ جِبَّ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ
تَعْلَمُونَ (٢٢)

“Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, Padahal kamu mengetahui.”⁴⁷

Dari ayat tersebut jelas bahwa jalan yang utama untuk memperoleh rezeki dari Allah adalah bekerja dan berusaha. Salah satu bentuk berusaha untuk memperoleh rezeki adalah dengan cara terus mengembangkan usaha itu sendiri.

Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. Q.S.*al-Insyirah*/94: 7.

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧)

“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”⁴⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa menjalankan bisnis tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan. Islam mendorong pemeluknya untuk menjadi manusia-manusia yang tidak pernah puas dengan apa yang telah dicapai

⁴⁵William D. Perreault. Jr. E. Jerome Mc Carrthy, *Basic Marketing: A Global-Manajerial Approach*, (North America: The mcGraw-Hill Companies, 2005), hal. 270.

⁴⁶Mustafa Edwin Nasution, et al, *Pengenalan Eksklusid Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 107.

⁴⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*(Semarang: CV.Asy Syifa', 1998),Hlm. 5.

⁴⁸*Ibid.*, hlm. 478.

dan selalu haus akan adanya penemuan-penemuan baru. Kaitannya dengan strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini adalah mereka selalu melakukan pengembangan dari berbagai aspek dan salah satunya adalah dalam aspek produk. Perkembangan produk Industri Kreatif yang dilakukan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga sesuai dengan teori yang ada yaitu teori tentang mengembangkan pasar dengan cara mengembangkan produknya. Perkembangan produknya dilakukan dengan memperbesar variasi produk, melalui kategori produk, pengembangan berdasarkan lini produk, pengembangan berdasarkan fungsi produk, serta menentukan produk baru dengan pasar yang baru pula. Pengembangan produk dengan cara tersebut sesuai dengan teori tentang pengembangan usaha dari sisi produknya.

Meskipun Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga juga melakukan pengembangan produk namun tentunya mereka tidak akan mengambil Industri Kreatif yang bertentangan dengan prinsip *syari'ah* yang mereka terapkan pada rumah Industri Kreatif ini. Pengembangan seperti yang dilakukan oleh Rumah Industri ini sesuai dengan firman Allah Swt. Q.S. *Yunus*/10:59.

قَالَ فَخَالِكًا لِمَ تَدْعُهُمْ حُرَّامًا مَّا رَأَوْا حَلَالًا قُلْ لِلَّهِ الْإِذْنُ نَزَّلَ كُفْرًا مَّا عَدَّ لَسَالَةً فَتُحَرِّمُونَ (٥٩)

*“Katakanlah: Terangkanlah kepadaku mengenai rezeki yang diturunkan Allah SWT kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan (sebagiannya) halal. Katakanlah apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?”*⁴⁹

⁴⁹*Ibid.*, hlm. 171.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sangat penting bagi kaum muslim untuk menghindari hal-hal yang tidak halal dan juga untuk menghindari hal-hal yang tidak halal menjadi sesuatu yang halal. Hal ini selaras dengan apa yang dilakukan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yang tidak melakukan Industri yang tidak dibolehkan dan hanya memberikan Industri yang halal atau yang dibolehkan *syari'ah* saja guna mendapatkan rezeki atau penghasilan yang berkah yang merupakan tujuan dari setiap muslim dalam melakukan usaha.

Strategi produk lainnya dalam mengembangkan produk tentunya sudah dilakukan oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga seperti membuat logo, menciptakan merek dan lain-lain.

b. Strategi Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.⁵⁰ Dalam Islam tidak ada patokan harga yang pasti untuk menentukan harga ideal, selain berdasarkan pada hukum penawaran dan permintaan. Tidak ada ketentuan, misalnya harga ideal adalah sekian persen dari harga asli pembelian, tidak jugadikatakan harga yang mahal dianggap sebagai harga yang tidak Islami. Dalam hal ini Abu Yusuf, seorang ulama klasik terkenal,

⁵⁰Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 52.

mengatakan dalam kitab Al-Kharaj tidak ada batasan tertentu tentang murah atau mahal nya harga sebuah barang, semua itu tidak dapat dipastikan.⁵¹

c. Strategi promosi

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan, mengenalkan, dan mempopulerkan produk dan bisnisnya kepada pasar sasarannya.⁵² Kegiatan dan rencana mengkomunikasikan produk terdiri dari kegiatan penjualan perorangan (*personal selling*), iklan (*advertising*), promosi penjualan (*selling promotion*), publikasi (*publication*), *sponsorship*, dan komunikasi diperoleh ketika konsumen akan membeli. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.⁵³

Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga melakukan promosi sesuai dengan teori tentang strategi promosi. Strategi promosi yang mereka lakukan antara lain memasang spanduk, memasang iklan di media massa, menyebarkan brosur di berbagai tempat, menerima pesanan dan memberikan potongan harga (diskon) untuk berbagai jenis produk.

