

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Industri Konveksi Chantika

Industri konveksi Chantika berdiri sekitar 5 tahun yang lalu, karena dilatar belakangi oleh pemilik sekaligus pendiri konveksi yaitu Bapak Galuh Suwage atau terkenal dengan panggilan Lotong, bekerja di Jakarta sebagai karyawan pabrik garmen. Dikarenakan jaman dahulu ada PHK besar-besaran dan terpaksa harus dipulangkan, jadi beliau memiliki ide untuk membuat UMKM berupa industri konveksi dan mengembangkannya dengan jerih payahnya sendiri. Dulu hanya memiliki 3 karyawan, sekarang sudah berkembang menjadi 50 karyawan, bahkan ada 2 karyawan yang dari desa tetangga yang berkerja di konveksi Chantika.

Terdapat berbagai pembagian kerja yang ada pada industri konveksi Chantika yaitu menjahit, mengobras, menyekam (pemberian kerah), buang benang atau sortir, menyetrika, *packing* (memasukkan kedalam kemasan), kuli pengangkut, pengirim (sopir dan asistennya), tenaga penyablon dan pelaku *digital marketing*. Industri konveksi Chantika belum memiliki struktur organisasi, dikarenakan masih berbentuk UMKM, jadi pemilik industri konveksi yang memegang bagian keuangan dan lain-lain.

Ada beberapa produk yang dihasilkan oleh industri konveksi Chantika yaitu

- a. Kaos Oblong, dengan motif polos maupun kombinasi 2 warna, tersedia semua ukuran, bahan dan model sesuai permintaan pelanggan. Biasanya seperti kaos komunitas dan kaos seragam.
- b. Reglan.
- c. Baju anak.
- d. Sablon, didesain langsung dengan kualitas sablon tahan lama dan gambar yang *trend* di pasaran.
- e. Gamis, dengan desain sesuai dengan pesanan.
- f. Baju tidur.

g. Masker¹.

2. Tujuan Didirikannya Industri konveksi Chantika

a. Menambah pendapatan pelaku industri dan karyawan

Para pelaku bisnis tidak luput dari besarnya keuntungan yang didapat, namun keuntungan tersebut juga akan dibagi untuk menambah pendapatan dari pelaku konveksi maupun masyarakat yang bekerja di industri konveksi Chantika. Pendapatan yang didapat dari industri konveksi kebanyakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga masing-masing karyawan, ada juga yang ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sambil mengurus keluarganya untuk menambah pendapatan dari para suaminya yang telah bekerja di luar.

b. Pemberdayaan dan menambah kesejahteraan masyarakat

Masyarakat juga sangat diuntungkan adanya industri konveksi Chantika, karena dari industri tersebut masyarakat tidak mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan dan untuk mencari nafkah bagi keluarga mereka. Lokasi yang dekat dengan rumah dan berkerja tanpa memandang status pendidikan menambah minat masyarakat untuk bekerja di sana, tidak ada kata kurang kalau masyarakat berkerja di industri konveksi di desa sendiri, yaitu desa Suwaduk.

c. Meningkatkan potensi desa Suwaduk melalui UMKM industri konveksi

Terdapat 10 industri konveksi yang ada di desa Suwaduk, walaupun masih berbentuk UMKM, namun produk industri konveksi di desa Suwaduk tidak kalah saing dengan industri garmen yang ada di kota besar. Pada masa pandemi kemarin, industri konveksi di desa Suwaduk termasuk industri konveksi Chantika memenuhi pesanan pemerintah desa di seluruh kota Pati untuk pesanan masker yang akan dibagikan ke seluruh rumah warga. Dari hal tersebut industri konveksi di desa Suwaduk meningkatkan potensi desa dan mengenalkan kalau ada UMKM industri konveksi yang cukup terkenal di Kabupaten Pati.

¹ Galuh Suwage, wawancara oleh penulis, 6 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

d. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat

Seperti yang diungkapkan pemimpin konveksi yaitu Bapak Galuh Suwage bahwa tujuan utama dalam mendirikan konveksi adalah untuk menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan tidak memandang umur, pendidikan dan latar belakang seseorang. Bahkan ada yang dibawa pulang karena harus mengurus keluarganya di rumah.

e. Mengembangkan ekonomi kreatif dan *digital marketing* pada industri konveksi di desa Suwaduk

Dari pengembangan ekonomi kreatif melalui sablon dan desain kaos dan *digital marketing* melalui Facebook dan WhatsApp yang dikelola oleh anak pemimpin konveksi yaitu Yoga Satria Saputra, secara tidak langsung menambah jumlah penjualan dan pemesanan lewat media *digital*. Hal tersebut akan memunculkan ide baru yang lebih kreatif dan inovatif yang akan menambah daya saing produk semakin meningkat.

f. Produk yang dihasilkan dengan kualitas ekspor

Hasil produksi pada industri konveksi Chantika merupakan produk yang diekspor keseluruh daerah di Indonesia dan luar negeri seperti Afrika. Produk tersebut diekspor sesuai tempat tinggal dan pemesanan dari para konsumen.

B. Deskripsi Data

1. Pengembangan Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing* pada Industri Konveksi di Desa Suwaduk Wedarijaksa, Pati.

Industri konveksi Chantika merupakan salah satu industri konveksi yang termasuk UMKM dengan mengembangkan ekonomi kreatif dalam bentuk desain dan sablon dari kaos maupun baju, gamis, masker dan lainnya. Dengan basis *digital marketing* yang telah dikembangkan putra dari pemilik konveksi. Memanfaatkan media sosial dari Facebook dan WhatsApp sebagai ajang promosi dan pemasaran dikarenakan lebih mudah melakukan akses dan dengan biaya yang relatif sedikit.

Promosi dilakukan dengan cara mem-*posting* gambar produk yang sudah jadi, disertai gambar yang menarik dan bahan kualitas baik. Dari hasil penelitian berupa obsevasi, wawancara dan dokumentasi terdapat beberapa hal yang ditemukan peneliti yaitu:

a. Pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing*

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan basis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya bukan hanya yang terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas². Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam buku Rochmat, ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana berorientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan³.

Kemajuan pada teknologi, yaitu pada perkembangan internet, WWW (World Wide Web dan teknologi lainnya), perkembangan dan variasi pada dunia bisnis semakin menjadi tren pada masa kini, salah satu tren tersebut yaitu *digital marketing* atau pemasaran digital. Secara umum definisi *digital marketing* atau pemasaran digital adalah teknik pemasaran yang menggunakan basis internet yang menjadi semakin banyak dibutuhkan masyarakat pada masa kini.⁴

Industri konveksi Chantika merupakan salah satu UMKM yang dikembangkan oleh salah satu pemuda yang ada di desa Suwaduk. Pada awalnya pengembangan ekonomi kreatif yang ada pada industri konveksi Chantika bermula dari putra pemilik konveksi yang berkeinginan mengembangkan ide kreatifnya sendiri yang dari SMA sudah memiliki bakat dalam mendesain sablon, kombinasi warna dan model dari kaos. Berawal dari menjadi *reseller* yang menerapkan *digital marketing*

² Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia, Cetakan Pertama*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 8.

³ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 1.

⁴ Dewi Komala Sari, Alshaf Pebrianggara dan Mas Oetarjo, *Buku Ajar Digital Marketing*, (Sidoarjo: Umsida Press, 2021). 8-9.

dengan cara mem-*posting* gambar kaos yang sudah disablon, dikarenakan ada kerjasama dari pihak yang menyablon, biaya dari menyablon semakin mahal dan keuntungan harus dibagi setengah dengan pihak penyablon. Jadi pemilik konveksi Bapak Galuh Suwage atau ayah dari pengembang ekonomi kreatif Yoga Saputra membelikan alat sablon, sebagai alat yang memadahi dalam menyablon dan mendesain baju dalam pengembangan ekonomi kreatif pada sablon dan desain baju sesuai dengan permintaan konsumen⁵.

Menurut Yoga Satria Saputra, pengembangan ekonomi kreatif dari *digital marketing*, pertama kali bermula dari mem-*posting* kaos melalui Facebook, dimulai dari saat masih bersekolah dengan promosi kepada teman-teman dan promosi lewat media sosial, ide dari pembuatan sablon bermula dari menjadi *reseller* untuk produk orang lain. Karena semakin lama, semakin mahal biaya yang dikeluarkan, akhirnya beliau membuat sendiri sablon. Laba atau keuntungannya itu dibagi setengah dengan produk sablon dari orang lain. Dari singkat cerita tersebut, jadi bapak-nya sebagai pendiri konveksi membelikan alat-alat keperluan untuk sablon dan desain baju atau kaos dari ide kreatif dan inovatif yang dimiliki untuk meningkatkan pemasaran dari konveksi Chantika.⁶

Ekonomi kreatif dan *digital marketing* yang dikembangkan industri konveksi Chantika, hanya pada produk sablon yang didesain sendiri menggunakan komputer dalam bentuk gambar dan kata-kata seperti logo dari label produk toko bangunan, logo organisasi/komunitas, logo alumni, dan gambar-gambar yang sudah dirubah dengan kata-kata yang menarik, seperti kata-kata “face CB, bedo Ronggo tetep bolo, konco selawase” dan lain-lain. Dengan desain yang dirancang dari ide kreatif oleh pengembang dan para

⁵ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

⁶ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

karyawan. Sehingga hasil desain sablon dan kaos yang didapat lebih unik dan kreatif.

Menurut Yoga Satria Saputra, ekonomi kreatifnya dari produk industri konveksi Chantika sablon dan desain dari model kaos saya buat dengan ide, inovasi dan kreativitas dari kami. Logo dan kata-kata dari sablon juga dengan desain sendiri. Sumber utama operasional dari usaha sablon dan kaos ini berasal dari kreativitas dari beliau dan teman-temannya⁷.

Kebanyakan pemesanan dilakukan lewat media digital yaitu WhatsApp, *postingan* produk kaos dari WhatsApp dan Facebook. Dalam pemesanan para konsumen biasanya meminta kepada yang mendesain produk sesuai dengan kriteria yang konsumen inginkan. Setelah desain disetujui maka akan masuk dalam tahap pembuatan produk. Konsumen dari berbagai kota juga berminat dalam memesan produk yang dibuat oleh industri konveksi Chantika, seperti produk PPD dari Gunung Kidul, Yogyakarta.

Menurut Yoga Satria Saputra, semua konsumen memesan kaos dan sablon lewat media sosial atau WhatsApp, dengan cara memberikan pesan langsung pada kolom chatting terkait kriteria produk yang diinginkan, kemudian kami membuat desain dan logo dari sablon dan kaos, setelah mereka menyetujui desain kaos, sablon dan logo yang kami buat, kemudian dilanjutkan ke tahap pembuatan⁸.

Dari berbagai banyak komentar tentang produk yang diproduksi industri konveksi Chantika, kebanyakan para konsumen merasa puas. Karena produk yang diciptakan berkualitas baik, halus dan tidak mudah luntur, desain yang diciptakan juga sesuai dengan kreativitas, ide dan inovasi dari pengembang dan para karyawan.

Menurut Yoga Satria Saputra, kebanyakan konsumen puas dengan produk yang buat, karena produk yang dibuat berkualitas, dengan sablon yang halus dan

⁷ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 5 April 2022, wawancara 1, transkrip.

⁸ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 5 April 2022, wawancara 1, transkrip.

tidak mudah luntur terkena cucian. Juga memiliki kreatifitas dalam setiap sablon desain logo dan desain kaos yang dibuat⁹.

Covid-19 (Corona Virus Disease 2019), adalah salah satu virus yang dapat menyebabkan penyakit ringan sampai berat, contohnya penyakit pilek (*common cold*) sampai penyakit yang berat yaitu SARS dan MERS. Penularan Covid-19 berasal dari hewan ke manusia (*zoonosis*). Penularan virus juga bisa dari manusia ke manusia lain dengan ruang terbatas. Sampai sekarang, penularan Covid-19 belum diketahui secara pasti. Karena sebagian besar berpendapat bahwa penularan berasal dari hewan ke manusia, seperti penularan Covid-19 di Wuhan, Tiongkok. WHO merupakan salah satu organisasi kesehatan di dunia menyatakan bahwa kesehatan masyarakat dengan status darurat, yang menjadi perhatian internasional dari tanggapan-tanggapan tentang penyakit tersebut. Pandemi Covid-19 memberikan dampak besar pada seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu yang berdampak besar yaitu sektor ekonomi, dan menyebabkan jatuhnya perekonomian Asia Tenggara termasuk Indonesia.¹⁰

Dampak pandemi Covid-19 pada sektor ekonomi di Indonesia yaitu:

- 1) Terjadinya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) secara besar-besaran pada pabrik-pabrik tempat karyawan berkerja dan memenuhi kebutuhannya.
- 2) Terjadinya penurunan impor sebesar 3,7% pada tahun 2020.
- 3) Inflasi dengan tingkat mencapai 2,96% yoy (*year-on-year*) yang disumbangkan dari harga emas dan komoditas pangan pada tahun 2020.
- 4) Batalnya banyak penerbangan sehingga menyebabkan turunnya pendapatan pada sektor transportasi.

⁹ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 5 April 2022, wawancara 1, transkrip.

¹⁰ Livana PH dkk, "Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Perekonomian Masyarakat Desa", *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences*, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kendal Volume 1 Nomor 1, (2020): 38.

- 5) Menurunnya devisa pariwisata, dikarenakan penurunan penempatan (okupansi) pada 6 ribu hotel pada seluruh Indonesia.
- 6) Meningkatnya kemiskinan dan menurunnya kesejahteraan rakyat, karena PHK dan peraturan pemerintah tentang pembatasan aktivitas masyarakat (*lockdown*, PSBB dan PPKM).¹¹

Sejauh ini, pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing* pada industri konveksi Chantika terhambat oleh adanya pengaruh besar dari Covid-19 yang masuk di Indonesia dua tahun terakhir ini. Peraturan pemerintah tentang *lockdown*, PSBB dan PPKM, sangat berdampak langsung pada operasional UMKM industri konveksi Chantika. Dikarenakan industri konveksi Chantika merupakan industri manufaktur yang mengandalkan bahan baku dari Jakarta, sementara di Jakarta harus mematuhi peraturan pemerintah terkait *lockdown*, PSBB dan PPKM. Sehingga pesanan dari berbagai pihak mulai menurun bahkan ada yang dibatalkan. Para karyawan juga mengeluh karena pendapatan mereka mengalami penurunan bahkan ada yang beralih profesi karena dampak Covid-19.

