

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Pada awal abad ke-21 muncul gelombang ekonomi baru yang disebut dengan ekonomi kreatif.¹ Ekonomi kreatif ini menggunakan intelektual sebagai hal utama dalam menciptakan kekayaan dapat berupa uang, lapangan kerja, kesejahteraan, pendapatan, maupun keuntungan lainnya. Pengertian ekonomi kreatif menurut bahasa yaitu, ekonomi berarti penghematan, sedangkan kreatif berarti menciptakan ataupun menghasilkan suatu hal yang berbeda dari yang lain. Pengertian ekonomi kreatif secara istilah yaitu konsep ekonomi yang mengandalkan kreatifitas pribadi atau perorangan dalam memaksimalkan daya saing yang dikuasai.² Teknologi dan ilmu pengetahuan merupakan landasan dasar dalam ekonomi kreatif guna membantu menumbuhkan dan mengembangkan ekonomi yang baik. Ekonomi kreatif digerakkan oleh kreator dan inovator yang berani dalam mendirikan industri produk tertentu yang dikuasainya.

Pada dasarnya aktivitas produksi mempunyai keterkaitan dengan hukum agama Islam, dalam hal ini semua aktivitas produksi atau menghasilkan mesti selaras dengan tujuan dari konsumsi. Konsumsi dalam Islam, selain sebagai pemenuhan kebutuhan juga sebagai amalan dalam mencari falah dalam kehidupan. Beberapa keterlibatan kegiatan produksi dengan perekonomian secara menyeluruh yaitu sebagai berikut:

- a. Aktivitas produksi secara keseluruhan terikat dalam nilai moral juga syariat Islam. Produksi barang atau jasa yang dapat merusak moral manusia dan menjauhkan manusia dari tatanan agama, tidak diperbolehkan dalam syariat Islam. Ada lima jenis kebutuhan yang dinilai dapat membantu memperoleh falah:³
 - 1) Harta.
 - 2) Kehidupan.
 - 3) Kelangsungan keturunan.

¹ Abimanyu Prayogo, *Apa Itu Ekonomi Kreatif*, 10.

² Abimanyu Prayoga, *Apa Itu Ekonomi Kreatif*, 5.

³ Beni Kurniawan, *Ekonomi & Bisnis Islam*, (Tangerang:CV Al Fath Zumar, 2014), 54-55.

4) Ilmu pengetahuan.

- b. Aktivitas produksi harus mencermati aspek-aspek social-kemasyarakatan. Aktivitas produksi harus mementingkan dan mempertahankan nilai-nilai kesetaraan dengan lingkungan sosial serta lingkungan dalam kehidupan bermasyarakat dalam jangkauan yang lebih luas. Dari hal ini, manusia mempunyai hak untuk menikmati hasil produksi yang mencukupi dan bermutu baik. Jadi, kegiatan produksi tidak hanya menyangkut kepentingan produsen (*staoock holders*) saja, tapi juga menyangkut kepentingan dari masyarakat seluruhnya atau dalam artian konsumen (*stake holders*). Pemerataan hasil, manfaat, dan keuntungan produksi bagi masyarakat umum merupakan tujuan utama dari adanya kegiatan ekonomi.
- c. Munculnya masalah ekonomi merupakan hal yang terjadi bukan hanya berasal dari kelangkaan sumber daya ekonomi untuk kebutuhan manusia saja, tetapi masalah ekonomi muncul juga karena murni dari Allah SWT., mungkin sebab manusia yang jarang atau kurang bersyukur atas apa yang telah diberikan-Nya.

2. Pembaruan Sumber Daya dalam Ekonomi Kreatif

Dalam dunia ekonomi kreatif, pembaruan sumber daya perlu terus dikembangkan dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Pembaruan sumber daya tersebut meliputi:⁴

a. Pembaruan Pengetahuan dan Kreatifitas

Talenta, keterampilan, dan kreatifitas merupakan unsur yang diandalkan dalam suatu industri. Industri inilah yang disebut dengan industri kreatif. Dari pemaksimalan ketiga unsur tersebut, maka kita sudah ikut serta dalam upaya peningkatan kemampuan berproduksi (*capacity building*) sumber daya manusia di Indonesia.

b. Pembaruan Sumber Daya Alam

Pembaruan sumber daya alam atau disebut juga dengan *green economy* ini merupakan bagian terpenting dalam ekonomi kreatif. Pembaruan ini dapat dilakukan dengan teknologi juga ilmu pengetahuan seperti halnya hasil kehutanan yang berupa kayu, dalam fase pertama dapat dijadikan mebel, alat-alat rumah tangga, dan lain sebagainya. Fase selanjutnya dapat diolah lagi menjadi barang lain yang

⁴ Abimanyu Prayoga, *Apa Itu Ekonomi Kreatif*, 24-28.

berharga, bermanfaat dengan rancangan dan ragam yang berbeda dari fase pertama.

c. Pembaruan Produk Ekonomi

Beragam produk-produk ekonomi yang ada di Indonesia, mulai yang bersumber dari lingkungan usaha perkebunan, pertanian, peternakan, pertambangan, perikanan, serta kelautan. Berbagai macam barang atau jasa yang dihasilkan dari setiap lingkungan usaha, dan semua hasil tersebut dapat dikembangkan menjadi barang atau jasa kreatif yang mempunyai nilai lebih.⁵ Dari lingkungan usaha pertanian misalnya ada berbagai macam sayuran, umbi-umbian, kacang-kacangan dan masih banyak lagi yang lainnya. Hasil pertanian tadi dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambahnya seperti kripik dengan kemasan elegan yang dijual di pasar-pasar modern.