Islam menganjurkan agar dalam melakukan promosi, nilai kebenaran dan kejujuran harus dijunjung tinggi untuk mewujudkan suatu tujuan luhur dalam berbisnis sebagaimana dalam hadis berikut.

⁵¹Misbahul Munir, *Ajaran-ajaran Ekonomi Rasulullah*, (Malang: UIN Malang Press 2007),h. 96.

⁵²Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), hlm. 393.

⁵³Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*(Bandung: CV. Alfabeta, 2010), hlm. 16.

Muslim nomor 1532:

بِأَيْحَى حَلْبَثْنَا مُحَمَّدًا مَعْلُومًا بِرُحْمَةِ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. ح وَحَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَلِيٍّ . ح وَالْمَلِكِيُّ
 وَعَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ شُهْبَةَ مَعْلُومًا بِرُحْمَةِ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. فَقَالَا مَا دَحَا بَدَعْنَا أَبِي الْخَلِيلِ ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ
 زَامٍ ، عَنِ ابْنِ أَبِي عَرِينَةَ ، أَنَّ اللَّهَ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ . قَالَ : الْبَيْعَانِ بِلُحْيَةِ الْمَيْمَانَةِ فَرَقَا .
 بِإِنْبِصِهِ عَدِيقًا . وَابْنُ أَبِي كَوَيْلَةَ الْمَوْكَاثِمَةَ أَحْمَقَتَ بِرُكُوتِ بَيْعِهِمَا .⁵⁴

“Muhammad bin Al Mutsanna menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id menceritakan kepada kami Syu’bah (Rangkaian *sanad* dari jalur lain menyebutkan) Amr bin Ali juga menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id dan Abdurrahman bin Mahdi menceritakan kepada kami dari Qatadah, dari Abu al Khalil, dari Abdullah bin Al Harits, dari Hakim bin Hizam, dari Nabi SAW, beliau bersabda, “penjual dan pembeli berhak khiyar selagi mereka belum berpisah. Apabila keduanya jujur dan menerangkan (barang yang diperjual-belikan), maka keduanya akan diberkahi dalam jual-belinya. Tapi jika keduanya bohong dan merahasiakan (apa yang harus diterangkan tentang barang yang diperjual-belikan), maka keberkahan jual-belinya akan dihapuskan.”⁵⁵ (H.R. Muslim no. 1532)

Dari hadis tersebut dapat dipahami bahwa dalam mempromosikan produk, seorang muslim tidak boleh berbohong. Kaitannya dengan promosi yang dilakukan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga adalah mereka memang gencar melakukan promosi namun dalam promosi tersebut mereka tidak memberikan informasi yang berlebihan tentang produk yang mereka jual, mereka melakukan promosi sesuai dengan realita yang ada di rumah Industri Kreatif tersebut.

d. Strategi tempat/distribusi

Tempat dalam produk merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara

⁵⁴Al Imam Abi al- Husaini Muslim bin al-Hajjajil Qusyairi, *Shahih Muslim*, juz 2 (Beirut Libanon: Darul Fikri, 1993), hlm. 11.

⁵⁵Imam An- Nawawi; penerjemah Ahmad Khatib, *Syarah Shahih Muslim (10)* (Jakarta: pustaka Azzam, 2011) hlm. 523

penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Dalam hal ini Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga beralamat di Jln. Ais. Nasution Komp. Syuhada No. 10 Banjarmasin. Lokasi rumah Industri Kreatif ini dipilih karena tempatnya sejak awal memulai selalu dikerjakan dirumah sendiri, oleh karena itu sejak awal berdirinya rumah industri kreatif ini sampai berkembang tetap bertempat dirumah Bapa Hermanto tersebut. Dengan tempat itu sendiri lebih cepat diketahui masyarakat karena tempat tersebut cukup startegis untuk pendistribusian barang yang ditawarkan kepada konsumen karena lokasi tersebut berada ditengah-tengah kota yang terdapat banyaknya perhotelan, kantor-kantor, perumahan-perumahan bahkan sangat dekat dengan wisata baru yaitu wisata menara pandang atau biasa dikenal dengan sebutan siring (menara pandang), dengan begitu menjadi kekuatan tersendiri untuk Rumah Industri Kreatif ini dalam menarik konsumen.

