

**PERAN EKONOMI KREATIF DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN OMAH KINARYA
MELALUI STRATEGI BISNIS ISLAM**

SKRIPSI



Oleh:

Ahfan Rahmat Danu

NIM 401210009

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2025

PERAN EKONOMI KREATIF DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN OMAH KINARYA
MELALUI STRATEGI BISNIS ISLAM

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Ahfan Rahmat Danu

NIM 401210009

Dosen Pembimbing:

Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.

NIP 197801122006041002

IAIN PONOROGO

EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2025

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ahfan Rahmat Danu

NIM : 401210009

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
OMAH KINARYA MELALUI STRATEGI BISNIS ISLAM**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 31 Mei 2025

Pembuat Pernyataan,



Ahfan Rahmat Danu

NIM 401210009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL SKRIPSI
1	Ahfan Rahmat Danu	401210009	Ekonomi Syariah	Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya Melalui Strategi Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi:

Ponorogo, 2 Juni 2025

Mengetahui,



Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Moh. Faizin, M. SE.
NIP. 198406292018011001

Menyetujui,

Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP. 197801122006041002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Inovasi Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah
Kinarya Melalui Strategi Bisnis Islam

Nama : Ahfan Rahmat Danu

NIM : 401210009

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam siding *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji

Ketua Sidang :
Dr. Amin Wahyudi, S.Ag, M.EI
NIP. 197502072009011007

Penguji I :
Faruq Ahmad Futaqi, M.E,
NIP. 198311262019031006

Penguji II :
Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Ponorogo, 13 Juni 2025

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahfan Rahmat Danu

NIM : 401210009

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

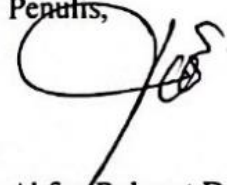
Judul Skripsi/Tesis : Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan
Omah Kinarya Melalui Strategi Bisnis Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan dari saya agar dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 16 Juni 2025

Penulis,



Ahfan Rahmat Danu
401210009

ABSTRAK

Ahfan Rahmat Danu. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya Melalui Strategi Bisnis Islam. Skripsi. 2025. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Pendapatan, Hambatan, Peluang, Strategi Bisnis Islam

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sektor ini berkontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan kreativitas dan inovasi. Di Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun, pengrajin kayu Omah Kinarya telah menerapkan prinsip ekonomi kreatif dalam menjalankan usahanya. Dengan memanfaatkan bahan baku kayu lokal, mereka menciptakan produk-produk kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan berpotensi menembus pasar yang lebih luas. Namun, meskipun telah mengadopsi strategi ekonomi kreatif, industri ini masih mengalami berbagai hambatan, terutama dalam aspek pemasaran digital, diversifikasi produk, serta sistem distribusi yang lebih efisien.

Penelitian yang digunakan oleh penulis dalam kajian ini adalah penelitian secara langsung atau disebut dengan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan pada masyarakat yang sebenarnya demi menemukan fakta-fakta yang ada pada masyarakat mengenai masalah-masalah yang terjadi. Dalam mengumpulkan data yang valid, peneliti melakukan observasi dengan melihat keadaan pengrajin, bahan baku yang digunakan, proses produksi dan pemasaran. Wawancara yang mendalam dengan pengrajin kayu Omah Kinarya di Desa Mojorejo Kabupaten Madiun. Serta dokumentasi berupa rekaman wawancara. Analisa data dilakukan dengan menarik kesimpulan secara induktif, yaitu berangkat dari data lalu diolah berdasarkan teori.

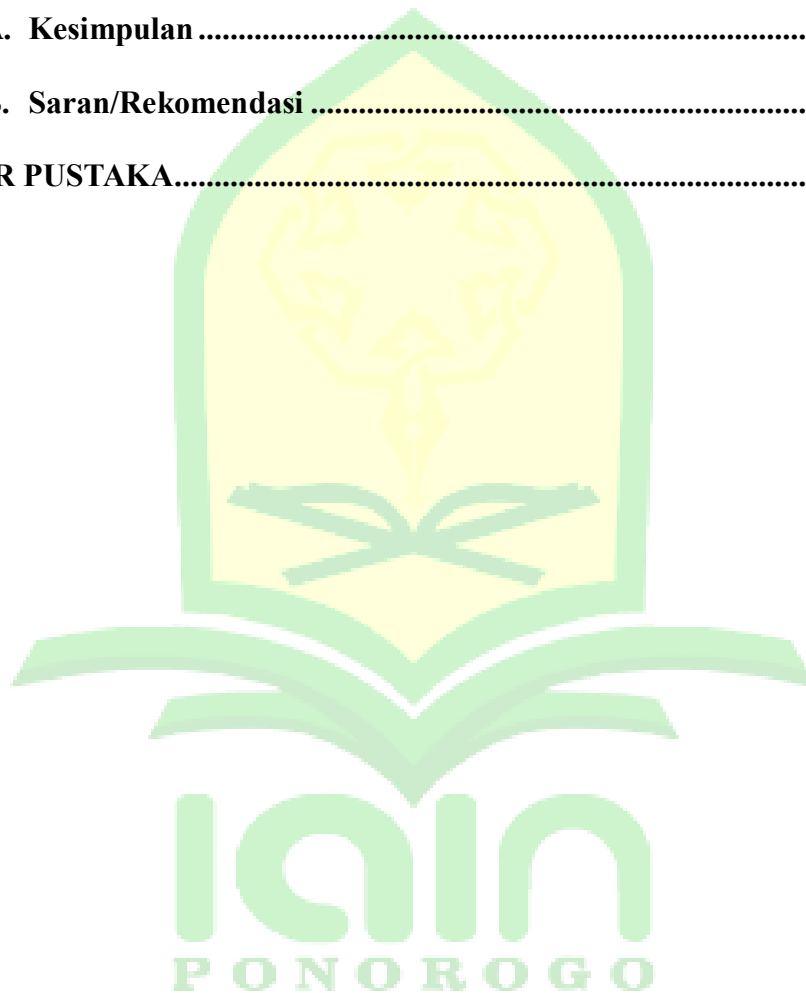
Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berperan penting melalui penerapan inovasi produk, penggunaan limbah kayu sebagai bahan baku, serta pemanfaatan teknologi digital dan dukungan pemerintah. Hambatan seperti persaingan pasar, keterbatasan sumber daya manusia, dan fluktuasi permintaan diatasi dengan strategi yang mengedepankan nilai-nilai Islam, yaitu tauhid, keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab. Artinya setiap langkah bisnis dilandasi niat ibadah, kejujuran, dan kebermanfaatan. yang membangun kepercayaan konsumen dan hubungan bisnis yang sehat. Serta kebebasan memilih metode pemasaran tetap sesuai syariat, tanpa unsur penipuan atau manipulasi informasi dan prinsip *tanggung jawab* terlihat dalam komitmen terhadap kualitas produk .

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Studi Penelitian Terdahulu	6
F. Metode Penelitian.....	10
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	10
2. Lokasi Penelitian.....	11
3. Data dan Sumber Data	11
4. Teknik Pengumpulan Data	12
5. Teknik Pengolahan Data	13

6. Teknik Analisa Data	14
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	15
G. Sistematika Pembahasan	17
BAB II TEORI EKONOMI KREATIF DAN STRATEGI BISNIS ISLAM .19	
A. Teori Ekonomi Kreatif.....	19
1. Definisi Ekonomi Kreatif.....	19
2. Peran Ekonomi Kreatif.....	27
3. Peluang dan Hambatan Pada Ekonomi Kreatif.....	29
B. Strategi Bisnis Islam.....	33
BAB III PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN	
PENDAPATAN MELALUI STRATEGI BISNIS ISLAM	38
A. Sejarah Omah Kinarya	38
B. Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya	39
C. Peluang dan Hambatan dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya	50
D. Strategi Bisnis Islam dalam Mendukung Keberlanjutan Omah Kinarya	5
BAB IV ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM	
MENINGKATKAN PENDAPATAN MELALUI STRATEGI BISNIS	
ISLAM.....	61
A. Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya	61

B. Analisis Peluang dan Hambatan dalam Meningkatkan Pendapatan	
Omah Kinarya	72
C. Analisis Strategi Bisnis Islam dalam Mendukung Keberlanjutan	
Omah Kinarya	79
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran/Rekomendasi	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Prinsip dan indikator Ekonomi Kreatif	28
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Wayang yang terbuat dari limbah kayu.....	41
Gambar 3. 2 Penerapan Ide- Ide Unik dan Orisinal.....	42



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sektor ini berkontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan kreativitas dan inovasi. Pemerintah Indonesia juga telah memasukkan ekonomi kreatif sebagai bagian dari strategi nasional dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) serta memperkuat daya saing produk lokal di pasar global.¹

Salah satu sub sektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar adalah industri kerajinan kayu. Di berbagai daerah di Indonesia, pengrajin kayu memanfaatkan sumber daya alam dan kearifan lokal untuk menciptakan produk bernilai ekonomi tinggi. Produk-produk ini tidak hanya memiliki nilai fungsional, tetapi juga estetika yang menarik bagi pasar domestik maupun internasional. Namun, meskipun industri ini memiliki prospek cerah, para pengrajin masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya pendapatan, keterbatasan akses pasar, serta minimnya inovasi dalam desain dan produksi.² Dalam beberapa tahun

¹ Putra Perdana And Anisa Fitria Utami, "Studi Komparatif Ekonomi Kreatif Di Dunia," (*Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy* 2, no. 1, 2022), 73.

² Sopanah, Syamsul Bahri, And Mohammad Ghozali, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal* (Scopindo Media Pustaka, 2020), 22.

terakhir, pendekatan ekonomi kreatif telah menjadi solusi dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh pengrajin kayu. Konsep ini mengedepankan inovasi dan kreativitas sebagai faktor utama dalam meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing usaha. Dengan mengadopsi strategi berbasis ekonomi kreatif, pengrajin dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi produksi, serta menghasilkan produk yang lebih inovatif dan bernilai tinggi.³

Di Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun, pengrajin kayu Omah Kinarya telah menerapkan prinsip ekonomi kreatif dalam menjalankan usahanya. Dengan memanfaatkan bahan baku kayu lokal, mereka menciptakan produk-produk kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan berpotensi menembus pasar yang lebih luas. Namun, meskipun telah mengadopsi strategi ekonomi kreatif, industri ini masih mengalami berbagai hambatan, terutama dalam aspek pemasaran digital, diversifikasi produk, serta sistem distribusi yang lebih efisien.