d. Pembaruan Seni dan Kerajinan

Hasil daripada lingkungan usaha bidang seni dan kerajinan yang berbagai macam dan banyak variasinya tentu dapat dikreasikan dan dirancang dari fase pertama ke fase berikutnya. Dari pembaruan dapat menciptakan nilai tambah seni dan kerajinan. Seperti halnya seni dan kerajinan dari Yogyakarta dan Bali misalnya, di sana banyak terdapat seni dan kerajinan yang diterapkan sistem pembaruan untuk lebih menarik minat wisatawan lokal maupun manca terhadap seni dan kerajinan yang ada. Dari sini dapat kita lihat sisi baiknya, seperti besarnya minat juga ketertarikan wisatawan luar terhadap seni dan kerajinan dari lokal yang dapat membuka terciptanya pemasaran ke luar negeri atau biasa disebut dengan kegiatan ekspor.

e. Pembaruan Ekonomi Kepariwisata

Dari pembaruan pengetahuan dan kreatifitas, sumber daya alam, produk ekonomi, seni dan kerajinan, pembaruan ekonomi kepariwisataan juga dapat direkayasa dan dikembangkan untuk menciptakan nilai tambah baru seiring berjalannya waktu. Wisata yang dimaksudkan yaitu wisata-wisata yang sudah ada seperti wisata alam, wisata rohani, wisata air, wisata seni dan budaya, wisata belanja, wisata kuliner, dan lain-lain. Indonesia merupakan negara yang kaya akan warisan budaya yang dalam pembaruan ini dapat

⁵ Abimanyu Prayoga, *Apa Itu Ekonomi Kreatif*, 26.

mengkolaborasikan antara nilai dan warisan budaya sehingga dapat menghasilkan nilai tambah dalam hal ini.

B. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

1. Definisi UMKM

Sebelumnya, usaha didefinisikan sebagai kegiatan atau aktifitas menghasilkan barang atau jasa dengan memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang diperlukan dalam proses pembuatan produk atau jasa dalam usaha tersebut.⁶ Sedangkan UMKM merupakan usaha perorangan maupun badan usaha yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro, kecil, atau menengah di lingkungan usaha produktif. Pengertian dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008.

a. Usaha Mikro

Usaha produktif milik perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro yaitu:

- 1) Kekayaan bersih sebesar Rp50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan yang menjadi tempat usaha.
- 2) Jumlah penghasilan paling banyak sebesar Rp300.000.000,- dalam setahun.

b. Usaha Kecil

Usaha produktif milik perorangan maupun badan usaha yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar. Usaha kecil memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Kekayaan bersih sebesar Rp50.000.000,- sampai Rp500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan yang menjadi tempat usaha.
- 2) Jumlah penghasilan Rp300.000.000,- sampai Rp2.500.000.000,- dalam setahun.

c. Usaha Menengah

Usaha produktif milik perorangan ataupun badan usaha yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha

⁶ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 6.

kecil dan juga besar. Usaha menengah memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Kekayaan bersih mulai Rp500.000.000,- sampai Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan yang menjadi tempat usaha.
- 2) Jumlah penghasilan Rp2.500.000.000,- sampai Rp50.000.000.000,- dalam setahun.⁷

Dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang serta negara-negara maju, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi peran utama pada hal tersebut. Berdasarkan bank dunia, UMKM merupakan pendorong utama dan terdepan dalam pembangunan ekonomi sekaligus penciptaan lapangan kerja baru bagi masyarakat.⁸ Ada tiga alasan penting yang menjadi dasar UMKM sebagai hal penting bagi negara berkembang. Pertama, UMKM mampu menciptakan tenaga kerja yang produktif dan inovatif. Kedua, UMKM sering mengalami peningkatan produktivitas dan perubahan teknologi dari adanya investasi. Ketiga, UMKM memiliki keunggulan dalam keluwesan dibandingkan usaha besar.

Kontribusi UMKM terhadap tanah air Indonesia adalah sebagai berikut:⁹

- a. Melakukan pelayanan ekonomi secara menyeluruh pada masyarakat, rangkaian tindakan pemerataan juga penambahan hasil kerja, membantu pertumbuhan ekonomi, sekaligus melahirkan kestabilan negara.
- b. Sebesar 98% UMKM selalu ada dan kokoh walaupun terjadi krisis moneter 1998 pada krisis tahun 2008-2009.
- c. Memberi sokongan terhadap negara maupun pemerintah dalam masalah pengadaan lapangan kerja baru.
- d. UMKM merupakan pelaku utama karena jumlah pelaku usaha berpengaruh kuat dalam perekonomian Indonesia.
- e. Membuahkan hasil berupa PDB.
- f. Memberikan sokongan ekspor.
- g. Tersebarnya secara geografis Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) nasional diseluruh tanah air dalam semua

⁷ Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 71-72.

⁸ Dindin Abdurrohimi, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), 1.

⁹ Dindin Abdurrohimi, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, 47.

lingkungan usaha sebesar $\pm 52,33\%$ atau setara dengan Rp830,9 triliun.