Kreativitas dan inovasi terhadap produk kaos, baju dan sablon juga menurun. Promosi dan *digital marketing* juga mengalami penurunan dalam pemesanan, dari tahun-tahun sebelumnya yang banyak pemesanan kaos komunitas, baju seragam dan lain-lain, pada masa Covid-19 pemesanan hanya pada masker yang dipesan oleh pemerintah desa lain untuk dibagikan secara gratis untuk mencegah penularan Covid-19.

Menurut Yoga Satria Saputra, pada saat ini, pengembangan ekonomi kreatif di konveksi Chantika mengalami kemacetan, karena kendala dari adanya Covid-19 yang menjadi penghambat dalam sistem produksi yang dilaksanakan, pemesanan barang menurun, sehingga kreativitas dan inovasi dari pembuatan produk

¹¹ Zulkipli dan Muharir, "Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia", *JIMESHA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Vol. 1 No. 1 (2021): 8-10.

sablon, kaos dan lainnya mengalami penurunan yang signifikan, dari pada tahun-tahun lalu sebelum adanya Covid-19.¹²

b. Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan operasional industri konveksi Chantika

Ekonomi Islam/syariah adalah studi ilmu pengetahuan yang memiliki upaya untuk melakukan pandangan, analisis serta penyelesaian permasalahan-permasalahan ekonomi menggunakan cara dan ketentuan yang sesuai menggunakan prinsip syariah Islam¹³.

Prinsip-prinsip ekonomi syariah adalah suatu acuan yang digunakan seseorang muslim dalam menjalankan aktivitas kegiatan ekonomi yang dilakukan sehari-hari¹⁴. Berikut prinsip-prinsip ekonomi syariah, yaitu:

1) Tauhid

Pada prinsip tauhid juga dikembangkan untuk keyakinan manusia bahwa seluruh aktivitas termasuk aktivitas ekonomi diawasi dan akan mendapatkan balasan di hadapan Allah SWT.

2) Akhlak

Prinsip ini merupakan bentuk dari pengamalan sifat-sifat utama yang dimiliki oleh para nabi dan rasul-Nya, yaitu *shidiq* (benar), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), *amanah* (dapat dipercaya) dan *fathanah* (intelektual).

3) Keseimbangan

Keseimbangan merupakan nilai dasar yang mempengaruhi berbagai perilaku ekonomi seseorang Muslim. Asas keseimbangan dalam ekonomi ini terwujud dalam kesederhanaan, hemat dan menjahui pemborosan serta tidak bathil. Prinsip keseimbangan

¹² Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

¹³ Dadang Muljawan dkk., *Buku Pengayaan Pembelajaran Ekonomi Syariah untuk Sekolah Menengah Atas Kelas X*, (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020). 2-3

¹⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Depok : PT Raja grafindo Persada, 2017). 18.

berkaitan dengan kepentingan-kepentingan umum dan keseimbangan hak dan kewajiban.

4) Kebebasan individu

Kebebasan ekonomi seorang individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian dengan landasan keadilan. Keseimbangan ekonomi adalah implikasi dari sifat tanggung jawab individu terhadap aktivitas kehidupan termasuk ekonomi.

5) Keadilan

Penerapan prinsip keadilan dalam kegiatan perekonomian yaitu sebagai berikut:

- a) Dalam bidang produksi, penerapan prinsip keadilan dapat dilihat dari ajaran Islam tentang larangan untuk berbuat dzalim kepada orang lain terutama dalam mencari harta dan menghendaki kesamaan derajat pada semua manusia.
- b) Dalam bidang konsumsi, penerapan prinsip keadilan dilihat dari penggunaan harta. Harta harus digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup, halal dan sewajarnya¹⁵.

Masyarakat yang ada di desa Suwaduk 100% beragama Islam, sehingga penerapan ekonomi syariah dalam kegiatan operasional industri konveksi sangatlah penting. Salah satu industri konveksi yang menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan operasional yaitu industri konveksi Chantika. Ada beberapa prinsip ekonomi syariah yang diterapkan dalam kegiatan operasional industri konveksi Chantika yaitu,

1) Keadilan

Prinsip keadilan yang diterapkan oleh industri konveksi Chantika yaitu pembayaran dilakukan sesuai dengan hasil yang didapatkan dikarenakan sistem operasionalnya borong, tanpa mengenal karyawan itu saudara atau pilih kasih. Keadilan juga diterapkan saat pemasaran, maka konsumen akan menerima barang sesuai dengan gambar dan sesuai pembayaran yang

¹⁵ Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, 20-21

dilakukan tanpa adanya riba dalam pengambilan keuntungan.

2) Keseimbangan

Prinsip keseimbangan yang dilakukan oleh pelaku industri konveksi Chantika yaitu dengan tujuan pendirian konveksi pemberdayaan dan penciptaan lapangan pekerjaan untuk masyarakat desa Suwaduk, dengan mendahulukan kepentingan umum yang tidak terlepas dari kepentingan pribadi dari pemilik konveksi.

Menurut Yoga Satria Saputra, kalau dalam masalah produksi, para pekerja akan dibayar dengan sesuai dengan kemampuan pekerja dalam menghasilkan barang, karena menggunakan sistem borong dan menerapkan prinsip kejujuran dalam kegiatan produksi, untuk pemasaran, memperoleh keuntungan dalam pemasaran itu sewajarnya tidak melibatkan riba, dan tujuan didirikan konveksi juga untuk pemberdayaan masyarakat desa supaya bisa mendapatkan pekerjaan atau dengan prinsip mementingkan kemaslahatan umat atau prinsip keseimbangan¹⁶.

c. Pemberdayaan masyarakat desa Suwaduk

Pemberdayaan merupakan sebuah upaya untuk membangun daya, dengan cara memotivasi, mendorong dan membangkitkan kesadaran terhadap potensi yang dimilikinya dan berupaya untuk mengembangkannya. Selanjutnya, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat. Terdapat beberapa langkah dalam memperkuat dan menciptakan suasana yang baik untuk pemberdayaan yaitu meliputi langkah-langkah nyata, penyediaan dari berbagai masukan, dan membuka akses dalam berbagai peluang. Pemberdayaan bukan hanya mencakup penguatan pada diri individu atau anggota masyarakat, namun juga pada pranatanya. Pokok dari pemberdayaan adalah dengan menanamkan nilai-nilai

¹⁶ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

budaya modern, misalnya tanggungjawab, hemat kerja keras dan keterbukaan.¹⁷

Masyarakat desa Suwaduk terutama para karyawan industri konveksi Chantika sangat diuntungkan, karena tersedianya lapangan pekerjaan baru yang menurut sebagian orang lebih layak dari pada menjadi petani yang harus panas-panasan dan keluarga di rumah tidak ada yang mengurus. Potensi desa juga meningkat karena masyarakat yang dulu menjadi kuli serabutan sekarang mendapatkan pekerjaan tetap dengan upah per minggu, kesejahteraan masyarakat tercipta dan memperkenalkan bahwa desa Suwaduk termasuk salah satu desa industri di kota Pati.