Salah satu strategi bisnis Islam yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya adalah dengan mengadopsi prinsip-prinsip syariah dalam manajemen usaha secara menyeluruh. Nilai-nilai seperti kejujuran dalam transaksi (sidq), keadilan dalam pembagian keuntungan ('adl), serta orientasi pada keberkahan usaha (barakah), menjadi landasan penting dalam menciptakan sistem bisnis yang

³ Vera Maria, Tesalonika Situmeang, and Robbi Fito Ardana, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang," (*Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 2 2024), 14.

beretika dan berkelanjutan. Selain itu, penerapan skema pembiayaan syariah seperti mudharabah (kerja sama bagi hasil) dan musyarakah (kemitraan modal) dapat membuka akses permodalan yang lebih luas bagi pengrajin kayu. Strategi ini tidak hanya mendorong peningkatan pendapatan, tetapi juga memperkuat kolaborasi serta membangun ekosistem bisnis yang adil dan berorientasi pada kemaslahatan.⁴

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan pengrajin kayu. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Uyuni menunjukkan bahwa pengrajin yang menerapkan strategi pemasaran berbasis digital mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan. Namun, penelitian yang mengkaji peran strategi bisnis Islam dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif masih terbatas, terutama dalam konteks industri kerajinan kayu.⁵

Kesenjangan penelitian ini menjadi alasan utama untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai bagaimana ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu dengan pendekatan strategi bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan pengrajin kayu di Omah Kinarya serta menganalisis bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan dalam strategi bisnis mereka.

⁴ Sudrajat, Bayu, and Salma Mutinida. "Ekonomi Kreatif Sebagai Ide Bisnis Syariah: Tinjauan Literatur Tentang Peran Dan Pengaruhnya Dalam Pembentukan Bisnis Kreatif." (*AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi* 6.2 2023), 154.

⁵ Audry Uyuni, "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ardhina Batik Medan)" (skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

Dalam konteks sosial, penerapan strategi pengembangan bisnis Islam dalam sektor ekonomi kreatif turut berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat sekitar. Dengan meningkatnya pendapatan pengrajin, kesejahteraan keluarga dan komunitas juga mengalami peningkatan. Selain itu, integrasi prinsip-prinsip bisnis Islam mampu membentuk ekosistem usaha yang lebih etis, berkelanjutan, dan berkeadilan, sehingga dapat memperkuat daya saing industri kerajinan kayu di pasar global.⁶ Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana strategi pengembangan bisnis Islam dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya. Kajian ini akan menelaah aspek pemasaran, inovasi produk, dan sistem distribusi yang selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, guna memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan dalam mendukung pertumbuhan industri kreatif berbasis syariah.

Manfaat penelitian ini tidak hanya bersifat akademik tetapi juga aplikatif. Secara akademik, penelitian ini akan memperkaya literatur tentang ekonomi kreatif dan strategi bisnis Islam, terutama dalam konteks industri kerajinan kayu. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengrajin kayu, pemerintah daerah, serta pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan yang mendukung keberlanjutan industri kreatif berbasis kearifan lokal dan nilai-nilai Islam.

⁶ Marsinah Marsinah, RA Rodia Fitri Indriani, and Hatidah Hatidah, "Peran Bisnis Islami Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif; Studi Observasi Terhadap Pelaku Usaha Di Komunitas Muslim," (*Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* vol. 10, no. 2, 2025), 225.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya, Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun?
2. Apa peluang dan hambatan dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya?
3. Bagaimana setrategi bisnis islam untuk mendukung keberlanjutan usaha pengrajin kayu di Omah Kinarya dalam perspektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya, Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun.
2. Menganalisis peluang dan hambatan dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya.
3. Mengkaji penerapan strategi bisnis islam untuk mendukung keberlanjutan usaha pengrajin kayu di Omah Kinarya dalam perspektif ekonomi islam.

D. Manfaat Penelitian

Dengan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti ingin memberikan beberapa manfaat terkait degan penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan

wawasan akademik dalam bidang ekonomi kreatif serta strategi bisnis Islam, khususnya dalam konteks industri kerajinan kayu.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang hubungan antara ekonomi kreatif dan strategi bisnis Islam dalam sektor industri kerajinan.

b. Bagi akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumber acuan bagi akademisi dan mahasiswa yang tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang ekonomi kreatif dan strategi bisnis Islam, khususnya dalam industri kerajinan kayu.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat memahami konsep ekonomi Islam yang dapat diterapkan dalam bisnis sehari-hari, seperti sistem permodalan syariah (*mudharabah*, *musyarakah*), kejujuran dalam transaksi, serta pentingnya keberkahan dalam usaha.

E. Penelitian terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti yaitu tentang “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Kayu : Tinjauan Dari Strategi Pengembangan Bisnis Islam (Studi Kasus Di Omah Kinarya Desa Mojorejo Kabupaten madiun)” adalah sebagai

berikut:

Sejumlah penelitian telah mengkaji kontribusi ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Di antaranya ialah karya Faitdah dan Rohman, Wahyu Saputro, Umi Rohmah, Siti Khotimah, Fila Fitriani, dan Hartati. Seluruh studi tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif dan dilaksanakan di wilayah serta dengan objek yang beragam. Secara umum, hasil temuan mereka menyimpulkan bahwa penerapan ekonomi kreatif melalui inovasi, teknologi, serta penerapan prinsip-prinsip Islam memberikan dampak positif terhadap peningkatan penghasilan pelaku usaha.

Penelitian Faitdah dan Rohman⁷, menyoroti pengrajin batik di Tanjungbumi dengan pendekatan ekonomi Islam dan menemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha mengalami peningkatan pendapatan karena kreativitas desain dan penerapan nilai-nilai syariah. Adapun Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Faitdah dan Rohman terletak pada fokus kajian terhadap peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha serta penggunaan perspektif ekonomi Islam, sementara perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini meneliti pengrajin kayu dengan tinjauan strategi pengembangan bisnis Islam, sedangkan Faitdah dan Rohman meneliti pengrajin batik dengan tinjauan prinsip-prinsip syariah secara umum.

⁷ Nur Faitdah and Abdur Rohman, "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batik Tanjungbumi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam," (*Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6, 2023).

Sementara itu, studi Wahyu Saputro⁸ menekankan peran pusat oleh-oleh Jakoz di Jambi sebagai wadah yang mendorong peningkatan penghasilan pengrajin, khususnya ibu rumah tangga, melalui konsep ekonomi kreatif. Adapun persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini membahas tentang ekonomi kreatif yang dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat. Perbedaan pada penelitian yang penulis lakukan adalah perbedaan dalam lokasi.

Umi Rohmah⁹ meneliti industri kerajinan bambu di Desa Tulung Agung dan menemukan bahwa kegiatan ekonomi kreatif dapat menjaga stabilitas bahkan meningkatkan pendapatan pengrajin. Hal serupa juga dijelaskan oleh Siti Khotimah¹⁰ yang mengamati bahwa usaha rumahan seperti kripik emping dan langseng di Desa Kampung Baru berdampak positif terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat desa. Adapun persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang bagaimana peran ekonomi kreatif dalam membantu masyarakat dan adapun perbedaan penelitiannya terletak pada fokus penelitian kripik emping. Sedangkan penelitian ini berfokus pada

⁸ Wahyu Saputro, Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin (Studi Kasus Pada Pusat Oleh-Olehjambi Jakoz Kota Jambi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi), 61.

⁹ Umi Rohmah, Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Anyaman Bambu Desa Tulung Agung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 71.

¹⁰ Siti Khotimah, Peran Ekonomi Kreatif Melalui Home Industri Kripik Emping Dan Langseng Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Kampung Baru Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 89.

pengrajin kayu. Penelitian Fila Fitriani¹¹ yang menyoroti pengrajin kayu di Lampung Timur menemukan bahwa kreativitas pelaku usaha berperan besar dalam menaikkan pendapatan dan membuka lapangan kerja. Adapun persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini membahas tentang ekonomi kreatif yang dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat. Perbedaannya terletak pada pendekatan dan ruang lingkup pembahasan. Penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada peran ekonomi kreatif secara umum dalam aspek penciptaan pendapatan, lapangan kerja, serta dampak sosial lainnya bagi pengrajin kayu di Desa Wonosari, Kabupaten Lampung Timur. Sementara itu, penelitian saya tidak hanya membahas peran ekonomi kreatif, tetapi juga mengkaji secara mendalam strategi pengembangan bisnis Islam sebagai pendekatan dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu.

Sementara itu, Hartati¹² menunjukkan bahwa kerajinan berbahan dasar nenas hutan yang diubah menjadi tali tenun di Panyurak dapat menjadi sumber pendapatan baru yang potensial bagi masyarakat. Adapun persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang bagaimana peran ekonomi kreatif dalam membantu masyarakat. dan adapun perbedaan penelitiannya terletak pada fokus penelitiannya ialah

¹¹ Fila Fitriani, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Metro, 78.

¹² Hartati, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dengan Pendekatan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pengrajin Tali Tenun Di Panyurak Kabupaten enrkang), Universitas Negeri Alaudin Makasar, 98.

penelitian ini lebih berfokus pada tali tenun di Penyurak. Sedangkan penelitian ini berfokus pada pengrajin kayu.

Berbeda dari skripsi tersebut, penelitian ini secara khusus meneliti bagaimana ekonomi kreatif berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya, Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun, dengan mengkaji pula peluang dan hambatan serta strategi bisnis Islam yang diterapkan. Fokus utama penelitian ini tidak hanya terletak pada peran ekonomi kreatif, tetapi juga pada integrasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai fondasi dalam mewujudkan keberlanjutan usaha.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Pendekatan Penelitan

Metode Penelitian Untuk mempermudah dalam proses penelitian dan memperoleh hasil data dan informasi yang valid. Maka dalam tulisan ini penulis akan menguraikan metode metode penelitian yang dipergunakan yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang digunakan oleh penulis dalam kajian ini adalah penelitian secara langsung atau disebut dengan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan pada masyarakat yang sebenarnya demi menemukan fakta-fakta yang ada pada masyarakat mengenai masalah-masalah yang terjadi. Dalam hal ini peneliti dalam mengumpulkan data yang valid, peneliti mengambil langsung dari lokasi penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut yaitu di Omah Kinarya Kabupaten Madiun.