- h. Ruang dalam menciptakan pelaku usaha baru.
- i. Rasa candu terhadap unsur pemasukan barang dari luar negeri yang sedikit memerlukan komposisi dan sumber daya daerah sendiri yang tidak sulit dijumpai dan ada di daerah sekitar sehingga dapat menggunakan devisa dengan cermat dan hati-hati.

Upaya pengembangan kapasitas UMKM juga diperlukan dalam rangka mempertahankan dan menumbuhkan UMKM yaitu sebagai berikut:¹⁰

- a. Menyadari dan mengerti kemampuan kelembagaan.

Ini dapat diatasi dengan melihat pengembangan kapasitas (*capacity buiding*) guna untuk membatu proses perubahan dalam diri, individu, kelompok, ataupun organisasi sebagai usaha memperkuat kekuatan penyesuaian individu juga organisasi agar dapat cepat menyadari perubahan lingkungan.

- b. Mengerti akan langkah-langkah pengembangan kemampuan kelembagaan usaha kecil.

Langkah-langkah usaha menumbuhkan kemampuan secara keseluruhan dapat dikerjakan secara individu ataupun organisasi. Jika dilakukan secara individu, langkah usaha pengembangan kemampuan dapat dilakukan dengan melihat pada aspek kemampuan, keahlian, pengetahuan, dan moral individu. Sedangkan pada organisasi, dapat dilakukan dengan melihat aspek sumber daya, tata cara pelaksanaan, struktur organisasi, dan cara pengambilan keputusan.

- c. Mengetahu kelas pengembangan kemampuan kelembagaan.

Upaya pengembangan kapasitas UMKM dapat dilakukan oleh semua pihak, seperti pemilik atau pemimpin usaha, anggota, maupun pemerintah. Pemerintah di sini dapat melakukan upaya pengembangan misalnya saja melalui pemberian fasilitas usaha, pendampingan usaha, stimulan untuk usaha, juga bimbingan atau arahan untuk upaya pengembangan usaha.

2. Potensi UMKM

Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. Pada setiap kemampuan

¹⁰ Dindin Abdurrohman, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, 12-13.

dalam bidang apapun itu, pasti terdapat potensinya. Dalam UMKM pun juga mempunyai beberapa potensi yang dilihat dari pengaruh lingkup internal juga eksternal, yaitu sebagai berikut:¹¹

a. Potensi Internal

- 1) Susunan serta sifat khas kelompok kerja sama, usaha juga proses mengelola UMKM yang lumayan luwes dalam menyediakan kemudahan untuk menyamakan dengan peralihan daya serap atau kemampuan, pasar, maupun perekonomian.
- 2) Produk yang dihasilkan UMKM mempunyai harga yang dapat dijangkau masyarakat dan UMKM juga ikut andil dalam upaya peningkatan pasar domestik, terkhusus bagi proses menyediakan produk baik barang ataupun jasa sesuai yang dibutuhkan utama oleh masyarakat.
- 3) Kaitan kuat yang dimiliki produk UMKM dengan sumber daya dan budaya yang ada di daerah, juga ilmu pengetahuan, keahlian dan keterampilan tangan juga sistem kerja yang ada secara turun-temurun dengan pemakaian sumber daya yang ada di daerah dapat meminimalkan kecanduan terhadap bahan dari luar.
- 4) Banyaknya UMKM besar adalah kekuatan untuk ikut andil lebih banyak pada perekonomian dan peningkatan usaha dalam rantai nilai serta rantai pasok sehingga ketepatan cara metode produksi dan pemasaran bisa meningkat.

b. Potensi Eksternal

- 1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 membahas UMKM dan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 membahas Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyampaikan pengembangan atau peningkatan UMKM.
- 2) Kemudahan dalam membangun usaha tidak resmi, khususnya pada skala kecil, membuat kemampuan pengembangan wirausaha baru dan UMKM yang lebih banyak.
- 3) Sokongan adanya sumber daya alam serta permintaan yang banyak, walaupun taraf daya cipta dalam proses

¹¹ Dindin Abdurrohman, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, 50-52.

memanfaatkan sumber daya alam serta kekuatan permintaan pasar yang beda antarwilayah.

- 4) Kebijakan dari pemerintah pusat juga daerah, dan sokongan dari yang berkepentingan untuk membantu UMKM meningkat.
- 5) Perkembangan perbanguan warga masyarakat yang berusia produktif serta pendidikan dan keahlian yang lebih besar, menjadi kekuatan pekerja yang cekatan juga perkembangan wirausaha berkemampuan produksi yang lebih baik.
- 6) Perubahan perekonomian yang awalnya berpegang dengan sumber daya alam, selanjutnya berpindah pada perekonomian yang berdasarkan pada ilmu pengetahuan. Sehingga ekonomi kreatif dapat diperkuat untuk ke depannya dan memiliki masa depan yang lebih baik dalam penyedia lapangan kerja dan pendukung perekonomian negara.

