

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai sektor perekonomian, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perubahan tersebut mendorong terbukanya akses pasar yang semakin luas, namun pada saat yang sama meningkatkan tingkat persaingan antar pelaku usaha. Dalam kondisi tersebut, UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan beradaptasi agar tetap mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Sebagai salah satu pilar perekonomian nasional, UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat (Roudhotun et al., 2024).

Meningkatnya persaingan usaha menyebabkan pelaku UMKM tidak lagi cukup mengandalkan produk yang telah ada, tetapi dituntut untuk terus melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan kebutuhan dan preferensi konsumen. Persaingan tidak hanya berasal dari pelaku usaha lokal, tetapi juga dari produk-produk yang dipasarkan secara luas melalui perkembangan teknologi digital. Kondisi tersebut mengharuskan pelaku UMKM memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah, keunikan, dan daya saing agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Bagi UMKM yang bergerak pada sektor industri kreatif seperti

batik, tantangan tersebut semakin kompleks karena selain mempertahankan nilai budaya yang melekat pada produk batik, pelaku usaha juga harus mampu mengembangkan inovasi yang sesuai dengan perkembangan tren pasar tanpa menghilangkan identitas lokal yang dimiliki (Safitri & Mudra, 2020).

Salah satu faktor yang berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah kreativitas pelaku usaha. Menurut Guilford (1950), kreativitas merupakan kemampuan berpikir divergen yang memungkinkan seseorang menghasilkan berbagai alternatif ide, solusi, maupun gagasan baru yang bermanfaat. Kreativitas tidak hanya tercermin pada kemampuan menciptakan produk baru, tetapi juga pada kemampuan mengembangkan produk yang telah ada, menyesuaikan strategi pemasaran, memanfaatkan peluang pasar, serta menyelesaikan berbagai permasalahan usaha secara inovatif. Dalam konteks UMKM, kreativitas menjadi modal penting untuk menciptakan diferensiasi produk sehingga mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kreativitas memiliki kontribusi terhadap perkembangan usaha dan peningkatan pendapatan UMKM (Mardianti et al., 2022; Fausiah Rafika, 2023). Pelaku usaha yang memiliki kreativitas cenderung lebih mampu menciptakan inovasi produk, melakukan penyesuaian terhadap perubahan pasar, serta memanfaatkan peluang bisnis secara lebih efektif. Namun demikian, peningkatan pendapatan UMKM pada dasarnya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, strategi pemasaran, permintaan pasar, maupun kemampuan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, dalam penelitian ini kreativitas tidak diposisikan sebagai satu-satunya faktor yang menentukan peningkatan pendapatan, melainkan sebagai

salah satu faktor yang memberikan kontribusi terhadap perkembangan usaha berdasarkan pengalaman dan praktik yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Dalam perspektif ekonomi syariah, kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga harus dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kreativitas dalam berusaha diarahkan untuk menghasilkan inovasi yang memberikan kemaslahatan (*maslahah*), menghasilkan produk yang halal, menerapkan etika bisnis Islam, serta tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Dengan demikian, kreativitas tidak hanya dipandang sebagai kemampuan menciptakan ide atau produk baru, tetapi juga sebagai upaya menghadirkan inovasi yang memberikan manfaat bagi pelaku usaha, konsumen, maupun masyarakat secara luas. Penerapan kreativitas yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah diharapkan mampu menciptakan keberlanjutan usaha sekaligus memberikan nilai tambah yang tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga bernilai moral dan sosial (Karim, 2010).

Berdasarkan hasil telaah terhadap penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian mengenai kreativitas pelaku usaha masih menggunakan pendekatan kuantitatif yang berorientasi pada pengujian hubungan antarvariabel secara statistik. Penelitian tersebut umumnya menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh kreativitas terhadap kinerja maupun pendapatan usaha, tetapi belum menggambarkan secara mendalam bagaimana proses kreativitas diwujudkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Di sisi lain, penelitian yang mengkaji kreativitas pelaku usaha pada UMKM batik dengan menggunakan pendekatan kualitatif masih relatif terbatas, khususnya yang mengaitkannya dengan

perspektif ekonomi syariah. Padahal, pendekatan kualitatif diperlukan untuk memahami pengalaman, proses, serta makna yang melatarbelakangi penerapan kreativitas oleh pelaku usaha (Moleong, 2018).