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih terletak di Omah Kinarya, Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun. Alasan utama pemilihan lokasi ini adalah adanya fenomena ekonomi kreatif yang berkembang pesat, ditandai dengan inovasi dalam produksi kerajinan kayu serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Omah Kinarya juga berperan dalam meningkatkan pendapatan pengrajin dan memberdayakan masyarakat setempat, menjadikannya contoh nyata bagaimana ekonomi kreatif dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

3. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai jenis data sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data-data tersebut antara lain sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Dalam hal ini, data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari Omah Kinarya untuk mengetahui jenis, jumlah barang yang diproduksi, pemasaran, dan pendapatan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber yang telah tersedia untuk dijadikan berbagai rujukan dalam penulisan. Data sekunder sangat mendukung dari perolehan data primer. Banyak studi literatur yang digunakan, sehingga dapat mampu menghasilkan informasi yang relevan dalam penelitian. Adapun sumber data sekunder yang berkaitan dengan penelitian ini adalah hasil penelitian terdahulu, buku, artikel, catatan, website, skripsi, tesis, dan bahan pustaka lainnya yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini.

4. Teknik pengumpulan data

Dalam usaha menghimpun data dilokasi penelitian, penulis menggunakan beberapa metode, yaitu :

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu. Observasi yang penulis lakukan, yaitu dengan melihat keadaan pengrajin, bahan baku yang digunakan, proses produksi dan pemasaran.

b. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Teknik wawancara dapat pula diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan data dengan bertanya langsung secara bertatap muka dengan responden atau informan yang menjadi subjek penelitian.⁴⁰ Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini yaitu kepada dua informan sebagai pemilik usaha pengrajin kayu Omah Kinarya di Desa Mojorejo Kabupaten Madiun yang mengembangkan ekonomi kreatif.¹³

c. Dokumentasi

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif tidak hanya melalui tindakan saja, akan tetapi selebihnya merupakan tambahan seperti dokumentasi. Dalam hal ini, peneliti melakukan tindakan wawancara sebagai sumber utama penelitian yang dilakukan dengan pengrajin kayu Omah Kinarya. Dimana ketika melakukan wawancara tersebut juga menyertakan rekaman, hasil wawancara dan juga pengambilan gambar.

5. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dapat diperoleh secara langsung maupun melalui kepustakaan. Menurut sugiyono, analisis data kualitatif merupakan suatu analisa berdasarkan data yang diperoleh untuk

¹³ "Rahmadi, Pengantar Metodologi Penelitian", 75.

selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu dan ditarik hipotesisnya, kemudian mencari data secara berulang untuk memastikan hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa teknik pengolahan data dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu reduksi data, penyajian data untuk memperoleh validitas yang jelas, dan penarikan kesimpulan.¹⁴

6. Teknik Analisa Data

Menurut Miles dan Huberman dalam buku Nasution (2023) teknik pengolahan data dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ Verification*.¹⁵

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya tentu cukup banyak dan dalam bentuk yang tidak sama dengan data kuantitatif. Oleh karena itu dapat dilakukan reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak diperlukan.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Selanjutnya setelah direduksi, tahap selanjutnya adalah menampilkan atau menyajikan data agar memiliki visibilitas yang lebih jelas. Penyajian data yang dimaksud di sini dapat sesederhana

¹⁴ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Harva Creative, 2023), 131.

¹⁵ *Ibid.*, 132-133.

tabel dengan format yang rapi, grafik, chart, piktogram, dan sejenisnya.

c. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik Kesimpulan)

Langkah terakhir dalam penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang telah ditemukan bersifat sementara dan dapat berubah apabila ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, apabila bukti yang diperoleh cukup kuat dan konsisten ketika Kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang didapat merupakan kesimpulan yang kredibel. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif, yaitu berangkat dari data lalu diolah berdasarkan teori.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Setelah data diperoleh, hal selanjutnya yang harus dilakukan peneliti adalah menguji keabsahan data yang didapatkan. Hal penting yang merupakan bagian dari proses penelitian kualitatif adalah menguji keabsahan data yang erat kaitannya dengan validitas dan reliabel. Dalam penelitian kualitatif, validitas temuan atau data dapat terwujud apabila tidak ada perbedaan antara laporan peneliti dengan fakta yang diamati.¹⁶ Dalam penelitian ini, keabsahan data diuji menggunakan metode uji keandalan, dengan menerapkan triangulasi ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang didapat merupakan

¹⁶ M. Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian" (2021).

kesimpulan yang kredibel. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif, yaitu berangkat dari data lalu diolah berdasarkan teori.

Triangulasi data adalah pengecekan data dengan cara pengecekan atau pemeriksaan ulang. Dalam istilah sehari-hari, triangulasi ini sama dengan cek dan ricek. Teknik triangulasi adalah pemeriksaan kembali data dengan tiga cara, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu.

- a. Triangulasi sumber, merupakan triangulasi yang mengharuskan peneliti mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi.
- b. Triangulasi metode, yaitu menggunakan lebih dari satu metode untuk melakukan cek dan ricek. Jika pada awalnya peneliti menggunakan metode wawancara selanjutnya melakukan pengamatan terhadap obyek yang diteliti.
- c. Triangulasi waktu, merupakan teknik triangulasi yang lebih memperhatikan waktu narasumber, seperti melakukan wawancara di pagi hari dengan informan yang mana memiliki kondisi tubuh masih segar dan kondisi pikiran yang baik sebelum akhirnya pergi bekerja. Sehingga bisa mendapatkan hasil informasi yang lebih valid dan kredibel. Untuk memastikan validitasnya, dapat dilakukan pengecekan melalui wawancara, observasi, atau metode lain dalam konteks waktu atau situasi yang berbeda. Jika terdapat

perbedaan dalam hasil, proses pengujian dapat diulang secara berulang hingga ditemukan kepastian data.¹⁷

G. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab yang akan disusun secara terstruktur untuk memberikan kemudahan dalam memahami skripsi ini secara garis besar. Gambaran umum masing masing bab tersebut sebagaimana di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang akan menjadi dasar penyusunan skripsi. Dalam bab ini menjelaskan gambaran secara umum dari penelitian ini yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI

Meliputi tinjauan literatur tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian ini, serta studi penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam menyusun penelitian. Dalam bab ini, penulis akan menjabarkan tentang teori Ekonomi Kreatif dan Strategi Bisnis Islam.

BAB III PAPARAN DATA

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum Penerapan Ekonomi Kreatif pada Omah Kinarya di Kabupaten Madiun, letak geografis desa Banjarejo serta data hasil wawancara dan observasi mengenai Penerapan Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Kayu di Omah Kinarya.

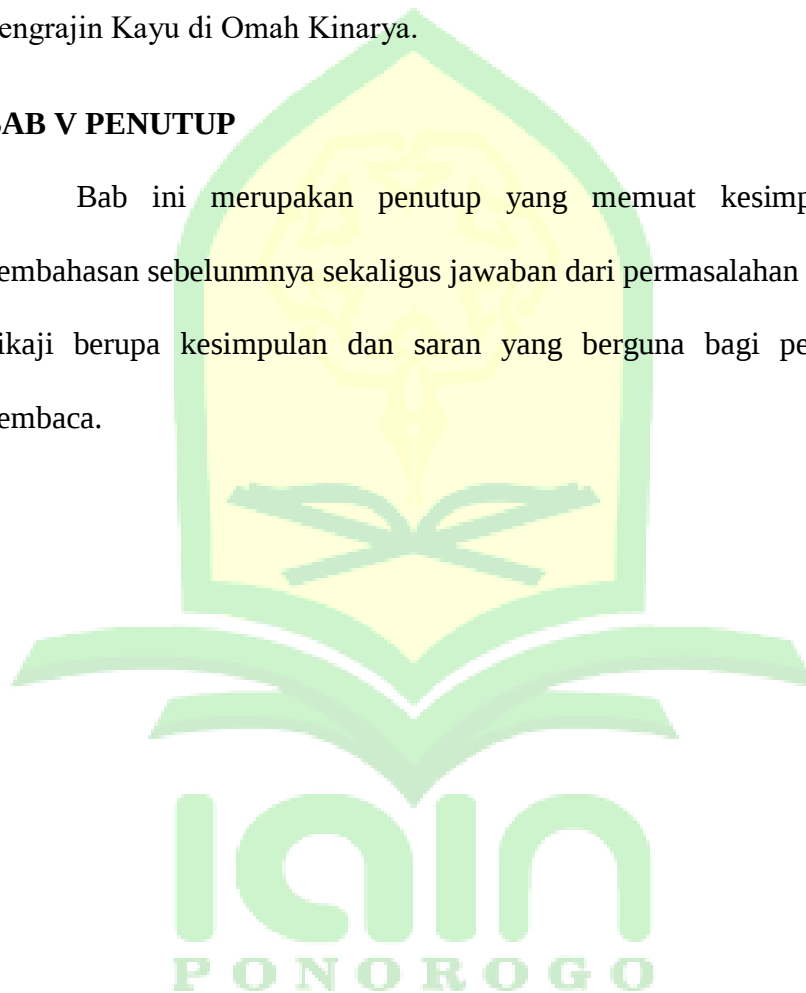
¹⁷ *Ibid.*

BAB IV PEMBAHASAN/ANALISIS

Bab ini merupakan inti dari penelitian, di mana hasil penelitian data akan didiskusikan. Pada bagian ini, data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan alat analisis yang telah disiapkan. Bab ini akan membahas Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Kayu di Omah Kinarya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang memuat kesimpulan dari pembahasan sebelumnya sekaligus jawaban dari permasalahan yang telah dikaji berupa kesimpulan dan saran yang berguna bagi peneliti dan pembaca.



BAB II

TEORI EKONOMI KREATIF DAN STRATEGI BISNIS ISLAM

A. Teori Ekonomi Kreatif

1. Definisi Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi.¹ Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumberdaya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas.

Menurut Howkins, kreativitas muncul apabila seseorang berkata, mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan/karakter baru pada sesuatu. Secara lebih lugas Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan dimana input dan outputnya adalah gagasan. Ekonomi kreatif membicarakan spektrum yang sangat luas, yakni segala aspek yang bertujuan meningkatkan daya saing dengan

¹ Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (2017), 277.

menggunakan kreativitas individu yang dilihat dengan kaca mata ekonomi. Industri kreatif adalah bagian dari ekonomi kreatif dan berfokus pada industrinya masing-masing.²

Menurut Latuconsina, menyatakan bahwa sumberdaya Manusia (SDM) kreatif adalah syarat untuk mengisi peranan dalam industri kreatif. industri kreatif adalah jalan untuk membangun ekonomi kreatif atau ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge based economy). Dan ekonomi modal ini adalah fondasi ekonomi yang dibangun berdasarkan sinergisitas antara talenta SDM dan keunggulan alam, yang ditandai dengan pertumbuhan cepat, penambahan nilai yang tinggi, serta perspektif sosial yang positif.³

Inti utama ekonomi kreatif adalah industri kreatif yang melakukan proses penciptaan melalui penelitian dan pengembangan (research and development). Kekuatan industri kreatif terletak pada riset dan pengembangan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru yang bersifat komersial. Industri kreatif oleh UNESCO didefinisikan sebagai industri yang mengkombinasikan kreasi, produksi, dan komersialisasi, baik intangible maupun cultural yang tercipta secara alamiah. Industri kreatif adalah industri yang menggunakan kreativitas, ketrampilan (skill), dan kecakapan (talent) yang secara potensial dalam menciptakan kekayaan dan lapangan kerja.