3. Faktor Penurunan UMKM

Dalam dunia usaha, selain adanya kesuksesan pasti ada juga kegagalan. Usaha itu tidak selalu langsung meraih kesuksesan, di dalam kesuksesan kegagalan pasti menghantui. Kesuksesan dalam usaha dipengaruhi beberapa faktor, faktor sendiri suatu hal yang dapat mempengaruhi jalannya atau proses dalam beraktifitas maupun memproduksi. Faktor-faktor ini meliputi:¹²

a. Kurangnya modal

Modal merupakan faktor utama dalam sebuah usaha. Modal juga merupakan faktor produksi yang dibutuhkan dalam perputaran roda usaha. Tanpa adanya modal, usaha tidak akan berjalan seperti yang diharapkan. Modal diperlukan dalam proses pengembangan usaha. Modal bisa didapat dari berbagai cara, seperti menabung sebelum memulai usaha, mengambil pinjaman dari lembaga keuangan, ataupun mencari investor yang bersedia. Jika meminjam di lembaga keuangan biasanya menggunakan jaminan tertentu sesuai persyaratan dari lembaga, sedangkan investor ini biasa sulit untuk masuk apabila usaha masih kecil.¹³

¹² Dindin Abdurrohman, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, 5-7.

¹³ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, 108.

Dalam usaha ada tiga jenis modal, yaitu sebagai berikut:¹⁴

1) Modal Kerja

Modal kerja merupakan modal yang dikeluarkan untuk membeli, membuat, ataupun memperoleh bahan baku yang akan digunakan dalam pembuatan produk. Modal kerja biasanya dikeluarkan setiap bulannya. Tetapi ada juga yang mengeluarkan modal kerja setiap minggu maupun setiap hari. Sebagai contoh, jika kita mempunyai usaha kerajinan, kita mengeluarkan modal kerja guna membeli bahan baku untuk membuat kerajinan.

2) Modal Investasi Awal

Modal investasi awal ini merupakan modal yang dikeluarkan atau digunakan untuk jangka panjang. Modal investasi awal biasanya jumlahnya lebih banyak karena dipakai untuk jangka panjang. Tetapi modal investasi awal seiring bertambahnya waktu, akan menurun nilainya. Modal investasi awal biasanya digunakan untuk misalnya, membangun tempat usaha, membeli peralatan utama untuk membuat produk, perabotan untuk tempat usaha, dan lain sebagainya.

3) Modal Operasional

Modal operasional adalah modal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan bulanan ataupun harian pada usaha. Misalnya saja, untuk biaya listrik, gaji tenaga kerja, pulsa atau kuota internet, bahan bakar untuk kendaraan, dan lain-lain.

b. Tenaga kerja yang terbatas

Pelaksanaan usaha, tidak terlepas dari adanya tenaga kerja. Usaha yang semakin berkembang, pasti juga membutuhkan tambahan tenaga kerja. Tenaga kerja ini meliputi, karyawan, buruh, dan staf-staf bagi perusahaan yang sudah besar.¹⁵ Unsur penting dalam sebuah proses mengelola usaha terdiri dari pegawai, karyawan, buruh atau tenaga kerja. meskipun teknologi menguasai di zaman sekarang ini, namun tenaga kerja memegang peranan penting dan tetap dibutuhkan keberadaanya untuk mendukung suksesnya proses mengelola usaha.

¹⁴ Supriadi, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Expert, 2019), 71-72.

¹⁵ Supriadi, *Kewirausahaan*, 128.

Memang sekarang ini sedang maraknya penggunaan teknologi mekanis juga otomatis. Tetapi, walaupun sudah ada teknologi tersebut, tenaga kerja manusia tetap dibutuhkan guna menjalankan, merawat, atau bisa pula menggantikan adanya teknologi tersebut karena suatu hal seperti teknologi mengalami kerusakan atau gangguan. Tanpa adanya tenaga kerja manusia, teknologi mekanis dan otomatis kurang sempurna keberadaannya dalam usaha. Demikian, tenaga kerja manusia memegang peranan penting dalam usaha, jika sewaktu-waktu pengusaha mengalami kesulitan ataupun masalah dapat dicurahkan ke tenaga kerja.

Apabila dilihat dari zaman dahulu, kebanyakan dari usaha kecil tumbuh secara turun temurun dari keluarga. Dalam usaha turun temurun biasanya dalam pengelolaan baik proses produksi, keuangan, pengetahuan serta keterampilan dilakukan dan dipelajari secara autodidak dan diturunkan ke keturunannya. Sehingga tidak semua orang dapat dan mengetahui pengelolaan usaha kita. Dari hal ini yang menyebabkan usaha sulit berkembang dan sulit untuk mendapatkan teknologi baru sesuai perkembangan zaman dalam usaha untuk meningkatkan daya saing produk yang telah ada. Peningkatan tenaga perlu adanya guna memfasilitasi usaha di mana orang-orang menjadi obyek utamanya.¹⁶

c. Pangsa Pasar

Pangsa pasar dalam hal ini juga sangat penting gunanya untuk kelangsungan usaha. Pengertian dari pangsa pasar sendiri yaitu rasio yang menentukan atau menetapkan jumlah penjualan produk dari suatu usaha dibandingkan dengan jumlah industri.¹⁷ Pangsa pasar yang luas dapat membantu perusahaan dalam mendapatkan kepuasan konsumen yang akhirnya perusahaan dapat merasakan keunggulan pada persaingan. Pangsa pasar juga dikatakan sebagai penentu dalam memperoleh laba dengan landasan bahwa perusahaan akan memperoleh pertambahan pangsa

¹⁶ I Nengah Sudja dan Agus Wahyudi Salasa Gama, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 10.

¹⁷ Irma Setyawati, *Bank Umum Syariah di Indonesia; Peningkatan Laba dan Pertumbuhan Melalui Pengembangan Pangsa Pasar*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 18.

pasar dan menaikkan keuntungan atau laba selama bisa melaksanakan ketepatan cara.