Para karyawan di industri konveksi Chantika kebanyakan bekerja disana untuk menafkahi keluarga di rumah dan menambah pendapatan untuk mencukupi kebutuhan keluarga di rumah. Ada juga mahasiswa dan anak sekolah yang memanfaatkan waktunya untuk bekerja dengan mengisi waktu luang dan menambah pendapatan.

Menurut Bapak Galuh Suwage sebagai pemilik konveksi, ide pertama pembuatan konveksi dari Jakarta, dimulai dari beliau Pak Wage (Lotong) yang merantau ke Jakarta dan mendirikan industri konveksi di desa untuk penambahan pendapatan dan untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat desa. Sebenarnya industri konveksi Chantika merupakan industri manufaktur dan termasuk industri kreatif dengan melakukan inovasi dengan desain, sablon dan produk yang dipesan.¹⁸

Sama halnya dengan para karyawan yang bekerja di industri konveksi Chantika, mereka bekerja di sana dengan alasan yang sama, yaitu mencari nafkah untuk kebutuhan keluarganya dan memanfaatkan waktu luang. Dengan jumlah karyawan 50 orang, dengan latar belakang yang berbeda-beda. Ada juga para ibu-ibu

¹⁷ Kementerian Sosial Republik Indonesia, *Pemberdayaan*, (Jakarta : Lembaga Berifikasi Pekerjaan Sosial, 2020). 3.

¹⁸ Galuh Suwage, wawancara oleh penulis, 6 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

rumah tangga yang bekerja, tapi dijahit di rumah karena harus mengurus keluarga di rumah, dan beberapa karyawan yang berasal dari desa tetangga yang bekerja di industri konveksi Chantika.

Menurut Bapak Galuh Suwage sebagai pemilik konveksi, jumlah karyawan untuk saat ini sekitar 50 karyawan, ada juga yang dibawa pulang untuk dijahit di rumah, karena para penjahit mempunyai anak yang harus diurus di rumah. Karyawan yang pekerjaannya dibawa pulang sekitar 5 orang, ada juga karyawan dari desa tetangga yaitu 3 orang karyawan.¹⁹

Dengan berbagai alasan yang dikemukakan karyawan dengan latar belakang pendidikan, umur dan kepentingan berbeda, bahwa kebanyakan alasan mereka bekerja di industri konveksi Chantika untuk mencari nafkah, ada juga dari golongan mahasiswa yang mencari kesibukan pada sela-sela waktu kuliah berlangsung.

Menurut Bu Asti'ah dan Rizal, alasan mereka bekerja di industri konveksi Chantika untuk mencari nafkah, mengisi waktu luang dan menambah pendapatan.²⁰

Gaji yang diberikan juga sesuai dengan hasil yang didapat, karena menggunakan sistem borong. Gaji karyawan sekitar Rp.300.000-Rp.600.000 per minggunya dengan bagian yang berbeda-beda.

Menurut Rizal, sebagai karyawan yang bekerja sambil kuliah, pendapatan per minggunya saya sekitar Rp. 300.000, dikarenakan kerja beliau tidak seminggu penuh, hari sabtu dan minggu beliau kuliah.

Menurut Bu Asti'ah dan Pak Gentong, pendapatan mereka tergantung dengan keadaan, jika sepi sekitar Rp. 300.000, jika lumayan rame Rp. 500.000, jika rame bisa sampai Rp. 600.000 per minggunya.²¹

¹⁹ Galuh Suwage, wawancara oleh penulis, 6 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

²⁰ Astiah dan Rizal, wawancara oleh penulis, 18 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

²¹ Astiah, Rizal dan Gentong, wawancara oleh penulis, 18 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

Adapun kendala-kendala yang dirasakan oleh karyawan dalam kegiatan operasional industri konveksi Chantika yaitu, adanya perubahan cuaca terutama hujan yang menyebabkan berbagai penyakit seperti, flu, batuk, pilek dan lain-lain, serta adanya pemadaman listrik yang secara terpaksa harus menghentikan seluruh kegiatan operasional industri tersebut.

Menurut Bu Asti'ah dan Mas Gentong selaku karyawan, kendala dalam berkerja yaitu karena cuaca seperti hujan yang akan menyebabkan saya mudah terkena pilek, sehingga menghambat mereka dalam berkerja dan matinya listrik yang menghambat kegiatan operasional pada konveksi.²²

Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing* pada UMKM industri konveksi di desa Suwaduk terutama industri konveksi Chantika dengan kreativitas yang dikembangkan melalui desain sablon dan kaos dengan kata-kata, warna, gambar dan logo sesuai dengan permintaan konsumen, kreativitas dikembangkan dari ide dan inovasi oleh pengembang dan para karyawan lain yang turut membantu menyumbang ide dan kreativitas. Kualitas dari sablon dan bahan kaos juga membuat para konsumen puas dalam menggunakan produk dari industri konveksi Chantika. Kegiatan operasional sampai pemasaran tidak lepas dari prinsip ekonomi syariah. Dimulai dari promosi pada media digital seperti Facebook dan WhatsApp dengan inovasi dan fasilitas yang sudah memadai. Pemberdayaan masyarakat juga tercipta, karena lapangan pekerjaan tersedia sehingga kesejahteraan masyarakat desa Suwaduk juga tercipta. Terdapat kendala dalam kegiatan operasional industri konveksi yaitu, cuaca yang menyebabkan berbagai penyakit dan pemadaman listrik.

2. Strategi *Digital Marketing* pada Industri Konveksi di Desa Suwaduk Wedarijaksa Pati.

Digital marketing merupakan istilah umum pada pemasaran barang atau jasa yang memiliki target, ukuran dan

²² Astiah dan Gentong, wawancara oleh penulis, 18 Januari 2022, wawancara 3, transkrip

menggunakan media digital sebagai sarana utamanya. Tujuan pokok *digital marketing* yaitu untuk melakukan promosi pada produk dan meningkatkan penjualan dengan berbagai teknik pemasaran digital. Digital marketing biasa disebut sebagai *internet marketing* atau *online marketing*²³. Sehingga basis *digital marketing* menjadi konsep baru dalam pemasaran yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha seluas-luasnya dalam bisnis rumahan atau UMKM/UKM yang sekarang sangat mendominasi sebagai pelaku usaha di Indonesia²⁴.

Sementara strategi *digital marketing* adalah suatu strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang pesat. Penerapan strategi *digital marketing* yang paling tepat, pemilik usaha harus dapat memperhatikan faktor internal dan eksternal untuk menemukan kesesuaian dalam menentukan strategi digital yang diterapkan²⁵.