2. Analisis Kendala-Kendala yang Dihadapi dalam Bisnis Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga Dibanjarmasin

Mengingat bahwa lingkungan bisnis dapat berupa kesempatan dan ancaman bagi Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga maka perlu dilakukan suatu analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*), yaitu analisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga serta mengetahui peluang dan hambatan bagi rumah Industri Kreatif ini.

a. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Rumah Industri Miniatur Pohon Dan Bunga

Kekuatan pertama yang dimiliki oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yaitu tempat dari rumah Industri Kreatif ini tempat tersebut cukup strategis untuk pendistribusian barang yang ditawarkan kepada konsumen karena lokasi tersebut berada ditengah-tengah kota terdapat banyaknya perhotelan, kantor-kantor, perumahan-perumahan, bahkan sangat dekat dengan wisata baru yang ada di Banjarmasin yaitu wisata menara pandang atau biasa dikenal dengan sebutan siring, dengan begitu menjadi kekuatan tersendiri untuk Rumah Industri Kreatif ini dalam menarik konsumen.

Kekuatan kedua terhadap proses kerja dan pelayanan pelanggan yang dimiliki oleh rumah Industri Kreatif ini:

1) Proses

Seluruh kegiatan kerja adalah proses. Proses meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan.⁵⁶ Pada Rumah Industri Miniatur Pohon dan Bunga yang dimaksud proses adalah seluruh proses pelayanan dari sebuah produk. Proses pelayanan produk merupakan hal yang sangat penting karena para konsumen mempersepsikan proses pelayanan suatu barang sebagai produk itu sendiri. Dalam hal ini pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga sangat menjaga pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan cara melakukan pelatihan-pelatihan terhadap para karyawannya meskipun memang tidak dipungkiri tentunya terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara karyawan

⁵⁶Andrian Payne, *op. cit*, hlm. 210.

yang satu dengan yang lainnya namun dengan diadakannya pelatihan tersebut setidaknya perbedaan kualitas pelayanan yang ada tidak terlalu besar dan tidak terlalu jauh dari standar kesempurnaan pelayanan. Sehingga dengan proses tersebut sangat erat kaitannya dengan strategi orang dalam jasa karena dalam strategi proses inilah para karyawan dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga mengaplikasikan kemampuan (*skill*) mereka dalam melayani konsumen.

2) Layanan Pelanggan

Layanan pelanggan merupakan segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindaklanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.⁵⁷

Layanan pelanggan yang diberikan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga merupakan usaha-usaha yang dilakukan rumah Industri Kreatif ini untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Sebagaimana disebutkan dalam Q.S. *al-Qasas*/28:77.

(٧٧) هُوَ إِلَهِكَ وَآلِهِ كَوَلَاتِبِ الْغَيْبِ فَسَدَادَ فِي الْأَرْضِ ضَلَّ اللَّهُ لَاجِلُ بِأَلْمُفْسِدِينَ

“..... Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”⁵⁸

Pada prinsipnya kualitas pelayanan pelanggan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan para konsumen. Pelayanan yang diberikan

⁵⁷*Ibid.*, hlm. 219

⁵⁸ Departemen Agama RI, *op. cit.*, hlm. 315.

oleh karyawan Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan.

Kekuatan selanjutnya yang dimiliki oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yang di sisi lain juga menjadi kelemahan dari rumah Industri Kreatif ini yaitu bunga hias tersebut berbeda dengan bunga-bunga hias yang lebih dulu berkembang di kota Banjarmasin ini, oleh karena itu Rumah Industri Kreatif ini tergolong baru ada di kota Banjarmasin. Oleh sebab itu peluang Rumah Industri Kreatif ini sangat lah besar untuk kedepannya menjadi lebih berkembang, dikarenakan bunga tersebut terbuat dari manik-manik, yang mana dengan keindahan dari manik tersebut mampu menimbulkan keunikan pada Miniatur Pohon Dan Bunga, dengan ini sehingga menjadi kekuatan bagi Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga dalam menjalankan maupun mengembangkan bisnisnya.