Dalam pangsa pasar, sarana dan prasarana juga mendukung penuh terhadap perkembangan usaha. Jika dalam usaha masih punya keterbatasan dalam sarana juga prasana, ini akan menyebabkan kurangnya pertumbuhan usaha. Apalagi apabila dalam usaha lemah akan informasi tentang teknologi dan pengetahuan, ini akan akan menambah sulitnya perkembangan usaha. Misalnya saja, sekarang ini zaman sudah semakin maju dengan seperti setiap pabrik atau tempat usaha pasti mempunyai mesin dalam usaha tersebut guna membantu memudahkan dalam pengerjaan atau proses produksi.

Kemudian terbatasnya akses pasar dalam memasarkan produk juga menimbulkan ketidakdapatn produk merasakan pemasaran secara kompetitif dalam pasar lokal maupun global. Untuk mendapatkan akses pasar, sebelumnya harus bisa menentukan posisi pasar, mengetahui kemampuan pesaing juga harus mengetahui cara mendapatkan akses pasar yang luas.¹⁸

Usaha kecil biasanya hanya mempunyai lingkup pemasaran yang sempit, seperti warga sekitar tempat usaha dan sekitarnya saja. Dalam penerobosan pasar, usaha kecil biasanya belum berani untuk melakukan penerobosan ke jaringan luas dikarenakan usaha kecil dengan SDM yang masih rendah ditakutkan kuwalahan terhadap permintaan konsumen jika permintaan melebihi kapasitas SDM yang ada. Berbeda dengan usaha besar yang mempunyai jaringan usaha dan kemampuan penerobosan pasar yang kuat sekaligus dukungan teknologi yang mumpuni.

Adapun langkah-langkah dalam strategi pemasaran yaitu:

- 1) Segmentasi, kegiatan memilah suatu pasar ke dalam bagian-bagian kelompok berdasarkan geografis, demografis, psikografis, perilaku, manfaat, juga vertikal versus horizontal.¹⁹

¹⁸ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, 61.

¹⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Global Konteks Offline & Online*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), 117-119.

- 2) Targeting, kegiatan memastikan satu pasar yang akan dijadikan sebagai tujuan pemasaran sesuai dengan produk yang akan dihasilkan.
- 3) Positioning, kegiatan atau upaya dalam menempatkan produk pada benak konsumen atau pelanggan sasaran dari segi kualitas, kuantitas, harga, serta kenyamanan produk.

C. Ekonomi Syariah

1. Pengertian Ekonomi Syariah

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani “Oikos” atau “Oiku” dan “Nomos” yang bermakna aturan atau tata cara dalam rumah tangga. Kalau secara umum, ekonomi berarti “usaha manusia”. Dalam istilah, ekonomi merupakan seluruh hal yang berkaitan dengan kehidupan dalam rumah tangga, maksud dari kata rumah tangga ini menunjukkan pada arti luas yaitu rumah tangga negara, bangsa ataupun dunia.²⁰

Sedangkan pengertian syariat dalam bahasa Arab yaitu jalan yang seharusnya dilalui dalam ini bermakna sistem hukum atau tata cara perilaku yang didasarkan pada alquran dan assunah.²¹ Secara istilah syariat atau syariah berarti pokok atau inti ketentuan hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT untuk ditaati juga dijadikan pedoman bagi orang muslim dalam menjalankan kehidupan sekaligus ibadah sehari-hari semata-mata hanya diniatkan untuk mencari ridha Allah SWT.²²

Definisi dari ekonomi syariah atau juga dapat disebut dengan ekonomi Islam oleh para ahli yaitu ilmu ekonomi yang dilakukan pada kehidupan individu, kelompok atau golongan, bermasyarakat, serta bernegara dalam kaitannya dengan pengorganisasian hal produksi, distribusi dan konsumsi barang maupun jasa yang dihasilkan dengan memperhatikan syariat-syariat islam.²³

²⁰ Nur Laili dan Budiyono Pristyadi, *Teori Ekonomi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 1.

²¹ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 43.

²² Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 16.

²³ Havis Aravik, *Ekonomi Islam Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Sislam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*, (Malang: Empatdua, 2016), 1.

2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah

Adapun prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam menurut Syafi'i Antonio terlihat pada pengetahuan Islam tentang harta juga aktivitas ekonomi. Pengetahuan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Allah SWT merupakan penguasa dan pemilik penuh segala yang ada di dunia ini, termasuk harta benda maupun yang lainnya. Manusia hanyalah menjadi pemilik atau penguasa sementara atau disebut dengan pemilik yang sifatnya relatif, hanya sebatas menjalankan amanah dari Allah SWT semata. Hal ini terdapat pada QS. Al-Baqarah [2] ayat 284, yang artinya;
"Kepunyaan Allah-lah segala apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Dan jika kamu melahirkan apa yang ada di dalam hatimu atau kamu menyembunyikannya, niscaya Allah akan membuat perhitungan dengan kamu tentang perbuatanmu itu. Maka Allah mengampuni siapa yang dikehendaki-Nya dan menyiksa siapa yang dikehendaki-Nya; dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu."
- b. Kedudukan harta yang dimiliki manusia yaitu sebagai berikut:
 - 1) Harta hanya sebagai amanah dari Allah SWT, manusia diharuskan untuk menjalankan, melaksanakan dan juga menjaganya dengan sebaik-baiknya yang dilandaskan pada aturan alquran dan hadits agar berkah bagi kehidupan dunia maupun akhirat kelak.
 - 2) Harta sebagai perhiasan hidup, yang berarti harta sebagai jati diri sosial bagi empunya. Dengan harta tersebut dapat menjadikan seseorang dalam sosiologi sosial masuk dalam kelas-kelas tertentu, misalnya saja miskin atau kaya. Jika harta masuk dalam kelas kaya, maka wajib hukumnya untuk menyedekahkan sebagian harta kepada yang berhak menerimanya.
 - 3) Harta sebagai penguji keimanan, maksudnya yaitu bagaimana cara seseorang dalam mengelola harta yang dimilikinya. apakah seseorang itu dapat menjadikan hartanya bermanfaat bagi dirinya maupun orang lain dan juga alam sesuai dengan syariah Islam ataukah sebaliknya. Ini merupakan bentuk ujian dari Allah SWT untuk membuktikan bahwa seseorang dikatakan kaya atau miskin harta juga keimanan.