Digital marketing pastilah memiliki strategi-strategi tersendiri demi kemajuan UMKM ataupun usaha yang dijalankan. Strategi *digital marketing* pada industri konveksi Chantika mempunyai strategi-strategi tersendiri untuk kelangsungan dan kemajuan usaha yang dijalankannya.

Strategi-strategi yang dilakukan industri konveksi Chantika yaitu sebagai berikut:

- a. Promosi secara terus-menerus terutama pada sosial media yaitu Facebook dan WhatsApp. Pelaku digital marketing terus menerus mem-posting produknya supaya produk tersebut lebih dikenal pengguna sosial media dan menambah minat para konsumen bahwa pemesanan dapat dilakukan secara online.
- b. Penyertaan kata-kata yang menarik konsumen untuk memesan barang. Kata-kata yang digunakan pada sablon merupakan ide dan inovasi yang dikembangkan, seperti

²³ Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati, *Digital Marketing*, (Malang: PT Literindo Berkar Karya), 2020. 1

²⁴ Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati, *Digital Marketing*, 11.

²⁵ Diana Rapisari, “*Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*”, *Jurnal Cakrawala*, Universitas Bhayangkara, Volume 10 No. 2 (2016): 111

kata-kata pada sablon yaitu “Konco Selawase”, “Kere Bok Ece, Sugeh Bok Rasani, Aku Terus Piye”, “Orang Sukses Tidak Malas, Orang Malas Tidak Sukses, Semangat”, dan lain-lain

- c. Menyertakan gambar baju atau kaos asli dan desain baju serta logo yang dapat meyakinkan konsumen dalam menarik konsumen, seperti pada gambar di bawah ini,

Gambar 4.1



Menurut Yoga Satria Saputra sebagai pelaku *digital marketing*, strategi promosi yang saya gunakan dengan memanfaatkan *digital marketing* melalui WhatsApp dan Facebook, dengan mem-posting gambar pada story maupun beranda di Facebook dan WhatsApp. Disertai kata-kata dan gambar asli yang dapat menarik dan meyakinkan pelanggan sehingga pelanggan percaya dengan produk asli yang saya buat dengan kualitas, sesuai dengan ukuran dan kriteria sablon yang diminati para pelanggan.²⁶

Dengan demikian, strategi *digital marketing* dalam promosi produk industri konveksi Chantika yaitu dengan melakukan promosi dengan media Facebook dan WhatsApp yang dilakukan secara terus-menerus. Pada *posting* macam-macam produk disertai gambar dan kata-kata yang menarik minat pelanggan.

C. Analisis Data

1. Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif dan *Digital Marketing* pada Industri Konveksi di Desa Suwaduk, Wedarijaksa, Pati.

Industri-industri tersebut berdiri dari ide-ide para pemuda yang beradu nasib di Jakarta. Dikarenakan adanya PHK besar-besaran, para pemuda berinisiatif mendirikan industri konveksi di desa mereka. Terdapat 10 industri konveksi yang ada di desa Suwaduk, salah satunya yaitu industri konveksi Chantika.

Industri konveksi Chantika termasuk ke dalam industri hilir karena mengolah bahan setengah jadi, ke barang jadi yang hasilnya bisa langsung dipakai atau dinikmati konsumen, atau sekarang disebut industri manufaktur. Pada segi jumlah tenaga kerja atau skala usaha, industri konveksi Chantika masuk ke dalam industri menengah, karena memiliki jumlah 50 karyawan yang dari presentase perhitungan yang masuk ke dalam industri menengah dengan jumlah karyawan sekitar 20-99 orang.

Ada banyak produk yang dihasilkan oleh industri konveksi Chantika, namun yang paling banyak diminati oleh

²⁶ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

para pelanggannya yaitu kaos dengan sablon yang didesain sendiri. Dari hal tersebut, pengembangan ekonomi kreatif sudah mulai berjalan begitu lama namun produk yang dihasilkan masih kaos dengan desain sablon kekinian dan modern. *Digital marketing* sudah diterapkan oleh anak pemilik industri konveksi Chantika yang melakukan promosi pada media sosial yaitu Facebook dan WhatsApp.

Pada deskripsi data di atas, dalam pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing* pada industri konveksi di desa Suwaduk, khususnya pada industri konveksi Chantika, terdapat beberapa analisis yang didapat oleh peneliti, yaitu:

a. Analisis pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing*.

Pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing* pada industri konveksi di desa Suwaduk terutama industri konveksi Chantika, dimulai oleh pengembang yaitu Yoga Satria Saputra, yang mengembangkan ide dan inovasinya melalui pembuatan sablon dan desain kaos. Sebelumnya, beliau menjadi *reseller* dari usaha sablon temannya, namun semakin hari biaya pembuatan sablon semakin mahal. Pada akhirnya bapaknya sebagai pemilik industri konveksi membelikan alat-alat sablon sebagai kebutuhan dari jalannya pengembangan ekonomi kreatif dan menambah pendapatan bagi industri yang dijalankannya. *Digital marketing* diterapkan dalam kegiatan pemasaran produk yang sudah jadi. Dengan memanfaatkan media sosial, yaitu Facebook dan WhatsApp beliau mem-*posting* gambar asli dari produk yang telah jadi, disertai kata-kata yang menarik konsumen.

Menurut Yoga Satria Saputra, pengembangan ekonomi kreatif dari *digital marketing*, bermula dari saat masih bersekolah menjadi *reseller*, keutungan hanya mendapatkan setengahnya, harga sablon yang semakin mahal. Promosi dilakukan kepada teman-temannya melalui Facebook. Dikarenakan usaha sablon tersebut masih patungan dan harga sablon masih mahal, jadi pemilik industri konveksi sebagai bapak dari Yoga membelikan perlengkapan untuk menyablon untuk

mengembangkan inovasi dan ide kreatif dalam memperbanyak penjualan produk yang dihasilkan industri konveksi Chantika²⁷.

Ekonomi kreatif yang diterapkan di industri konveksi Chantika juga sudah sesuai dengan ciri-ciri ekonomi kreatif yaitu

1) Memiliki Kreasi yang intelektual

Kreasi intelektual yang dikembangkan melalui inovasi dan kreativitas dari produk yang dihasilkan, yaitu produk kaos dan sablon dapat menambahkan produktifitas dan penghasilan yang diperoleh serta penambah pendapatan dari para karyawan yang bekerja di industri konveksi Chantika.

2) Mudah digantikan

Produk yang dihasilkan juga mudah berganti seiring perkembangan zaman dan tren yang ada. Produk dari industri konveksi Chantika juga memiliki inovasi dan kreativitas terutama dalam kaos dan sablon, disediakan desain yang telah dibuat sendiri, pelanggan bisa memilih sesuai selera masing-masing.

3) Penyediaan langsung dan tidak langsung

Produk yang dihasilkan industri konveksi Chantika juga dapat dipasarkan secara langsung maupun dengan *digital marketing* melalui media sosial yaitu Facebook dan WhatsApp sesuai dengan selera konsumen.