Namun dari sisi kelemahannya terletak pada harga, karena harga yang dipasarkan tergolong mahal bagi masyarakat, dikarenakan adanya bunga-bunga hias yang lebih dulu berkembang di Banjarmasin lebih murah, Namun kelemahan yang ada bukan sesuatu yang mengkhawatirkan pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini, karena mereka meyakini bahwa masyarakat belum mengenali betul semua tentang bunga hias yang dikembangkan oleh Bapa Hermanto tersebut, akan tetapi dengan penuh keyakinan kedepannya dengan perlahan seiring waktu berjalan masyarakat bakal mengetahui, bahwasanya bahan-bahan bunga yang terbuat dari keindahan manik-manik tersebut memang relatif mahal.

b. Peluang dan hambatan yang dimiliki Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon Dan Bunga.

Beberapa peluang yang dimiliki oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga di Banjarmasin, sebagai berikut:

Peluang pertamayang dimiliki oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yaitu adanya kebebasan motif yang sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan, yang mana konsumen bebas meminta kepada karyawan Rumah Industri Kreatif ini untuk membuat MiniaturPohon dan Bunga yang sesuai dengan pilihan konsumen tersebut.Dengan peluang tersebut Sehingga dapat memperluas pasar dari Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini karena dapat menarik masyarakat yang lebih.

Berikutnya peluang keduayang dimiliki oleh Rumah Industri Kreatif ini adalah yang mana dari segi produk MiniaturPohon dan Bunga tersebut terdapat keunikan-keunikan motif yang mampu membuat masyarakat akan tertarik untuk membelinya.

Selain itu, tentunya dalam menjalankan bisnisnya Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga terdapat beberapa hambatan, seperti:

Kendala pertama yang dihadapi oleh pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga adalah faktor cuaca, dikarenakan dalam proses pengeringan pot bunga harus menggunakan sinar matahari. dengan cuaca yang tidak mendukung maka pembuatan pot akan tersendat, oleh karena itu pula merambat kepada perjanjian dengan konsumen terhadap waktu pembuatan yang telah disepakati antara kedua belah pihak, pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut dengan pihak konsumen.

Untuk mengatasi kendala seperti ini ada dua, yang pertama: melakukan perjanjian kembali kepada pihak konsumen untuk meminta waktu yang lebih untuk pembuatannya dengan alasan yang kongkrit dan real sehingga konsumen dapat memaklumi kendala yang dihadapi oleh pihak Rumah Industri Kreatif ini, yang kedua: pihak Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini dapat membeli pot yang siap pakai ketempat penjualan pot bunga hias yang ada dikota Banjarmasin, dengan begitu teratasilah masalah kendalatersebut sehingga kepercayaan konsumen terhadap Rumah Industri Kreatif ini tetap terjaga.

Kendala kedua yang dihadapi yaitu masih belum ditemukannya tempat/lokasi yang pas dan khusus buat Rumah Industri Miniatur Pohon Dan Bunga. Strategi yang dilakukan untuk mengatasi kendala ini yaitu dengan cara menggunakan strategi yang diterapkan diatas yaitu strategi pengembangan bisnis seperti strategi pengembangan melalui media sosial, spanduk, brosur-brosur yang di sebar di berbagai tempat seperti: perhotelan, perumahan-perumahan, dan berbagai kantor-kantor yang ada dibanjarmasin, dan juga lokasi Rumah Industri Kreatif tersebut yang mana sangat dekat dengan wisata yang ada di Banjarmasin seperti manara pandang siring, dengan adanya wisata tersebut, maka dengan begitu menjadi strategi tersendiri untuk Rumah Industri Kreatif ini untuk mengatasi kendala tersebut.

Kendala ketiga yang dihadapi oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga ini yaitu masih sulitnya untuk menemukan bahan warna manik yang diinginkan konsumen. Cara yang dilakukan untuk mengatasi kendala ini yaitu dengan cara meminta waktu kepada konsumen untuk bisa mencari warna

manik yang diinginkan konsumen tersebut dengan adanya perjanjian batas waktu selesainya barang pesanan tersebut. Dan juga dengancara menawarkan warna manik lainnya kepada konsumen, maka dengan begitu teratasilah masalah-masalah yang dihadapi oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut.

3. Sistem Ekonomi Islam Dalam Strategi Pengembangan Home Industri Kreatif Miniatur Pohon dan bunga di Banjarmasin.

a. Sistem Ekonomi Islam Dalam Produk

Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga juga melakukan pengembangan produk namun tentunya mereka tidak akan mengambil Industri Kreatif yang bertentangan dengan prinsip syari'ah yang mereka terapkan pada rumah Industri Kreatif ini. Pengembangan seperti yang dilakukan oleh Rumah Industri ini sesuai dengan firman Allah Swt. Q.S. Yunus/10:59.