- 4) Usaha atau mata pencaharian yang halal dan sesuai dengan syariah Islam dilakukan dalam upaya pemilikan harta.²⁴ Banyak ayat alquran yang menjelaskan tentang anjuran untuk mencari nafkah yang halal bagi umat Islam. Salah satunya QS. Al-Baqarah [2] ayat 267.
- “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sedikit tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”
- 5) Dilarang mencari harta yang dapat menyebabkan hilangnya keimanan. Dengan kata lain, memusatkan kekayaan dan mengesampingkan keimanan. Adapun firman Allah tentang hal ini yaitu QS. At-Takaatsur [102] ayat 1-2:
- “Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur.”

3. Ciri-Ciri dan Tujuan Ekonomi Syariah

Dari adanya prinsip-prinsip ekonomi di atas, memunculkan hal-hal yang dapat menjadikan ciri-ciri ekonomi Islam adalah sebagai berikut:²⁵

- a. Kepemilikan, manusia mempunyai kewajiban dalam mengelola alam yang ada untuk kepentingan kehidupan manusia. Dalam pengelolaannya, manusia harus mempertanggungjawabkannya kepada Allah SWT.
- b. Penerapan perintah dalam berbuat kebaikan yang senantiasa dianjurkan untuk bersedekah kepada siapapun.
- c. Kebersihan, bertujuan untuk menjaga alam dari kerusakan akibat ulah manusia sendiri dan alam tetap hidup hingga akhir usia dunia.
- d. Kehalalan produk baik barang maupun jasa. Kehalalan ini harus diperoleh dari awal pembuatan produk hingga hasil akhirnya.

²⁴ Havis Aravik, *Ekonomi Islam Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Sislam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*, 10.

²⁵ Havis Aravik, *Ekonomi Islam Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Sislam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*, 21-24.

- e. Keseimbangan, dalam hal ini manusia diharuskan untuk menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan juga kehidupan akhirat, tidak boleh hanya mementingkan satu hal saja.
- f. Bekerja dinilai sebagai kebaikan juga ibadah yang paling baik dan rasa malas dinilai sebagai kejahatan.
- g. Upah tenaga kerja, keuntungan serta bunga, dalam ketiga hal ini diharapkan dapat menyeimbangkan antara satu sama lainnya.
- h. Sifat jujur dan tidak ingkar janji, hal ini merupakan salah satu kunci kesuksesan hidup di dunia juga akhirat. Allah SWT mengajarkan hamba-Nya untuk senantiasa bersifat jujur dan menepati janji yang telah dibuatnya.
- i. Pembangunan, ini wajib dijalankan dalam rangka memperindah negeri dan juga diri sendiri.

Bersumber pada konsep dasar ajaran Islam yakni tauhid serta berdasarkan sumber atau acuan dari alquran dan sunnah ekonomi Islam mempunyai tujuan yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut:²⁶

- a. Memenuhi kebutuhan pokok manusia seperti pendidikan, sandang, pangan, papan, kesehatan, dan lainnya bagi semua masyarakat.
- b. Menentukan kesamaan kesempatan untuk masyarakat.
- c. Menahan akan terjadinya pementingan kekayaan sebagai hal utama dan meminimkan hal yang tidak sebagaimana mestinya dana penyaluran pendapatan serta kekayaan pada masyarakat.
- d. Memastikan pada semua orang akan kemerdekaan dalam hal menaati nilai-nilai moral.
- e. Menentukan keseimbangan dan perkembangan ekonomi.

D. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema yang saya ambil:

²⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Teori Makroekonomi Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 6-7.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Arief Imam Santoso (2015)	Potensi UMKM Wayang Kulit di Desa Sonorejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo	Menunjukkan bahwa sebagian besar para pengrajin berusia 40-50 tahun dan berpendidikan SMP, lama usaha lebih dari 10 tahun dengan omset 5-10 juta per bulan. Kendala yang dihadapi adalah kurangnya permodalan, lemahnya manajemen, kurangnya pemasaran, keterbatasan bahan baku dan teknologi serta keterbatasan tenaga kerja. Adapun solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut antara lain: 1) peningkatan <i>capacity building</i> UKM, 2) peningkatan promosi, 3) mengembangkan kemitraan, 4) introduksi teknologi dan 5) regenerasi pengrajin.
<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Ruang lingkup penelitian, yaitu potensi UMKM. B. Penggunaan UMKM sebagai variabel independen. <p>Perbedaan:</p> <p>Penelitian terdahulu berfokus pada potensi serta kendala-kendala yang ada pada UMKM wayang kulit di Desa Sonorejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo sebelum adanya pandemi covid-19. Sedangkan peneliti berfokus pada analisis faktor-faktor yang menyebabkan UMKM caping kalo yang sudah mulai punah ini menurun, keberadaannya di Desa Gulang Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.</p>			