4) Membutuhkan kerja sama dan kerjasama yang kooperatif

Kerjasama dari para karyawan industri konveksi Chantika sudah terjalin dari pertama pembuatan industri konveksi. Dari 50 karyawan dengan berbagai peran yang dijalankan mereka dapat menghasilkan produk dengan kreativitas dan inovasi yang dimiliki. Produk yang dihasilkan industri konveksi Chantika, bisa diterima dan digunakan oleh masyarakat yang menjadi konsumen.

²⁷ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip

Connelly berpendapat, teori sinyal merupakan teori yang digunakan untuk meneliti tentang asimetri informasi dari dua pihak, yang terjadi atas hasil dari pengetahuan yang sedang populer dari berbagai organisasi dan kelompok bisnis.²⁸ Teori sinyal biasanya digunakan pada manajemen dengan media internet, dan telah merubah cara seseorang dalam memperoleh informasi bahwa dalam internet menawarkan banyak sekali informasi dan alat yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk melakukan akses, banding dan evaluasi secara alternatif. *Signalling* atau sinyal bisa digunakan dalam perspektif pemasaran, karena bisa digunakan untuk memahami penilaian kualitas produk pada asimetri informasi oleh para konsumen.²⁹

Pemasaran *Signalling Theory* berkaitan dengan pemasaran digital. Melalui pemasaran digital perusahaan atau bisnis dapat menawarkan produk yang dibutuhkan atau yang dicari dengan mudah dan dapat menjangkau konsumen dengan ruang lingkup yang luas. Dengan hal tersebut maka pebisnis lebih mudah dalam memberikan pelayanan jasa kepada publik dan meningkatkan penjualan produk. Pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM diperlukan kreativitas yang akan membantu pebisnis untuk menciptakan inovasi. Pelaku bisnis dapat mengetahui perkembangan kondisi target pasar sehingga mengetahui apakah produk kita masih dibutuhkan dan melihat *trend* apa yang sedang digemari dengan begitu kita tahu kreativitas dan inovasi seperti apa yang akan dilakukan. Memasuki zaman dengan perkembangan teknologi yang pesat, kreativitas merupakan keharusan guna untuk meningkatkan daya saing dengan kompetitor yang terus mengalami perubahan dan strategi bisnis yang selalu tumbuh. Kreativitas bisa dilakukan pada proses

²⁸ Brian L. Connelly, S. Trevis Certo, R. Duane Ireland dan Christopher R. Reutzel "Signalling Theory: A Review and Assessment", Auburn University, *Journal of Management*, Vol. 37 No. 1, (2011): 40-42.

²⁹ John D. Wells, Joseph S. Valacich, dan Traci J. Hess, "What Signal Are You Sending? How Website Quality Influences Perceptions Of Product Quality And Purchase Intentions", *MIS Quarterly*, Vol. 35 No. 2, (2011): 2-3.

marketing seperti cara menarik perhatian calon konsumen.³⁰

Teori Sinyal/*Signalling* juga diterapkan dalam pemasaran digital yang digunakan pada industri konveksi Chantika, *digital marketing* yang sudah diterapkan melalui berbagai evaluasi, akses dan perbandingan produk. Dalam proses evaluasi sudah mengedepankan kualitas produk dan informasi tentang produk yang di pasarkan. Dalam persaingan pasar, industri konveksi Chantika penerapan ekonomi kreatif yang lebih mengedepankan pada pengembangan ide, kreativitas dan inovasi pada setiap produk yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan juga sudah sesuai dengan keinginan para konsumen dengan tren produk yang kekinian, produk yang dihasilkan sesuai dengan teori sinyal yaitu produk kaos dan sablon yang didesain dengan kreativitas. Dengan strateg-strategi *digital marketing* yang diterapkan melalui sosial media.

Dilihat dari asal ide pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing*, pengembang melalui berbagai macam proses dalam mendirikan usaha sablonnya, dari menjadi *reseller* sampai mempunyai alat-alat sablon sendiri. Pemasarannya juga tidak hanya melalui pemasaran langsung, tetapi juga melalui media digital dengan memanfaatkan media sosial yang dimilikinya yaitu dengan mem-*posting* gambar asli kaos dengan sablonnya melalui media Facebook dan WhatsApp.

Pengembangan ekonomi kreatif memiliki beberapa manfaat yang dapat secara langsung dirasakan oleh masyarakat desa Suwaduk. Berikut ini beberapa manfaat pengembangan ekonomi kreatif dari industri konveksi Chantika bagi perekonomian masyarakat desa Suwaduk yaitu, tersedianya lapangan baru bagi masyarakat desa Suwaduk dari berbagai kalangan dan usia, mengurangi pertumbuhan angka pengangguran, meningkatkan dan mengembangkan inovasi dan

³⁰ Carunia Mulya Firdausi, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 7-10.

keaktivitas para pelaku usaha, dan melakukan pemasaran secara digital yang memudahkan konsumen mendapatkan barang yang diinginkan.

Ekonomi kreatif dan *digital marketing* yang dikembangkan industri konveksi Chantika, hanya pada produk sablon dan kaos yang didesain sendiri menggunakan komputer dalam bentuk gambar dan kata-kata seperti logo dari label produk toko bangunan, logo organisasi/komunitas, logo alumni, dan gambar-gambar yang sudah dirubah dengan kata-kata yang menarik, seperti kata-kata “face CB, bedo Ronggo tetep bolo, konco selawase” dan lain-lain. Dengan desain yang dirancang dari ide kreatif oleh pengembang dan para karyawan. Sehingga hasil desain sablon dan kaos yang didapat lebih unik dan kreatif. Pemesanan lewat media ditigal yaitu WhatsApp dan Facebook, sebelum proses pembuatan produk, pengembang mendesain logo, gambar sablon dan kontras warna kaos terlebih dahulu, apabila pihak konsumen setuju maka akan dilakukan proses pembuatan.

Menurut Yoga Satria Saputra, ekonomi kreatifnya dari produk indutri konveksi Chantika sablon dan desain dari model kaos dibuat dengan ide, inovasi dan kreativitas dari kami. Logo dan kata-kata dari sablon juga dengan desain sendiri. Sumber utama operasional dari usaha sablon dan kaos ini berasal dari kreativitas dari beliau dan teman-temannya. Semua konsemen memesan kaos dan sablon lewat media sosial atau WhattsApp, dengan cara memberikan pesan langsung pada kolom chatting terkait kriteria produk yang diinginkan, kemudian kami membuat desain dan logo dari sablon dan kaos, setelah mereka menyetujui desain kaos, sablon dan logo yang kami buat, kemudian dilanjutkan ke tahap pembuatan³¹.

Dari berbagai banyak komentar tentang produk yang diproduksi indistri konveksi Chantika, kebanyakan para konsumen merasa puas. Karena produk yang

³¹ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 5 April 2022, wawancara 1, transkrip.

diciptakan berkualitas baik, halus dan tidak mudah luntur, desain yang diciptakan juga sesuai dengan kreativitas, ide dan inovasi dari pengembang dan para karyawan.