Berdasarkan kondisi tersebut, *research gap* penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang mengintegrasikan kreativitas pelaku usaha, peningkatan pendapatan, dan perspektif ekonomi syariah dalam konteks UMKM batik. Penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada hubungan kreativitas terhadap kinerja usaha secara umum tanpa menjelaskan bagaimana kreativitas diwujudkan dalam praktik bisnis serta bagaimana praktik tersebut dijalankan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Selain itu, objek penelitian terdahulu lebih banyak dilakukan pada sektor kuliner, perdagangan, dan jasa, sehingga penelitian mengenai UMKM batik sebagai industri kreatif berbasis budaya lokal masih relatif sedikit dilakukan.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif untuk mengungkap secara mendalam praktik kreativitas pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan pada UMKM batik, kemudian menganalisis praktik tersebut berdasarkan perspektif ekonomi syariah melalui aspek kemaslahatan, kehalalan produk, etika bisnis, dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan bentuk kreativitas yang dilakukan pelaku usaha, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai kesesuaian praktik kreativitas tersebut dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Ida Batik yang berlokasi di Kecamatan Tamanan, Kabupaten Bondowoso. Pemilihan UMKM Ida Batik sebagai objek penelitian didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa

usaha tersebut mengalami perkembangan melalui inovasi motif batik khas Bondowoso, diversifikasi produk, penyesuaian desain sesuai kebutuhan konsumen, serta pemanfaatan pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Perkembangan tersebut menjadikan UMKM Ida Batik relevan untuk dikaji dalam memahami bagaimana kreativitas pelaku usaha diterapkan dalam kegiatan usaha dan bagaimana kreativitas tersebut berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan.

Melalui penelitian ini diharapkan diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik kreativitas pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan UMKM Ida Batik serta kesesuaiannya dengan perspektif ekonomi syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya mengenai praktik kreativitas pada UMKM berbasis industri kreatif, sekaligus menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha yang inovatif, berdaya saing, dan tetap berlandaskan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Ida Batik yang berlokasi di Kecamatan Tamanan, Kabupaten Bondowoso. Pemilihan UMKM Ida Batik sebagai objek penelitian didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa UMKM ini mengalami perkembangan usaha yang ditandai dengan bertambahnya variasi motif batik khas Bondowoso, diversifikasi produk menjadi berbagai produk turunan batik, kemampuan menyesuaikan desain berdasarkan permintaan konsumen (custom order), serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Selain itu, UMKM Ida Batik mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri

batik lokal melalui inovasi yang terus dilakukan tanpa menghilangkan identitas budaya lokal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kreativitas menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha sehingga menarik untuk dikaji lebih mendalam mengenai praktik kreativitas pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peran Kreativitas Pelaku Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Ida Batik Perspektif Ekonomi Syariah.”**

## **1.2 Masalah Penelitian**

- 1.2.1. Bagaimana praktik kreativitas pelaku usaha UMKM Ida Batik dalam meningkatkan pendapatan ditinjau dari perspektif ekonomi syariah?
- 1.2.2. Bagaimana Peran kreativitas pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan UMKM Ida Batik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1.3.1. Menganalisis praktik kreativitas pelaku usaha UMKM Ida Batik ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.
- 1.3.2. Menganalisis peran kreativitas pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan UMKM Ida Batik.

## **1.4 Definisi Operasional**

Definisi operasional digunakan untuk memberikan batasan dan memperjelas makna istilah yang digunakan dalam penelitian sehingga tidak menimbulkan perbedaan penafsiran terhadap fokus penelitian. Adapun istilah

yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini meliputi kreativitas pelaku usaha, pendapatan UMKM, UMKM Ida Batik, dan perspektif ekonomi syariah.

#### 1.4.1. Kreativitas Pelaku Usaha

Kreativitas pelaku usaha dalam penelitian ini dimaknai sebagai kemampuan pelaku UMKM Ida Batik dalam menghasilkan dan mengembangkan berbagai gagasan yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha. Kreativitas tersebut mencakup kemampuan menghasilkan beragam ide, menyesuaikan gagasan dengan kondisi dan kebutuhan yang dihadapi, menciptakan gagasan yang memiliki keunikan, serta mengembangkan gagasan secara lebih rinci hingga dapat diterapkan dalam kegiatan usaha. Dengan demikian, kreativitas pelaku usaha dalam penelitian ini berfokus pada kemampuan berpikir dan mengembangkan gagasan dalam mendukung perkembangan UMKM Ida Batik (Guilford, 1967).