2	Laras Ratu Khalida, dkk. (2021)	Strategi Menumbuhkan Potensi Masyarakat Melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur	Hasil penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu: 1) menumbuhkan iklim usaha yang meliputi beberapa aspek, diantaranya terkait pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dan dukungan kelembagaan; 2) memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat. Adapun faktor-faktor yang menghambat antara lain, terbatasnya jumlah modal, terbatasnya sumber daya manusia, dan terbatasnya akses pemasaran.
<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Ruang lingkup penelitian, yaitu UMKM. B. Penggunaan UMKM sebagai variabel independen. <p>Perbedaan:</p> <p>Penelitian yang dilakukan Laras Ratu Khalida, Niken Aulia Irfani, dkk., lebih cenderung ke cara menumbuhkan potensi masyarakat melalui UMKM di Desa Adiarsa Timur yang dilakukan dengan cara salah satunya pelatihan dan pembinaan bagi masyarakat dalam upaya mengambangkankan usahanya. Sedangkan peneliti cenderung meneliti penurunan UMKM caping kalo di Desa Gulang Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus yang diakibatkan oleh menurunnya SDM dilihat dari beberapa faktor.</p>			
3	Muhammad Nizar dan	Pengembangan Potensi Lokal	Menunjukkan terjadinya perubahan terhadap perilaku

	<p>Mukhid Mashuri (2018)</p>	<p>Melalui Pemberdayaan Lingkungan dan UMKM pada Masyarakat Pesisir</p>	<p>ibu-ibu rumah tangga sebelum pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan nugget udang yang dapat meningkatkan profit keluarga. <i>Home industry</i> dapat dikelola secara perorangan ataupun kelompok oleh ibu-ibu dan warga Tambak Lekok. Apabila <i>home industry</i>, secara individu dan dilakukan pendampingan melalui <i>continue</i> memungkinkan dapat diajukan legalisasi Sertifikat Produk Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), yaitu dengan memanfaatkan hasil Teknologi yang dimiliki oleh Universitas Yudharta Pasuruan dalam rangka hilirisasi.</p>
<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Ruang lingkup penelitian, yaitu UMKM. b. Penggunaan potensi lokal sebagai variabel dependen. <p>Perbedaan:</p> <p>Penelitian yang dilakukan Muhammad Nizar dan Mukhid Mashuri lebih cenderung ke upaya pengembangan potensi yang ada melalui pemberdayaan lingkungan serta UMKM pada masyarakat pesisir yang kebanyakan dilakukan oleh ibu rumah tangga serta melihat perbedaan yang ada sebelum dan setelah adanya pelatihan. Sedangkan peneliti cenderung meneliti penurunan UMKM caping kalo di Desa Gulang Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus yang diakibatkan oleh menurunnya SDM dilihat dari beberapa faktor.</p>			
<p>4</p>	<p>Imam Husni Al Amin, dkk. (2017)</p>	<p>Pengembangan Usaha Tangkap dan Olahan Bandeng Laut di Semarang Barat Kota Semarang</p>	<p>Menunjukkan bahwa pelaksanaan IbM dimulai dari melakukan identifikasi dan analisis situasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra, memberikan solusi berupa pelatihan manajemen usaha, pendampingan bagi nelayan dan pengolah bandeng, serta penerapan teknologi</p>

			produksi dan pemasaran. Untuk nelayan juga perlu adanya pengembangan teknologi alat tangkap dan keamanan bagi nelayan, sedangkan bagi pengolah bandeng teknologi produksi pengolahan bandeng yang semi otomastis, menambah variasi olahan dan pemasaran online.
<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup penelitian, yaitu UMKM. Penggunaan pengetahuan produk, kepercayaan dan niat sebagai hal yang menjadi fokus peneliti. <p>Perbedaan:</p> <p>Penelitian terdahulu berfokus pada pengembangan usaha tangkap bandeng laut yang banyak secara lebih cepat dan aman melalui pemberdayaan dari peneliti serta usaha peningkatan kualitas dan kuantitas produksi, pemasaran sekaligus penjuala olahan bandeng laut. Sedangkan peneliti cenderung meneliti penurunan UMKM caping kalo di Desa Gulang Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus yang diakibatkan oleh menurunnya SDM dilihat dari beberapa faktor.</p>			
5	Nurlinda dan Junus Sinuraya (2020)	Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur	Hasil dari penelitian ini adalah mendeskripsikan UMKM dalam perekonomian saat pandemi covid-19. Kinerja UMKM selama tahun 2020 mengalami penurunan. Beberapa faktor penyebab penurunan ini yaitu permintaan masyarakat yang menurun, sulitnya mencari bahan baku dan terganggunya distribusi bahan baku akibat perusahaan pemasok tutup atau tidak menjalankan usahanya, kesulitan mengakses pembiayaan.
<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup penelitian, yaitu UMKM. Penelitian menggunakan metode kualitatif. 			