Menurut Yoga Satria Saputra, kebanyakan konsumen puas dengan produk yang buat, karena produk yang dibuat berkualitas, dengan sablon yang halus dan tidak mudah luntur terkena cucian. Juga memiliki kreatifitas dalam setiap sablon desain logo dan desain kaos yang dibuat³².

Sejauh ini, pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing* agak terhambat oleh dampak COVID-19, karena ada peraturan pemerintah yaitu *lockdown*, PSBB dan PPKM. Yang menghambat operasional industri konveksi, seperti sudah adanya pesanan dari konsumen dari media sosial, dan usaha manufaktur dari Jakarta juga terhambat, namun sekarang perlahan sudah bisa menjalankan operasional industri konveksi, karena sudah ada pelonggaran atas PPKM.

Menurut Yoga Satria Saputra, masa pandemi Covid-19 menghambat adanya pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing*, karena menghambat operasional pada produksi, pemesanan produk menurun, sehingga menyebabkan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk sablon dan kaos baru juga menurun akibat dampak Covid-19.³³

Dampak Covid-19 bukan hanya menghambat operasional industri konveksi Chantika, tapi juga berdampak pada pemasaran digital, karena peminat produk menurun dan permintaan sablon juga turun. Bahkan banyak dari karyawan yang menjadi pengangguran dan beralih profesi menjadi petani atau kuli serabutan.

- b. Analisis prinsip ekonomi syariah yang diterapkan mulai dari operasional sampai pemasaran.

Ekonomi syariah dalam Masterplan diartikan sebagai sistem ekonomi yang belandaskan pada prinsip-

³² Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 5 April 2022, wawancara 1, transkrip.

³³ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip

prinsip syariah Islam (syariah). Ekonomi syariah mencakup seluruh sektor perekonomian yang ada, baik sektor riil maupun sektor keuangan. Sistem ekonomi syariah juga memberikan manfaat (maslahah) yang merata dan berkelanjutan bagi semua elemen yang ada pada perekonomian³⁴.

Ekonomi syariah tidak terasa asing ditelinga masyarakat desa Suwaduk, karena masyarakatnya 100% beragama Islam. Pengembangan ekonomi kreatif di desa Suwaduk juga tidak luput dari penerapan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan operasional sampai pemasaran mendukung berjalannya adanya pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing* pada industri konveksi Chantika.

Penerapan ekonomi kreatif berbasis syariah dapat dilihat dari produk yang dihasilkan dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Produk yang dihasilkan bukan hanya kaos sablon, melainkan ada juga gamis yang merupakan pakaian khas untuk para wanita muslim. Penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional sampai pemasaran. Adapun prinsip-prinsip syariah yang diterapkan pada industri konveksi Chantika, yaitu prinsip keseimbangan dan prinsip keadilan. Adapun prinsip ekonomi syariah yang diterapkan yaitu:

- 1) Prinsip keadilan, para karyawan diperlakukan secara adil dan mendapat gaji sesuai dengan apa yang didapat, karena sistem pembayaran konveksi dengan sistem borongan.
- 2) Prinsip keseimbangan, dalam prinsip ini sudah dinyatakan oleh Bapak Galuh Suwage, bahwa tujuan pendirian konveksi untuk pemberdayaan masyarakat atau untuk kemashlahatan umat, dengan menyediakan lapangan kerja, menambah kesejahteraan masyarakat dan menambah pendapat.

Menurut Yoga Satria Saputra, dalam kegiatan produksi, para pekerja digaji sesuai dengan kemampuan

³⁴ Bambang Permadi Soemantri Bodjonegoro dkk., *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia Tahun 2019-2024 Hasil Kajian Analisis Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: PT. Zahir Syariah Indonesia, 2018), cet. pertama. 1-2

pekerja dalam menghasilkan barang, maka kegiatan operasional industri konveksi menerapkan prinsip keadilan, pada pemasaran tidak melibatkan riba dengan keuntungan sewajarnya, dan penerapan prinsip keseimbangan, karena tujuan pendirian industri konveksi untuk pemberdayaan masyarakat atau kemaslahatan umat.³⁵

Dengan demikian, industri konveksi Chantika menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah sebagai dasar dalam melakukan kegiatan operasional sampai pemasaran, penerapan tersebut dilakukan dengan pemberian gaji yang adil, kejujuran dalam kegiatan operasional maupun pemasaran, keuntungan sewajarnya tanpa riba, dan untuk pemberdayaan masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan.

c. Analisis pemberdayaan masyarakat

Pengembangan ekonomi kreatif memiliki beberapa manfaat yang dapat secara langsung dirasakan oleh masyarakat desa Indonesia. Berikut ini beberapa manfaat pengembangan ekonomi kreatif untuk perekonomian masyarakat Indonesia yaitu sebagai berikut:

- 1) Tersedianya lapangan baru bagi masyarakat Indonesia
- 2) Mengurangi pertumbuhan angka pengangguran.
- 3) Menciptakan dan mengembangkan masyarakat Indonesia yang kreatif dan inovatif.
- 4) Adanya kompetisi dunia bisnis yang sehat.
- 5) Meningkatkan inovasi pelaku ekonomi kreatif di berbagai sektor.³⁶

Dari beberapa manfaat pengembangan ekonomi kreatif diatas, dapat disimpulkan bahwa, inti dari beberapa manfaat pengembangan ekonomi kreatif untuk perekonomian masyarakat Indonesia yaitu pemberdayaan masyarakat. Industri konveksi Chantika juga mempunyai manfaat langsung bagi perekonomian di desa Suwaduk, seperti menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat

³⁵ Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara I, transkrip

³⁶ Sopianah, Syamsul Bahri, dan Mohammad Ghozali, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020). 2-5.

desa, mengurangi pengangguran, meningkatkan pengembangan ekonomi kreatif dan inovasi dari produk yang dihasilkan, dan kompetensi bisnis yang sehat dengan menerapkan beberapa prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan operasional sampai pemasaran.

Adanya peralihan pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Suwaduk. Dahulu mereka kebanyakan menjadi petani, sekarang mereka lebih memilih menjadi karyawan pada industri konveksi, karena bekerja di industri konveksi tidak panas dan gaji per minggu yang bisa diandalkan.

Para karyawan juga datang dari berbagai kalangan tanpa memandang pendidikan dan usia. Seperti yang dikatakan pemilik konveksi dengan bapak Galuh Suwage yaitu, tujuan pendirian industri konveksi yaitu untuk pemberdayaan masyarakat desa dengan menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat desa Suwaduk, maupun desa tetangga yang ingin berkerja.