مِنْ قَبْلِ رِزْقٍ أَيْ فَتَحْتُمْ عَمَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ أَلَيْسَ لِكُلِّ شَيْءٍ عِلْمٌ
اللَّهُ تَفْتَرُونَ (٥٩)

*"Katakanlah: "Terangkanlah kepadaku tentang rezki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya Haram dan (sebagiannya) halal". Katakanlah: "Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?"*⁵⁹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sangat pentirig bagi kaum muslim untuk menghindari hal-hal yang tidak halal dan juga untuk menghindari hal-hal yang tidak halal menjadi sesuatu yang halal. Hal ini selaras dengan apa yang dilakukan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga yang tidak melakukan Industri yang tidak dibolehkan dan hanya memberikan Industri yang halal atau

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 171

“Muhammad bin Al Mutsanna menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa'id menceritakan kepada kami Syu'bah (Rangkaian sanad dari jalur lain menyebutkan) Amr bin Ali juga menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa'id dan Abdunahman bin Mahdi menceritakan kepada kami dari Qatadah, dari Abu al Khalil, dari Abdullah bin Al Harits, dari Hakim bin Hizam, dari Nabi SAW, beliau bersabda, "penjual dan pemheli berhak khiyar selagi mereka belum berpisah. Apabila keduanya jujur dan menerangkan (barang yang diperjual-belikan), maka keduanya akan diberkahi dalam jual-belinya. Tapi jika keduanya bohong dan merahasiakan (rpa yang harus drterangkan tentang barang yang diperjual-beltkan), maka keberkahan jual-belirryu akan dihapuskan. (H.R. Muslim no. 1532)⁶²

Dari hadis tersebut dapat dipahami bahwa dalam mempromosikan produk, seorang muslim tidak boleh berbohong. Kaitannya dengan promosi yang dilakukan oleh Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga adalah mereka memang gencar melakukan promosi namun dalam promosi tersebut mereka tidak memberikan informasi yang berlebihan tentang produkyang mereka jual, mereka rnelakukan promosi sesuai dengan realita yang ada di rumah Industri Kreatif tersebut.

d. Sistem Ekonomi Islam Dalam Distribusi

Tempat dalam produk merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Dalam hal ini Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga beralamat di Jln. Ais. Nasution Komp. Syuhada No. 10 Banjarmasin. Lokasi rumah Industri Kreatif ini dipilih karena tempatnya sejak awal memulai selalu dike4akan dirumah sendiri, oleh karena itu sejak awal berdirinya rumah industri kreatif ini sampai

⁶² Imam An- Nawawi; Penerjemah Ahmad Khatib, Syarah Shahih Muslim (10) (Jakarta: Pustaka Azzam, 2011) hlm. 523

berkembang tetap bertempat di rumah Bapak Hermanto tersebut. Dengan tempat itu sendiri lebih cepat diketahui masyarakat karena tempat tersebut cukup strategis untuk pendistribusian barang yang ditawarkan kepada konsumen karena lokasi tersebut berada ditengah-tengah kota yang terdapat banyaknya perhotelan, kantor-kantor, perumahan-perumahan bahkan sangat dekat dengan wisata baru yaitu wisata menara pandang atau biasa dikenal dengan sebutan siring (menara pandang), dengan begitu menjadi kekuatan tersendiri untuk Rumah Industri Kreatif ini dalam menarik konsumen. Dan juga dengan tempat/lokasi tersebut telah membukakan jalan lapangan pekerjaan yang tersedia di masyarakat sehingga dapat membantu sebagian orang mendapatkan pekerjaan.

Hal ini merupakan implikasi sosial dari kegiatan bisnis yang berorientasi pada sikap tolong menolong. Hal ini sesuai dengan Firman Allah Swt., Q.S. al-Maidah/5:2:

الْبِرِّ وَالشَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَا نُوا عَمَلِيَ الْإِثْمِ ۗ وَالْعَفْوَ لِلَّهِ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (٢)
*“dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.”*⁶³

Dari Ayat tersebut dapat dipahami bahwa seorang muslim harus saling tolong menolong. Kaitannya dengan Distribusi yang dilakukan Rumah Industri Kreatif Miniatur Pohon dan Bunga tersebut yang mana telah mampu memberikan jalan bagi masyarakat dalam hal pekerjaan.

⁶³ *Ibid.*, hlm. 339