² Rini, Puspa, and Siti Czafrani. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global." (*Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora* 1 2010), 20.

³ Herie Saksono, "Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah," (*Jurnal Bina Praja* 4, no. 2 2012), 96.

Ada beberapa pengertian mengenai industri kreatif yaitu sebagai berikut.

- a. Industri kreatif adalah suatu siklus kreasi, produksi, dan distribusi barang serta jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai modal utama.
- b. Industri kreatif tersusun atas seperangkat aktivitas berbasis ilmu pengetahuan, yang difokuskan tidak terbatas pada seni, tetapi juga secara potensial menghasilkan penerimaan yang berasal dari perdagangan dan hak kekayaan intelektual.
- c. Industri kreatif terdiri atas produk-produk nyata dan modal intelektual tidak nyata atau jasa artistik yang mengandung unsur kreativitas, nilai-nilai ekonomi, dan tujuan pasar.
- d. Industri kreatif berada pada lintasan antara jasa tukang dan sektor industri, dan merupakan sektor dinamis baru dalam perdagangan dunia. Dengan kata lain industri kreatif adalah industri yang mengandalkan pada keaslian kreativitas, ketrampilan dan talenta individu yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan kesempatan kerja melalui eksploitasi hak kekayaan intelektual.⁴

Lahirnya ekonomi kreatif dinilai sebagai model Ekonomi Gelombang Keempat dalam abad ini. Gelombang ekonomi pertama adalah ekonomi pertanian, lalu disusul oleh ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Karakteristik yang mendominasi era kreativitas di bidang ekonomi

⁴ *Ibid.*, 29

ini antara lain:

1. Munculnya spirit berkolaborasi.
2. Gagasan kretaif sebagai aset utama.
3. Terbentuknya kantong-kantong komunitas kretif.
4. Lahirnya organisasi atau korporasi yang ramping dan lincah.
5. Produk-produk yang lebih personal dan berbasis nilai.⁵

Ekonomi kreatif merupakan konsep yang sedang berevolusi dan berbasis pada aset-aset yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.⁶ Berdasarkan beberapa pendapat diatas, Ekonomi Kreatif adalah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan (stock of knowledge) dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi.

Ada 16 sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan yaitu aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain produk, fashion, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukan, film animasi dan video, fotografi, kriya kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni rupa, televisi dan radio. Aplikasi dan pengembangan permainan : Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.

⁵ Hudaya Latuconsina, Pendidikan Kreatif: Menuju Generasi Kreatif & Kemajuan Ekonomi (Gramedia Pustaka Utama, 2014), 242.

⁶ Rusydi Rusydi and Noviana Noviana, "Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia)," *Jurnal Visioner & Strategis* 5, no. 1 (2016).

Arsitektur : Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi secara menyeluruh dari level makro sampai level mikro (misalnya: arsitektur taman, desain interior, dan lainnya).⁷

Desain produk : hasil dari subsector ini dapat kita temui pada tangan-tangan terampil desain produk yang menggabungkan unsur ekonomis dan sintesis. Misal ketika membuat desain produk, minimal seorang memiliki aplikasi corel draw untuk mempercantik desain produk yang kemudian hasilnya dapat membantu pemasaran barang melalui media social. Pemasaran lahir dari ilmu periklanan yang selanjutnya diajarkan sebagai ilmu distribusi dan berkembang menjadi tiga elemen yaitu periklanan, penjualan dan distribusi.⁸ Setelah itu, ketika telah mempunyai sebuah produk, mereka harus pandai melihat peluang untuk membuat desain produk semakin menarik saat dipromosikan sampai berdampak pada tingkat penjualan.⁹

Fashion : fashion merupakan subsector industry kreatif yang berjalan sangat dinamis, terus mengikuti tren setiap tahunnya. Fashion ini merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian modern dan aksesorisnya, konsultasi ini produk fashion, serta distribusi produk fashion.

⁷ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 231.

⁸ Mohamad Nur Efendi and Luhur Prasetyo, "Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Peningkatan Potensi Pasar Rakyat Di Kota Madiun," *Jurnal Muslim Heritage* 7 (2021), 58..

⁹ *Ibid.*, 232.

Desain interior : desain interior merupakan salah satu subsektor yang meminta seseorang memiliki kemampuan dalam penataan ruang dan perabot. Dalam hal ini, seseorang akan terlebih dahulu belajar motif terkait interior. Mulai dari interior rumah, plavon pvc, pernak pernik ruang, wallpaper dinding, dll.

Desain komunikasi visual : desain komunikasi visual merupakan subsector yang mencakup media promosi untuk periklanan sebuah produk. Promosi tersebut dapat disampaikan melalui video pada youtube atau video pada media social seperti instagram dan facebook. Jadi, ketika belajar mengenai desain komunikasi visual, sebuah video tidak hanya sebagai media pengenalan produk. Akan tetapi video tersebut juga dapat menjadi sebuah produk. Seni pertunjukan : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, taritarian, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etrik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.¹⁰

Film, Animasi, dan Video : film, animasi, dan video membuat banyak generasi visual mendadak kaya. Film, Animasi, dan Video ini termasuk dalam bidang pembuatan animasi atau video menjadi trend menarik. Terlebih video integrasi dengan media social dan menghasilkan uang, yang mendidik dan tentu tidak melanggar etika bisnis dalam Islam.

¹⁰ Rusydi, Rusydi, and Noviana Noviana. "Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia)." *Jurnal Visioner & Strategis* 5.1 (2016), 53

Fotografi : perkembangan industry fotografi didukung oleh minat anak muda sekarang yang semakin tinggi terhadap dunia fotografi. Tingginya minat tersebut disebabkan karena semakin berkembangnya social media dan harga kamera yang semakin terjangkau. Fotografi menjadi menarik karena ditopang oleh media digital. Dunia fotografi sangat menarik dalam bisnis prewedding, foto balita bahkan dengan pengemasan karya foto yang bisa memberi pelayanan pada berbagai segmen, dalam usaha fotografi menjadi point penting dalam belajar mengambil gambar, teknik pencahayaan, spot foto dan juga design interior pada ruang foto.

Kriya : kriya merupakan segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil. Indonesia sendiri merupakan Negara yang kaya akan keerajinan seni kriya. Hasil kerajinan tersebut selain untuk pasar domestic, banyak juga yang di ekspor ke luar negeri. Sementara itu, faktor ketersediaan bahan baku menjadi masalah yang sering menghampiri industry ini. Permodalan juga menjadi masalah klasik lainnya. Dalam kerajinan seni kriya ini kita bisa belajar untuk bagaimana pengolahan kayu, bambo, dan barang bekas sekalipun menjadi barang yang layak jual. Kriya bahkan sedang dikembangkan di Lampung mulai dari kriya patung gajah dari kayu, lampu dari bambo, gantungan dari kayu dan lainnya.

Kuliner : kuliner memiliki potensi yang kuat untuk berkembang. Data dari bekraf menyebutkan bahwa sector ini menyumbang kontribusi 30% dari total sector pariwisata dan ekonomi kreatif. Beberapa hal yang masih menjadi perhatian pemerintah yaitu akses perizinan satu pintu, panduan bisnis, dan

perizinan, hingga pendampingan hukum dalam proses pendirian usaha.

Musik : musik merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi dan komposisi musik. Perkembangan terbaru saat ini di dunia musik adalah semakin banyaknya platform pembelian music digital yang mudah dan murah sehingga mengurangi aksi pembajakan.

Periklanan : periklanan merupakan suatu penyajian materi yang berisi pesan persuasif kepada masyarakat untuk mempromosikan produk atau jasa. Konten-konten iklan biasanya dibuat khusus oleh sekelompok orang yang biasanya disebut sebagai agensi iklan. Menurut Bekraf, periklanan merupakan subsektor industri kreatif yang memiliki daya sebar paling tinggi. Hal ini tidak terlepas dari sinergi dengan para pemilik modal yang memasarkan produk Indonesia. Dalam hal ini periklanan dapat belajar dengan para seleb media sosial yang memproduksi iklan produk di media digital.

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan meliputi proses kreasi, produksi, dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, kampanye relasi publik, promosi, tampilan iklan di media cetak dan elektronik, pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran,

pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan delivery advertising materials atau samples, serta sewaan kolam iklan.¹¹

Dari beberapa subsektor diatas maka penelitian saya termasuk ke dalam subsektor kriya kayu. Karena penelitian saya merupakan penelitian pada Omah Kinarya yang membuat kerajinan berbentuk wayang dari bahan kayu yang merupakan salah satu jenis kerajinan tradisional.

2. Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan (*incom generation*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*) dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (*export earning*), meningkatkan teknologi (*technology development*), menambah kekayaan intelektual (*intelektual property*), dan peran sosial lainnya. Oleh karena itu, ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa (*engine of economic growth and development*). Ekonomi kreatif adalah suatu konsep berbasis aset kreativitas yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.

Pendekatan lain dari peran kreativitas adalah bahwa kreativitas dipandang sebagai alat ukur untuk proses sosial. Kreativitas dapat meningkatkan nilai ekonomi seperti pendapatan, kesempatan kerja, dan kesejahteraan, yang pada gilirannya dapat mengurangi permasalahan sosial

¹¹ Nurjanah, Siti. "Analisis pengembangan program bisnis industri kreatif penerapannya melalui pendidikan tinggi." (*Jma* 18. 2, 2013), 143-145.

seperti kemiskinan, pengangguran, rendahnya pendidikan, kesehatan, ketimpangan, dan persoalan ketidakstabilan sosial lainnya. Oleh karena itu, dari sudut pandang ekonomi, terdapat kaitan yang erat antara kreativitas dengan pengembangan sosial ekonomi yang tidak terpisahkan secara khusus. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan karena dapat menciptakan kesempatan kerja/mengurangi pengangguran, mengurangi kesenjangan, dan mendorong pembaruan serta memanfaatkan bahan baku lokal. Adapun indikator dalam peran ekonomi kreatif di antaranya adalah :

Tabel 2. 1 Prinsip dan indikator Ekonomi Kreatif

Prinsip-Prinsip Ekonomi Kreatif	Indikator Konsep Ekonomi Kreatif
Kreativitas dan Inovasi	• Kemampuan membuat perubahan dan ide-ide baru • Penerapan ide – ide unik dan orisinal • Kepekaan terhadap lingkungan
Produksi	• <i>Total Factor Productivity</i> • Ekspor barang dan jasa ekonomi kreatif • Pameran Seni
Pemberdayaan SDM dan Lapangan Pekerjaan	• Pengetahuan dan Keterampilan • Penyerapan tenaga kerja
Pendapatan	• Jumlah rata-rata pendapatan per bulan/tahun dari hasil usaha kreatif. • Kenaikan pendapatan sebelum dan sesudah menjalankan usaha kreatif.¹²

¹² Aulia Daisy Arsy Syafitri and Fauzatul Laily Nisa, “Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa,” (*Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 3, 2024): 189–98.