Menurut Bapak Galuh Suwage sebagai pemilik konveksi, awal mula pembuatan industri konveksi dari Jakarta, industri konveksi Chantika masih berbentuk UMKM dan merupakan industri manufaktur. Dengan tujuan mendirikan konveksi untuk menambah pendapatan dan pemberdayaan masyarakat dengan cara menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat desa. Industri konveksi Chantika juga termasuk industri kreatif yang dibuktikan dengan inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk dan menggunakan pemasaran digital atau *digital marketing*.³⁷

Industri konveksi Chantika merupakan industri manufaktur yang bergerak dibidang pakaian. Produk yang dihasilkan juga beragam kaos oblong, kaos sablon, masker, gamis dan lain-lain. Ide mendirikan konveksi dari pemilik konveksi yang merantau ke Jakarta, dengan tujuan menambah pendapatan dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat. Industri konveksi Chantika termasuk industri kreatif, karena secara terus-menerus

³⁷ Galuh Suwage, wawancara oleh penulis, 6 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

melakukan inovasi pada produk-produk yang dihasilkan sesuai dengan tren dan pesanan dari para konsumen.

Jumlah karyawan pada industri konveksi Chantika yaitu sekitar 50 orang yang kebanyakan dari mereka bekerja untuk mencari nafkah untuk keluarganya di rumah. Terdapat 5 karyawan yaitu ibu-ibu rumah tangga yang pekerjaannya dibawa di rumah, karena harus bekerja dan mengurus keluarganya di rumah.

Menurut Bapak Galuh Suwage sebagai pemilik konveksi, industri konveksi Chantika memiliki 50 karyawan, 5 orang karyawan membawa pulang kerumah karena mempunyai anak yang harus diurus dan 3 karyawan yang berasal dari desa tetangga yang juga bekerja di konveksi Chantika.³⁸

Terdapat beberapa alasan mereka bekerja di industri konveksi Chantika, alasan utama mereka yaitu mencari nafkah, ada juga karena beliau masih kuliah, jadi bekerja disana untuk mencari kesibukan. Menurut para karyawan yaitu Bu Asti'ah dan Rizal, alasan mereka bekerja di industri konveksi Chantika untuk mencari nafkah, mengisi waktu luang dan menambah pendapatan³⁹.

Rata-rata gaji yang dibayarkan sekitar Rp.300.000-Rp.600.000 untuk tenaga *packing* dan kuli angkut, sementara yang jahit dan obras yaitu sekitar Rp. 900.000 per minggunya. Adapun kendala dalam bekerja yaitu cuaca yang tidak menentu yang dapat menyebabkan penyakit flu, batuk, pilek dan lain-lain, serta adanya pemadaman listrik yang harus menghentikan aktivitas operasional industri konveksi tersebut.

Menurut para karyawan gaji yang dibayar sesuai dengan kinerja dan banyaknya barang yang didapat, ada yang mendapat gaji Rp. 300.000 karena kerjanya yang tidak penuh seminggu karena bekerja sambil kuliah, ada juga yang mendapatkan gaji Rp. 500.000-Rp. 600.000 semua itu tergantung oleh keadaan, sepi atau tidak. Dari

³⁸ Galuh Suwage, wawancara oleh penulis, 6 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

³⁹ Astiah, Rizal dan Gentong, wawancara oleh penulis, 18 Januari 2022, wawancara 3, transkrip

survei yang dilakukan bahkan ada yang berpenghasilan Rp. 900.000 sebagai penjahit⁴⁰.

Dengan demikian, tingkat pemberdayaan masyarakat desa Suwaduk meningkat karena didirikannya industri konveksi Chantika, walaupun pengembangan ekonomi kreatif dengan basis *digital marketing* agak terhambat oleh dampak Covid-19 namun para masyarakat masih bisa menambah pendapatan dengan bekerja di industri konveksi Chantika.

2. Analisis Strategi *Digital Marketing* dalam Promosi Produk pada Industri Konveksi di Desa Suwaduk Wedarijaksa Pati.

Strategi pemasaran yang dilakukan industri konveksi Chantika memperhatikan konsep segmentasi pasar dan bauran pemasaran yang bisa dijadikan acuan dalam meningkatkan produksi dan pendapatan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Yoga Satria Saputra yaitu dengan menggunakan *digital marketing*, promosi yang dilakukan melalui media sosial. Definisi *digital marketing* merupakan kegiatan promosi atau pemasaran suatu produk menggunakan media internet atau digital. Pada zaman sekarang yang serba canggih, kita haruskan untuk cepat beradaptasi dengan model pemasaran yang *online*. Kolaborasi pemasaran antara *digital marketing* dengan pemasaran tradisional sangat diperlukan. Karena dengan menggunakan dua jenis pemasaran tersebut kita akan dapat menjangkau ke semua lapisan masyarakat. Tujuan dari *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen dengan cepat. Seperti teknologi dan internet diterima masyarakat sangat luas sehingga tidak heran jika kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan⁴¹.

Berdasarkan deskripsi data di atas, bahwa pelaku *digital marketing* pada salah satu industri konveksi di desa Suwaduk, yaitu industri konveksi Chantika, menggunakan beberapa strategi yang digunakan dalam melakukan promosi

⁴⁰ Astiah, Rizal dan Gentong, wawancara oleh penulis, 18 Januari 2022, wawancara 3, transkrip

⁴¹ Yusep Maulana, *Jenius Digital Bisnis Marketing*, (Jakarta: Mobidu Publisher, 2020), 13-14.

terhadap produk yang dihasilkan. Produk yang paling utama dalam pengembangan ekonomi kreatif yaitu desain kaos dan sablon dengan ide dan inovasi dari pengembang ekonomi kreatif. Strategi-strategi yang dilakukan industri konveksi Chantika yaitu sebagai berikut:

- 1) Promosi secara terus-menerus terutama pada sosial media yaitu Facebook dan WhatsApp. Pelaku digital marketing terus menerus mem-posting produknya supaya produk tersebut lebih dikenal pengguna sosial media dan menambah minat para konsumen bahwa pemesanan dapat dilakukan secara online.
- 2) Penyertaan kata-kata yang menarik konsumen untuk memesan barang. Kata-kata yang digunakan pada sablon merupakan ide dan inovasi yang dikembangkan, seperti kata-kata pada sablon yaitu “Konco Selawase”, “Kere Bok Ece, Sugeh Bok Rasani, Aku Terus Piye”, “Orang Sukses Tidak Malas, Orang Malas Tidak Sukses, Semangat”, dan lain-lain.
- 3) Menyertakan gambar baju atau kaos asli dan desain baju serta logo yang dapat meyakinkan konsumen dalam menarik konsumen.

Gambar 4.2





Menurut Yoga Satria Saputra sebagai pelaku *digital marketing*, strategi promosi yang diterapkan dengan memanfaatkan media sosial, dengan cara mem-*posting* di beranda dan *story* pada aplikasi WhatsApp dan Facebook. Promosi harus disertai kata-kata yang menarik, gambar asli produk yang meyakinkan dan promosi secara terus menerus.⁴²

Dengan demikian strategi *digital marketing* dilakukan dengan konsisten dan terus-menerus oleh pelaku *digital marketing* dalam melakukan promosi produk yang dihasilkan. Dengan memanfaatkan media sosial pelaku *digital marketing* mendapat pesanan dari konsumen dan menambah pendapatan industri konveksi yang dijalankan bapaknya selaku pemilik industri konveksi Chantika.

⁴² Yoga Satria Saputra, wawancara oleh penulis, 2 Januari 2022, wawancara 1, transkrip