#### 1.4.2. Pendapatan UMKM

Pendapatan UMKM dalam penelitian ini dimaknai sebagai hasil ekonomi yang diperoleh UMKM Ida Batik melalui kegiatan produksi dan penjualan produk batik. Pendapatan dipahami berdasarkan penghasilan atau omzet penjualan yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu serta laba usaha yang dihasilkan dari kegiatan penjualan maupun produksi. Dengan demikian, peningkatan pendapatan dalam penelitian ini mengarah pada perkembangan omzet penjualan dan laba usaha yang diperoleh UMKM Ida Batik melalui kegiatan usaha yang dijalankan (Sukirno, 2016; Sugara, 2019)

#### 1.4.3. UMKM Ida Batik

UMKM Ida Batik dalam penelitian ini merupakan usaha yang bergerak dalam bidang produksi dan pemasaran produk batik di Kecamatan Tamanan, Kabupaten Bondowoso. UMKM Ida Batik dijadikan sebagai objek penelitian untuk memahami kreativitas pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan usaha serta perannya dalam meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, pembahasan mengenai UMKM Ida Batik dalam penelitian ini dibatasi pada aktivitas usaha yang berkaitan dengan kreativitas pelaku usaha dan perkembangan pendapatan usaha.

#### 1.4.4. Perspektif Ekonomi Syariah

Perspektif ekonomi syariah dalam penelitian ini dimaknai sebagai sudut pandang yang digunakan untuk memahami dan mengkaji kreativitas pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan UMKM Ida Batik berdasarkan nilai ekonomi Islam. Kajian tersebut diarahkan pada nilai keadilan (*Al-'Adl*) dalam menjalankan kegiatan ekonomi tanpa merugikan pihak lain, keberkahan (*Al-Barakah*) yang berkaitan dengan nilai kebaikan dalam hasil kegiatan usaha, serta kemaslahatan (*al-maṣlahah*) yang berkaitan dengan manfaat dari kegiatan ekonomi. Dengan demikian, perspektif ekonomi syariah digunakan untuk memahami aktivitas usaha dan peningkatan pendapatan tidak hanya berdasarkan hasil material, tetapi juga berdasarkan nilai keadilan, keberkahan, dan kemanfaatan (Chapra, 2000; Beekun, 1997; Karim, 2015).



## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

### 1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan kreativitas pelaku usaha dan peningkatan pendapatan UMKM. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai kreativitas pelaku usaha dalam perspektif ekonomi syariah, khususnya pada UMKM sektor batik, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji tema serupa (Syaifudin, 2017).

### 1.5.2. Manfaat Praktis

#### 1. Bagi pelaku UMKM Ida Batik

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan kreativitas produk, strategi pemasaran, dan inovasi usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan daya saing usaha. (Karim, 2010).

#### 2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya kreativitas dalam pengembangan usaha yang tetap berlandaskan nilai-nilai ekonomi syariah sehingga mampu menciptakan kegiatan ekonomi yang produktif, etis, dan memberikan kemaslahatan (Karim, 2010).

### 3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa maupun peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai kreativitas pelaku usaha, pendapatan UMKM, dan ekonomi syariah, serta menjadi bahan pengembangan kajian akademik pada bidang ekonomi Islam (Karim, 2010).

#### 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari fokus yang telah ditetapkan, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut.

##### 1.6.1 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Ida Batik yang berlokasi di Kecamatan Tamanan, Kabupaten Bondowoso. Objek penelitian difokuskan pada praktik kreativitas pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Informan penelitian meliputi pemilik UMKM, karyawan, dan konsumen yang dianggap mengetahui serta terlibat secara langsung dalam aktivitas usaha UMKM Ida Batik.

##### 1.6.2 Ruang Lingkup Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada beberapa aspek sebagai berikut.

1. Praktik kreativitas pelaku usaha, yang meliputi kemampuan menghasilkan ide (*Fluency*), kemampuan beradaptasi terhadap perubahan (*Flexibility*), kemampuan menghasilkan ide yang unik (*Originality*), serta kemampuan mengembangkan ide menjadi produk atau strategi usaha (*Elaboration*).
2. Peran kreativitas dalam meningkatkan pendapatan UMKM, yang dikaji berdasarkan hasil temuan di lapangan mengenai kontribusi kreativitas

terhadap peningkatan omzet, laba usaha, keberlangsungan usaha, dan perluasan pangsa pasar.

3. Praktik kreativitas dalam perspektif ekonomi syariah, yang dianalisis berdasarkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai kemaslahatan, etika bisnis Islam, dan keberkahan dalam menjalankan usaha.