3. Peluang dan Hambatan Pada Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif menawarkan peluang besar dalam menciptakan nilai tambah ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi. Hal ini disebabkan oleh kemampuan sektor ini untuk menyerap tenaga kerja, memperluas pasar melalui digitalisasi, serta memperkuat identitas budaya lokal. Misalnya, menurut Howkins, sektor ekonomi kreatif di Indonesia mampu menyerap jutaan tenaga kerja dan mendorong ekspor produk budaya seperti batik dan musik ke pasar internasional. Namun demikian, pengembangan ekonomi kreatif juga menghadapi hambatan seperti ketimpangan distribusi industri, keterbatasan akses pembiayaan, dan infrastruktur digital yang belum merata, sehingga diperlukan kebijakan yang adaptif dan dukungan institusional agar potensi ekonomi kreatif dapat dioptimalkan secara berkelanjutan.¹³ Berikut penjelasan mengenai peluang dan hambatan serta indikatornya dalam pengembangan ekonomi kreatif.

a. Peluang ekonomi kreatif

Peluang pada ekonomi kreatif sangat besar, terutama karena kekayaan budaya dan keragaman sumber daya manusia di Indonesia yang mampu mengubah ide kreatif menjadi produk bernilai tinggi. Peluang ini juga didukung oleh pasar domestik yang luas serta permintaan pasar global yang terus meningkat, terutama dengan kemajuan teknologi digital dan platform e-commerce yang

¹³ Gema Bangsawan, "Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif," *Jurnal Studi Kebijakan Publik* 2, no. 1 (2023): 27–40, <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>.

memungkinkan pelaku usaha kreatif menjangkau konsumen lebih luas tanpa batas geografis. Selain itu, ekonomi kreatif berperan dalam meningkatkan pendapatan domestik bruto, membuka lapangan kerja baru, dan memperkuat identitas budaya bangsa di kancah internasional. Berikut indikator peluang pada ekonomi kreatif:

1) Inovasi produk dan diversifikasi

Peluang untuk mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan nilai – nilai Islam. Inovasi produk yang berbeda dari umumnya memiliki peluang yang lebih besar khususnya di bidang seni, semakin unik dan berbeda semakin memiliki daya tarik yang tersendiri.

2) Dukungan kebijakan pemerintah

Kebijakan yang mendukung pengembangan industri halal memberikan peluang bagi pelaku bisnis Islam. Kebijakan pemerintah sebagai bentuk dukungan penuh untuk pelaku bisnis agar dapat mengembangkan usahanya.

3) Penggunaan teknologi dan pemasaran digital

Integritas etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran digital dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat bisnis. Dengan adanya teknologi yang luar biasa dapat memudahkan pengusaha dalam memasarkan produk nya.¹⁴

¹⁴ Benedhikta Kikky Vuspitasari, Deffrinica Deffrinica, and Shanti Veronnica Br Siahaan, "Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang," *Sebatik* 25, no. 1 (2021): 181–87, <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1132>.

b. Hambatan ekonomi kreatif

Ekonomi kreatif juga menghadapi hambatan signifikan, seperti persaingan ketat antarproduk kreatif yang menuntut inovasi dan kualitas sumber daya manusia yang tinggi. Hambatan lain termasuk keterbatasan akses pembiayaan, infrastruktur teknologi yang belum merata terutama di daerah terpencil, serta regulasi yang belum sepenuhnya mendukung perkembangan industri kreatif. Selain itu, kesenjangan digital dan kurangnya riset serta pengembangan produk kreatif lokal menjadi tantangan yang harus diatasi agar potensi ekonomi kreatif dapat berkembang secara optimal. Berikut penjelasan indikator hambatan pada Ekonomi kreatif :

1) Persaingan pasar yang ketat

Persaingan pasar yang ketat menjadi salah satu hambatan dalam suatu usaha. Banyaknya pengusaha yang memiliki produk yang sama hal ini menjadi titik yang harus dipikirkan oleh pengusaha bagaimana produknya bisa tetap laku ditengah persaingan pasar yang ketat.

2) Keterbatasan sumber daya

Keterbatasan sumber daya menjadi hambatan yang sangat dialami oleh omah kinarya karena mendapatkan sumber daya yang memiliki kemampuan dibidang kesenian masih minim.

3) Fluktuasi pasar dan ketidakstabilan usaha

Kondisi pasar yang tidak stabil dapat menghambat pertumbuhan bisnis, sehingga diperlukan strategi pengembangan yang adaptif sesuai dengan prinsip Islam.¹⁵

Peluang untuk meningkatkan pendapatan suatu usaha sangat terbuka lebar dengan adanya inovasi produk dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Hal ini karena strategi promosi online dapat menjangkau konsumen lebih luas dan memudahkan proses transaksi, terutama di masa saat ini. Omah kinarya memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan pendapatan melalui pengembangan pasar dan inovasi produk kreatif. Hal ini didukung oleh meningkatnya minat konsumen terhadap produk kreatif lokal dan kemudahan akses pemasaran digital yang dapat membuka pasar lebih luas. Sebagaimana pelaku ekonomi kreatif lainnya berhasil menaikkan omset dengan memanfaatkan media sosial dan memperluas jaringan pemasaran, omah kinarya juga dapat mengadopsi strategi serupa untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak. Namun hambatan seperti keterbatasan modal, persaingan pasar yang ketat dan kurangnya sumber daya manusai yang terampil perlu diatasi agar potensi peningkatan pendapatan tersebut dapat terealisasi secara optimal.

¹⁵ Kurniawati, Susanti. "Peluang dan tantangan ekonomi kreatif dalam pembangunan nasional." *Semnas Fekon: Optimisme Ekonomi Indonesia 2013, Antara Peluang Dan Tantangan* (2013): 48-54.

B. Strategi Bisnis Islam

Dalam teori ekonomi konvensional, permasalahan ekonomi timbul akibat kebutuhan manusia yang terus bertambah tanpa batas, sedangkan sumber daya yang tersedia bersifat terbatas. Konsekuensinya, muncul prinsip dasar ekonomi konvensional, yaitu memaksimalkan keuntungan sebesar-besarnya dengan pengorbanan sekecil-kecilnya. Namun, pandangan ini mendapat kritik dari para pemikir ekonomi Islam, karena dinilai tidak sejalan dengan nilai dan norma syariah. Dalam perspektif Islam, sumber daya yang ada pada hakikatnya telah disediakan oleh Allah dalam jumlah yang mencukupi. Permasalahan distribusi dan ketimpangan bukan disebabkan oleh kelangkaan sumber daya, melainkan akibat ketidakadilan dan penyalahgunaan oleh manusia itu sendiri. Ekonomi Islam memegang prinsip bahwa pengorbanan dilakukan secara proporsional untuk memperoleh keuntungan yang wajar dan adil. Prinsip ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam penetapan harga dan distribusi laba yang adil, baik bagi produsen maupun konsumen, demi terwujudnya kemaslahatan bersama.¹⁶

Dalam ajaran Islam, strategi bisnis, khususnya dalam kegiatan pemasaran, harus dilandasi oleh nilai-nilai Islami yang berakar pada semangat ibadah kepada Allah SWT. Aktivitas pemasaran tidak semata-mata bertujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi atau kepentingan golongan tertentu, melainkan diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan umat dan kesejahteraan bersama. Pada masa Nabi Muhammad SAW, istilah "pemasaran" belum dikenal

¹⁶ Ely Masykuroh, *Teori Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Revisi (Ponorogo: CV Nata Karya, 2018)., 81-84

secara luas sebagaimana saat ini. Konsep yang umum digunakan adalah *bai'* (jual beli), yang telah ada bahkan sebelum datangnya Islam. Namun, Islam kemudian menyempurnakan praktik jual beli tersebut dengan nilai-nilai etika dan kejujuran. Dalam konteks pemasaran Islami, kegiatan promosi dapat dilakukan dengan berinovasi mengikuti perkembangan teknologi. Namun, inovasi tersebut harus tetap sejalan dengan tujuan sistem ekonomi Islam yang memperjuangkan keadilan dan kesejahteraan, sehingga diharapkan kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*) akan terwujud melalui sistem kehidupan yang baik (*hayah tayyibah*) sebagai dasar dan tujuan utama hukum Islam (*masalih al-'ibad*).¹⁷ Selain itu, juga melakukan pendekatan komunikasi yang baik dan mempererat silaturahmi. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk atau barang dagangan secara jujur dan terbuka, sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli, serta tercipta kepercayaan yang berkelanjutan.¹⁸

Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan aktivitas yang berkaitan dengan upaya pemenuhan kebutuhan individu, baik dalam bentuk produksi, konsumsi, maupun distribusi, yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam perspektif Islam, bisnis yang dibolehkan adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan membawa keberkahan. Strategi bisnis dalam Islam bukan sekadar urusan duniawi, melainkan juga dipandang sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari investasi untuk kehidupan akhirat. Oleh

¹⁷ Luhur Prasetyo and Unun Roudlotul Janah, "Cryptocurrency As Money: Islamic Monetary System Perspective," *Al-Tahrir* 2, no. 1 (2022), 87.

¹⁸ Faizah, Fita Nurotul. "Analisis strategi pengembangan bisnis islam pada UMKM mekar abadi Kabupaten Grobogan." *Skripsi Semarang: UIN Walisongo Semarang* . 38

karena itu, setiap aktivitas bisnis dalam Islam harus dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dengan memperhatikan aspek etika, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Mengacu pada definisi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis Islam merupakan suatu langkah atau pendekatan dalam menentukan keuntungan usaha secara adil, dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah sebagaimana dimaksud adalah perolehan *istihsan* berdasarkan syariah, *maṣlahah* (manfaat), *raf'al ḥaraj* (menghilangkan kesulitan), dan *ḍarūriyyāt* (kebutuhan primer).¹⁹ Kegiatan produksi, kepemilikan, dan distribusinya disesuaikan dengan kodrat manusia serta tujuan hakiki yang telah digariskan oleh ajaran Islam. Dengan demikian, strategi bisnis Islam tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga berorientasi pada pencapaian keberkahan dan kemaslahatan dalam kehidupan akhirat.