Perbedaan:

Penelitian terdahulu berfokus pada potensi semua UMKM yang ada di Indonesia dalam menyangga perekonomian rakyat disaat pandemi covid-19. Sedangkan peneliti lebih mengkhususkan untuk meneliti potensi UMKM caping kalo di Desa Gulang Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus yang saat ini sudah mulai jarang keberadaannya dan juga menurun pemasarannya dikarenakan oleh beberapa faktor.

Pada riset-riset terdahulu ada beberapa celah yang memberi peneliti peluang untuk menghadirkan sesuatu yang orisinal ialah, caping kalo merupakan suatu variabel yang belum pernah dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan studi analisis faktor-faktor penurunan UMKM caping kalo di Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus. Caping kalo sebagai aset yang keberadaannya harus terus dilestarikan, saat ini UMKM kerajinan caping kalo hanya tersisa dua UMKM yang berada di Desa Gulang Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus. Proses pembuatan caping kalo yang sangat rumit dan memakan waktu yang sangat lama untuk menyelesaikan satu buah caping kalo, membuat banyak anak muda yang tidak ingin belajar serta mengembangkan kerajinan ini. Penelitian sudi analisis faktor-faktor penurunan UMKM caping kalo di Desa Gulang Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus ini ditujukan untuk mengetahui dan mencari solusi atas faktor-faktor yang menyebabkan UMKM caping kalo mengalami penurunan dilihat dari segi modal, tenaga kerja, bahan baku, dan lainnya. Dengan melihat peran penting UMKM dalam perekonomian nasional serta peran penting UMKM caping kalo sebagai salah satu potensi untuk pelestarian budaya lokal yang harus terus dikembangkan. diharapkan kepada masyarakat khususnya masyarakat Kudus untuk bisa meneruskan budaya lokal agar eksistensinya tetap terjaga dan tidak punah dimakan zaman.

E. Kerangka Berpikir

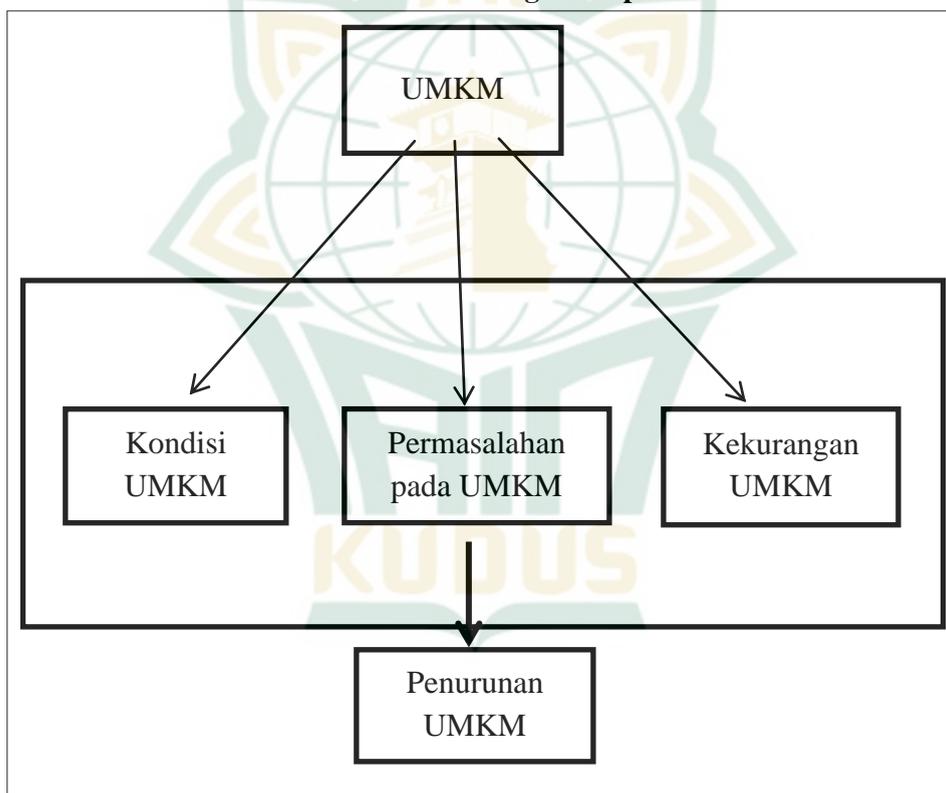
Kerangka berpikir yang tepat akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Sehingga, secara teoritis ialah hubungan antar variabel independen dan dependen. Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut terdapat dua variabel atau lebih, biasanya dirumuskan hipotesis yang berbentuk komparasi maupun hubungan. Oleh karena itu, dalam rangka menyusun hipotesis penelitian yang memiliki bentuk sebuah hubungan maupun komparasi, oleh karena itu memerlukan kerangka berfikir. Seorang peneliti diwajibkan

untuk menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam penyusunan kerangka pemikiran yang membuahkan sebuah hipotesis. Kerangka pemikiran ini merupakan sebuah penjelasan sementara terhadap gejala-gejala kepada objek permasalahan.²⁷

Jika dilihat dari masalah yang akan diteliti dapat disimpulkan bahwa dari UMKM akan muncul beberapa faktor yang dapat membuat penurunan pada UMKM. Faktor ini bisa berasal dari kondisi UMKM, permasalahan yang ada pada UMKM, dan juga kekurangan-kekurangan yang dimiliki oleh UMKM.

Maka kerangka berfikir dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 47.