1. Prinsip-Prinsip etika bisnis islam

Sebuah bisnis dikatakan sebagai bisnis Islam jika telah memenuhi beberapa prinsip utama yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Etika bisnis menurut Issa Rafiq Beekun dalam perspektif Islam memiliki enam aksioma, yaitu: tauhid, adil, kebebasan, tanggung jawab, ihsan, dan hukum abadi.²⁰

¹⁹ Amin Wahyudi, Binti Nur Asiyah, and Husnul Haq, "The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 7 (2023): 83.

²⁰ Handayani, Disfa Lidian. "Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif." *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4.1 (2019): 36-58.

Kelima aksioma ini merupakan prinsip dasar dalam melaksanakan perilaku berbisnis secara Islam.

a. Tauhid

Merefleksikan keseluruhan aspek kehidupan muslim, baik dalam bidang ekonomi, politik, maupun sosial menjadi satu kesatuan yang homogen, dengan menekankan pada konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dalam konsep Islam, terdapat keterpaduan antara agama, ekonomi, dan sosial guna membentuk kesatuan. Berdasarkan konsep ini, maka etika dan bisnis menjadi terpadu baik secara vertikal maupun horizontal, membentuk suatu keselarasan yang sangat penting dalam sistem Islam.

b. Adil

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang segala bentuk kecurangan atau tindakan dzalim. Allah SWT mengutus Rasulullah SAW untuk menegakkan keadilan, sebagaimana dalam surah Al-Isra ayat 35 yang memerintahkan kaum muslimin agar menimbang dan mengukur dengan benar serta tidak melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Kecurangan dalam berbisnis menunjukkan tanda kehancuran sebuah bisnis, karena kepercayaan adalah kunci keberhasilannya.

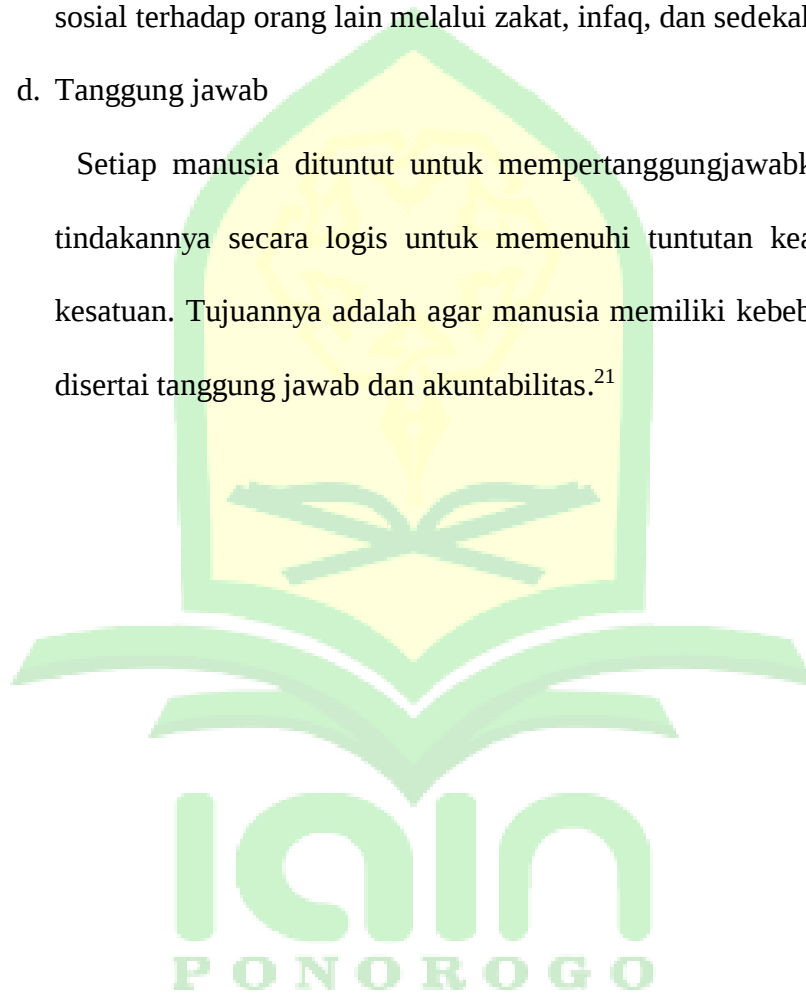
c. Kebebasan

Merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam. Namun, kebebasan tersebut tidak boleh merugikan kepentingan kolektif. Tidak

ada batasan pendapatan bagi seseorang, sehingga setiap individu dapat aktif berkarya dan bekerja dengan potensi yang dimilikinya. Meskipun manusia cenderung untuk terus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas, setiap individu memiliki kewajiban sosial terhadap orang lain melalui zakat, infaq, dan sedekah.

d. Tanggung jawab

Setiap manusia dituntut untuk mempertanggungjawabkan semua tindakannya secara logis untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan. Tujuannya adalah agar manusia memiliki kebebasan yang disertai tanggung jawab dan akuntabilitas.²¹



²¹ Puspitasari, L. L. Etika bisnis Islam: teori dan aplikasi pada perusahaan manufaktur. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 7(2) (2016), 113-131.

BAB III
PERAN EKONOMI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN OMAH KINARYA
MELALUI STRATEGI BISNIS ISLAM

A. Sejarah Omah Kinarya

Omah kinarya terletak di Desa Mojorejo, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun didirikan pada tahun 2018 oleh pasangan suami istri bernama Pipiet dan Joko. Hal yang melatarbelakangi adanya omah kinarya adalah kondisi ekonomi keluarga pipiet dan Joko yang semakin menurun, hal ini membuat mereka merintis usaha dibidang ekonomi kreatif dimana seni menjadi objek utama dalam usaha ini. Awalnya produk yang dibikin adalah *handy craft* seperti gantungan kunci, jepit rambut, bros dan lain lain yang bahannya berasal dari sisa bahan- bahan *handy craft* yang dimiliki oleh pemilik.¹ Dengan kondisi ekonomi yang menurun sang pemilik omah kinarya mulai memikirkan bagaimana bisa menghemat biaya produksi tetapi tetap mendapatkan untung banyak. Situasi ini membuat pemilik omah kinarya untuk menggunakan limbah kayu sebagai bahan karya seni. Tidak hanya memanfaatkan limbah kayu Joko juga memanfaatkan limbah daun- daunan, bambu, semen, gypsum hingga tanah liat untuk dijadikan karya seni. Joko, yang memiliki latar belakang pendidikan seni lukis, menemukan inspirasi ketika melihat kayu jati yang sering kali hanya dijadikan kayu bakar, Joko

¹ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

mulai menciptakan wayang kayu yang unik dan berbeda dari biasanya.² Kalau biasanya seniman lain membuat wayang dengan desain dan detail yang itu itu saja tetapi joko bisa memproduksi wayang dari limbah kayu dengan diberi motif dan detail yang berbeda- beda. Omah Kinarya kini menjadi simbol inovasi dari Desa Mojorejo, sebuah bukti nyata bahwa seni dan lingkungan bisa berjalan beriringan. Hal ini tidak terlepas dari peran pemerintah setempat dalam mensupport UMKM lokal agar bisa meluaskan produk tidak hanya didalam Negeri tetapi juga luar negeri.

B. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya

Di Indonesia ekonomi kreatif mulai diakui memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi dan bisnis yang berkelanjutan. Dalam beberapa tahun belakangan ini peran ekonomi kreatif dan industri kreatif mulai sering menjadi pembicaraan dimana implementasi ekonomi kreatif bisa menjadi salah satu solusi dalam mempertahankan keberlanjutan pengembangan ekonomi dan pengembangan bisnis di era persaingan Global. Tidak hanya menjadi perbincangan dalam negeri tetapi di luar negeri juga sering membicarakan betapa pentingnya peran ekonomi kreatif ini dalam menjaga keberlangsungan pengembangan ekonomi. Dimana penciptaan nilai sebagai hasil dari ide. Omah Kinarya mencerminkan bagaimana ide dapat

² Wartaindo, "Joko Suwiono: Dari Limbah Kayu Menembus Pasar Dunia dengan Wayang Karya Omah Kinarya" (<https://wartaindo.com/post/joko-suwiono-dari-limbah-kayu-menembus-pasar-dunia-dengan-wayang-karya-omah-kinarya>, di akses pada tanggal 13 April 2025)

menghasilkan sebuah nilai. Dengan mengubah limbah menjadi suatu karya ini menjadi peluang ekonomi bagi pemilik.

Pengrajin di Desa Mojorejo, Madiun yang bernama Joko memanfaatkan sisa kayu seperti jati dan sengon untuk menghasilkan produk seni bernilai tinggi, seperti wayang kayu dan cendera mata khas. Inovasi ini tidak hanya menarik minat pasar lokal tetapi juga internasional, dengan harga produk yang berkisar antara Rp150 ribu hingga Rp2,5 juta. Selain itu dengan adanya pemasaran melalui media sosial semakin memperluas jangkauan konsumen. Dengan adanya konsep ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu solusi terhadap perekonomian masyarakat selain itu ekonomi kreatif juga sebagai motor utama dalam mendorong pendapatan usaha lokal sekaligus melestarikan budaya. Adapun indikator dalam peran ekonomi kreatif di antaranya adalah :

a. Kreativitas dan Inovasi

Ekonomi sangat mengandalkan kreativitas individu, ide dan inovasi sebagai modal utama dalam menghasilkan produk atau jasa yang unik dan bernilai tambah tinggi. Unsur utama kreatif adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Adapun indikator pada prinsip kreatif dan inovasi diantaranya:

1) Kemampuan membuat perubahan dan ide-ide baru

Kemampuan membuat perubahan dan ide -ide baru adalah menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada baik berupa

bentuk produk, layanan maupun proses. Dalam pembuatan kerajinan biasanya para pekerja seni mengandalkan kayu sebagai bahan utama namun berbeda omah kinarya justru memanfaatkan limbah kayu sebagai bahan dasar dalam pembuatan wayang. Hal ini disampaikan oleh Pipit selaku pemilik omah kinarya. *“Melihat limbah kayu yang melimpah dari situ pak Joko menemukan ide yang mana bisa membuat wayang dari limbah kayu, selain lebih ekonomis kami juga bisa menghemat biaya bahan baku mas.”*³

Dari pernyataan tersebut disampaikan bahwasannya pemilik omah kinarya menggunakan limbah kayu sebagai bahan dasar pembuatan wayang agar lebih ekonomis dan minimalis dari segi modal.

Gambar 3. 1 Wayang yang terbuat dari limbah kayu



³ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

2) Penerapan ide – ide unik dan orisinal

Penerapan ide- ide unik dan orisinal adalah implementasi gagasan baru yang berbeda dari praktik umum industri. Memiliki ciri khas tersendiri agar produk yang di produksi memiliki keunggulan dan keunikan agar menjadi sorotan bagi konsumen. Hal ini disampaikan oleh Pipit. *“penentuan desain model yang menarik dan berbeda itu menjadi ciri khas wayang kayu omah kinarya mas, kalau biasanya para pengrajin menggunakan motif yang sama dalam batik pakaian wayang namun omah kinarya membuat motif kain tersebut berbeda-beda.”⁴*

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya omah kinarya membuat motif yang berbeda beda dari masing-masing wayang dibuktikan dengan satu tokoh wayang bisa memiliki beberapa motif dipakaiannya. Hal ini menjadi penerapan ide yang unik namun orisinal yang artinya unik namun tidak mengubah apa yang menjadi dasar dari karya seni itu sendiri.

Gambar 3. 2 Penerapan Ide- Ide Unik dan Orisinal



⁴ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

3) Kepekaan terhadap lingkungan

Kepekaan terhadap lingkungan artinya adalah memiliki sensitivitas tinggi terhadap peluang dan masalah yang ada disekitar untuk dijadikan inspirasi karya. Seperti yang disampaikan oleh Pipit.

“awalnya melihat limbah kayu yang banyak dan kami mulai memiliki ide bagaimana kalau menggunakan limbah-limbah kayu tersebut untuk menjadi bahan dasar pembuatan wayang selain berbeda dari lain ini juga dapat meminimalkan modal kami. Awalnya menggunakan limbah dari kayu yang biasa namun kualitas kayu terus menurun hasil nya kita beralih ke limbah kayu jati dan bekerja sama dengan pemilik mebel mebel untuk menggunakan limbah kayu jatinya dijadikan karya seni.”⁵

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya dengan menggunakan limbah kayu untuk dijadikan wayang ini bisa meminimalkan modal dan lebih ramah lingkungan selain itu bisa dalam produksi sebuah barang.

b. Produksi

Indikator ini mencakup jumlah output yang dihasilkan bagaimana kombinasi faktor produksi (*Input*) digunakan secara efisien untuk menciptakan produk kreatif. Proses produksi dalam ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan bahan baku, tetapi juga pemanfaatan ide dan teknologi. Hal ini bisa di lihat bagaimana omah kinarya memanfaatkan ide yang didapat dan teknologi yang ada untuk mengembangkan

⁵ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025

produknya. Adapun indikator dari Produksi dalam teori ekonomi kreatif adalah.

1) *Total Factor Productivity*

Total Factor Productivity adalah Produktivitas keseluruhan faktor produksi disektor ekonomi kreatif. Selain itu *Total Factor Productivity* juga bisa di artikan sebagai indikator yang mengukur efisiensi dan kontribusi teknologi dalam proses produksi, di luar input tradisional seperti tenaga kerja dan modal. Dalam konteks ekonomi kreatif, TFP mencerminkan peran inovasi, kreativitas, dan teknologi sebagai penggerak utama pertumbuhan output sektor kreatif.⁶ Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Pipit.

“Dalam produksi wayang kayu ini kita menggunakan limbah kayu berangkat dari pengalaman bapak yang aslinya adalah seorang seniman karena keterbatasan biaya akhirnya tidak memiliki ijazah, namun bapak seorang praktisi di bidang seni lukis. Dengan pengalamn yang dipunya dan ide yang muncul jadilah wayang kulit ini”⁷

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya untuk memenuhi *Total Factor Productivity* omah kinarya sudah mencerminkan peran inovasi, kreativitas dan teknologi dalam pengerjaan produk. Selain itu omah kinarya juga memiliki kualitas SDM yang luar biasa yang dapat meningkatkan *Total Factor productivity*.

⁶ Masfi Sya'fiatul Ummah, “The Concept of Creative Economy Development-Strengthening Post Covid 19 Pandemic in Indonesia Strategy and Public Policy Management Study,” *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.

⁷ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

2) Ekspor barang dan jasa ekonomi kreatif

Besaran ekspor produk ekonomi kreatif, baik barang maupun jasa, menjadi indikator penting yang menunjukkan daya saing dan penetrasi pasar internasional sektor ini. Selain siap bersaing di dalam negeri produk yang dihasilkan omah kinarya pun juga mampu bersaing di ranah Internasional hal ini disampaikan oleh Pipiet.

“Pada saat ditawarkan untuk bimtek terkait ekspor oleh dinas produk kami dilirik oleh pemateri dan beliau berkata bahwasannya saya siap untuk mendampingi produk ini sampai berhasil terjual di pasar internasional. Dari sini kita mulai yakin bahwasannya produk yang kami buat ini memang pantas bersaing di kancah internasional.”⁸

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasannya banyak orang yang melihat potensi dari produk wayang kayu tersebut untuk menjadi produk unggulan yang pantas bersaing di ranah Internasional. Selain itu Pipit juga mengatakan bahwasannya produk omah kinarya wayang kulit menjadi produk unggulan dan terus difasilitasi oleh Dinas agar siap dikembangkan.

3) Pameran Seni

Jumlah partisipasi masyarakat dalam event seni, menunjukkan aktivitas produksi dan konsumsi seni. Dalam relasinya omah kinarya sering melakukan kegiatan pameran- pameran namun bukan *pure* pameran seni melainkan pameran UMKM yang diadakan oleh pemerintah Madiun. Dari sini omah kinarya bisa mengetahui bahwasannya

⁸ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

produk mereka memiliki pasarnya tersendiri tidak semua orang cocok sebagai sasaran produknya. Hal ini disampaikan oleh Pipit.

“awalnya kami menggunakan sistem titip tetapi ga bertahan lama karena produk kita ini perputarannya lambat akhirnya setiap ada pameran kami ikut dari sini mulai dilirik oleh pencinta seni selain itu dilirik juga dengan dinas-dinas , corporate BUMN, Polres dan lain-lain. Krena menurut mereka produk kita unik dan sangat memiliki ciri khas.”⁹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya produk yang dihasilkan oleh omah kinarya mulai dekat dengan pasarnya melalui pameran- pameran yang diikuti.

c. Pemberdayaan SDM dan Lapangan Pekerjaan

Ekonomi kreatif mendorong peningkatan kualitas daya manusia melalui pelatihan, pengembangan keterampilan dan pemberdayaan bakat lokal untuk menghasilkan produk bernilai tinggi, selain itu dengan adanya ekonomi kreatif berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja baru untuk semua kalangan yang memiliki keterampilan dan inovasi tinggi. Sektor ini menyerap tenaga kerja baik di Industri tradisional maupun digital. ¹⁰ adapun indikator dari SDM dan Pemberdayaan adalah :

1) Pengetahuan dan Keterampilan

Ketersediaan SDM kreatif yang profesional dan kompetitif menjadi indikator utama. Hal ini diukur melalui tingkat pendidikan,

⁹ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

¹⁰ Aulia Daisy Arsy Syafitri and Fauzatul Laily Nisa, “Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa,” (*Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 3, 2024): 189–98.

pelatihan dan penguasaan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif itu sendiri. Selain itu kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan dan mengembangkan potensi lokal melalui pembentukan kelompok- kelompok usaha khususnya dibidang seni yang dapat memudahkan pemberdayaan dan pengembangan ekonomi kreatif digital. Hal ini disampaikan oleh pipiet. *“Pak Joko itu memang aslinya seniman lukis, karena kondisinya berada di posisi ekonomi menengah ke bawah akhirnya pak Joko itu dari SMP sudah ikut orang dan belajar seni, walaupun tidak terbukti secara akademisi namun pak Joko itu Praktisi seni”*.¹¹

Selain itu pipit juga menyatakan bahwasannya dalam membangun omah kinarya sering mendapatkan pelatihan dari pemerintah dan mencari pelatihan sendiri untuk meng *upgrade skill*. *“selain aktif dalam pelatihan- pelatihan yang diadakan oleh pemerintah kami juga sering mengadakan studi banding atau gabung komunitas komunitas seni untuk belajar dan upgrade skill”*.¹²

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasannya dengan keterampilan dan kualitas yang dimiliki oleh pengrajin menjadi indikator yang penting dalam pelaksanaan ekonomi kreatif dibidang seni selain itu pentingnya pengembangan skill untuk menunjang industri ekonomi kreatif ini sendiri.

¹¹ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

¹² Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025

2) Penyerapan tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja yang terserap di sektor ekonomi kreatif menjadi indikator utama, baik secara absolut maupun presentase terhadap total tenaga kerja nasional. Ekonomi kreatif terbukti mampu menciptakan lapangan kerja baru bagi seluruh elemen masyarakat yang memiliki kemampuan dibidang tersebut dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini disampaikan oleh Joko. *“kita punya team work dan kerjanya di rumah masing masing kami tidak punya pabrik tapi kami memiliki pekerja untuk membuat standing,, graper sendiri, mahat, ukir amplas, dan pembuat box juga ada sendiri.”*

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya dengan adanya omah kinarya dapat membuka lapangan pekerjaan untuk beberapa orang yang memiliki skill dibidang tersebut dan berkolaborasi dengan pengusaha- pengusaha lainnya yang menyediakan alat yang dibutuhkan.

3) Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu indikator utama untuk mengukur kinerja dan kontribusi di sektor ekonomi kreatif terhadap perekonomian, baik tingkat individu, rumah tangga maupun nasional. Hal ini dapat dilihat bagaimana peningkatan pendapatan bulanan pelaku usaha dimana keterlibatan sektor ekonmi kreatif dapat mendorong pendapatan individu atau rumah tangga. Seperti

yang disampaikan oleh Pipiet bahwasannya dalam awal pembentukan omah kinarya mereka dalam kondisi ekonomi yang *down* namun dengan usaha ini sangat membantu perekonomian keluarga mereka yang awalnya perbulan hanya memiliki pemasukan sekitar 1 juta dari penjualan satu wayang sekarang bisa mencapai puluhan juta setiap pembelian.¹³

Tabel 3. 1 Harga Produk Omah Kinarya

NAMA PRODUK	HARGA
Wayang Kulit Kayu Size M (Box Mdf)	Rp 1.200.000
Wayang Kayu L Size	Rp 2.500.000
Punokawan Set S Size	Rp 1.800.000
Wayang Kayu M Size (Box Batik)	Rp 600.000
Wayang Kayu S Size (Box Batik)	Rp 600.000
Wayang Kayu M Size (Box Kayu Jati)	Rp 1.700.000
Wayang Kayu Pasangan M Size (Box Batik)	Rp 1.200.000
Wayang Pajangan S	Rp 50.000
Wayang Pajangan M Size	Rp 350.000
Pipa Rokok Kayu Lewung	Rp 30.000
Plakat Kampung Pesilat	Rp 600.000
Jam Dinding Kayu	Rp 350.000
Gantungan Kunci Bamboo	Rp 10.000
Gantungan Kunci Grafir (Custom)	Rp 10.000

Dari sini bisa disimpulkan bahwasannya dengan adanya omah kinarya ini dapat menunjang pendapatan khususnya kepada pemilik omah kinarya.

¹³ Pipiet, Wawancara, 13 Mei 2025.

C. Peluang dan Hambatan Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya

Peluang untuk meningkatkan pendapatan suatu usaha sangat terbuka lebar dengan adanya inovasi produk dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, Hal ini karena strategi promosi online dapat menjangkau konsumen lebih luas dan memudahkan proses transaksi, terutama di masa saat ini. Omah kinarya memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan pendapatan melalui pengembangan pasar dan inovasi produk kreatif. Hal ini didukung oleh meningkatnya minat konsumen terhadap produk kreatif lokal dan kemudahan akses pemasaran digital yang dapat membuka pasar lebih luas. Sebagaimana pelaku ekonomi kreatif lainnya berhasil menaikkan omset dengan memanfaatkan media sosial dan memperluas jaringan pemasaran, omah kinarya juga dapat mengadopsi strategi serupa untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak. Namun hambatan seperti keterbatasan modal, persaingan pasar yang ketat dan kurang nya sumber daya manusai yang terampil perlu diatasi agar potensi peningkatan pendapatan tersebut dapat terealisasi secara optimal.¹⁴ Dalam pelaksanaannya indikator peluang dan hambatan pada teori strategi pengembangan bisnis islam menggunakan metode SWOT yang menggabungkan prinsip- prinsip etika bisnsi Islam, berikut indikator peluang dan hambatan dalam meningkatkam pendapatan omah kinarya:

¹⁴ Prodi Ekonomi et al., “Analisis SWOT Ekonomi Syariah Di Indonesia (Studi Komparasi Pertumbuhan Dan Perkembangan Ekonomi Syariah)” 2, no. 2 (2024): 122–28.

1. Peluang

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, peluang bagi pelaku usaha khususnya dibidang seni. Seni tidak hanya menjadi media ekspresi budaya, tetapi juga potensi ekonomi yang dapat dikembangkan secara strategis dengan mengedepankan prinsip-prinsip syariah. Adapun indikator peluang dalam meningkatkan pendapatan Omah kinarya adalah:

a. Inovasi produk dan diversifikasi

Peluang untuk mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan nilai – nilai Islam. Inovasi produk yang berbeda dari umumnya memiliki peluang yang lebih besar khususnya dibidang seni, semakin unik dan berbeda semakin memiliki daya tarik yang tersendiri.

“Penentuan desain yang menarik menjadi daya tarik tersendiri, kalau kita berbicara wayang kita punya survei market dengan mengunjungi teman-teman pengrajin yang lainnya seperti pengrajin di Jawa Tengah khususnya Jogja, namun untuk model wayang kalau disana ya itu -itu saja oleh karena itu kita membuat desain yang berbeda tanpa menghilangkan esensi budaya itu sendiri. Seperti halnya corak kain yang digunakan wayang kita memiliki berbeda-beda desain, corak dan warna dalam satu tokoh wayang.”

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasannya dengan adanya inovasi produk yang lebih kreatif dan berbeda dari yang lain menjadi peluang yang besar bagi omah kinarya.

b. Dukungan kebijakan pemerintah

Kebijakan yang mendukung pengembangan industri halal memberikan peluang bagi pelaku bisnis Islam. Kebijakan pemerintah sebagai bentuk dukungan penuh untuk pelaku bisnis agar dapat mengembangkan usahanya. Dengan adanya fasilitas dari pemerintah seperti dana, tempat atau semudah memberikan akses relasi pengusaha dengan mengadakan pameran- pameran UMK atau usaha lainnya bisa menjadi peluang besar untuk memperkenalkan produknya lebih luas.

“kami sering ikut pameran- pameran yang dilakukan dari pemerintah, hal ini sangat membantu kami dalam menemukan pasar mas, waktu itu pernah pas kita ikut pelatihan dari dinas itu dikasih challenge untuk kita membuat produk yang kreatif dan inovatif disanggupilah oleh pak joko akhirnya jadilah wayang kayu itu, selain itu kami juga pernah diikuti sertakan pelatihan ekspor pada saat itu kami sebenarnya minder namun dengan keberanian kami percaya diri akhirnya produk kami dilirik oleh pemateri dan mendapat tawaran pendampingan sampai bisa mengekspor produk. Jadi dengan adanya kegaitan dari dinas itu sangat membantu kita dalam memasarkan produk”.¹⁵

Hal ini disampaikan oleh pipiet dapat disimpulkan bahwasannya dengan adanya dukungan dari pemerintah dapat membantu omah kinarya untuk lebih berkembang dan dengan mudah menemukan pasar yang sesuai.

¹⁵ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

d. Penggunaan teknologi dan pemasaran digital

Integritas etika bisnis islam dalam strategi pemasaran digital dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat bisnis. Dengan adanya teknologi yang luar biasa dapat memudahkan pengusaha dalam memasarkan produk nya. Hal ini disampaikan oleh Joko.

“selain lewat pameran- pameran kami juga memasarkan produk kami lewat sosial media, dulu itu kami lewat faceboook setelah lalu lanjut menggunakan facebook adss agar produk kami dapat dijangkau lebih banyak orang, selain lewat facebook kami juga memasarkan lewat instagram, shoope, untuk pemesanan bisa melalui whatsapp dan shoope.”¹⁶

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya penggunaan teknologi dan pemasaran digital ini sangat membantu omah kinarya dalam memasarkan produk dan memudahkan konsumen dalam pemesanan dan menjadi peluang besar bagi pemilik omah kinarya.

1. Hambatan

Dalam melakukan usaha tidak hanya melihat peluang namun juga perlu melihat hambatan apa saja yang dialami oleh pengusaha tersebut sama hal nya dengan omah kinarya walaupun banyak peluang yang terlihat namun juga banyak hambatan yang dialami. Adapun indikator hambatan yang dialami omah kinarya adalah :

¹⁶ Joko, Wawancara, 14 April 2025.

a. Persaingan pasar yang ketat

Persaingan pasar yang ketat menjadi salah satu hambatan dalam suatu usaha. Banyaknya pengusaha yang memiliki produk yang sama hal ini menjadi titik yang harus dipikirkan oleh pengusaha bagaimana produknya bisa tetap laku ditengah persaingan pasar yang ketat.

“kalau berbicara tentang pasar untuk bidang seni itu banyak sekali mas, apalagi pembuat wayang ini banyak juga khususnya di daerah jawa tengah seperti solo dan jogja. Jadi ketika kita buka usaha wayang ini juga cukup struggle karena persaingan pasar yang ketat dibidang seni ini makanya kita perlu punya inovasi dalam produk yang kita buat.”¹⁷

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya untuk pertama kali membuat usaha wayang omah kinarya cukup struggle karena persaingan pasar yang sangat ketat.

b. Keterbatasan sumber daya

Keterbatasan sumber daya menjadi hambatan yang sangat dialami oleh omah kinarya karena mendapatkan sumber daya yang memiliki kemampuan dibidang kesenian masih minim. Hal ini disampaikan oleh pipiet.

“Salah satu hambatan adalah tenaga kerja yang terbatas, kalau di awal pemasaran, kita kesusahan diwayangnya bagian dilukis atau nama sungging, kalau yang lainnya sudah ada, kita punya *team work* dan kerjanya di rumah masing masing karena kami tidak punya pabrik tapi kita punya rekanan yang ngerjain standing, graper sendiri, mahat dan ukir serta amplas ada

¹⁷ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

sendiri namun untuk finishing tetap digarap sendiri oleh pak joko karena kami memilih kualitas dan patokan tersendiri.¹⁸”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasanya hambatan yang dialami oleh omah kinarya adalah kurangnya tenaga kerja yang fokus pada bidang seni.

c. Fluktuasi pasar dan ketidakstabilan usaha

Kondisi pasar yang tidak stabil dapat menghambat pertumbuhan bisnis, sehingga diperlukan strategi pengembangan yang adaptif sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini disampaikan oleh Joko. *“Karena kami usaha dibidang seni jadi untuk pengerjaan pun belum tentu sehari jadi satu produk kami perlu beberapa hari untuk satu produk selain itu produk yang kami buat pun bukan produk yang diperlukan semua orang oleh karena itu kami harus bisa menemukan pasar yang sesuai untuk menjual produk.”*¹⁹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya dengan kondisi pasar yang tidak stabil dan produk yang tidak bisa masuk kesemua kalangan menghambat pertumbuhan bisnis omah kinarya.

D. Strategi bisnis Islam untuk mendukung keberlanjutan Omah kinarya

Strategi bisnis islam sangat relevan untuk mendukung keberlanjutan omah kinarya karena menerapkan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Strategi bisnis tidak hanya fokus pada pencapaian finansial yang maksimal namun juga

¹⁸ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025

¹⁹ Joko, Wawancara, 14 April 2025.

pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang berlanjut. Dalam islam harus dijalankan sesuai dengan prinsip syariah yang menghindar dari praktik haram seperti riba, maysir dan gharar serta mengedepankan etika bisnis yang adil dan jujur. Studi menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan keberlanjutan usaha dengan memberdayakan masyarakat lokal, mengelola sumber daya alam secara bijak, dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.²⁰ Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam menciptakan model bisnis yang holistik dan berkelanjutan, sekaligus memenuhi kebutuhan dunia dan akhirat. Oleh karena itu strategi bisnis Islam yang menerapkan prinsip syariah dan keberlanjutan lingkungan serta sosial sangat tepat untuk mendukung pengembangan omah kinarya agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek tetapi juga mampu menjaga keberlangsungan usaha secara etis dan bertanggung jawab dalam jangka panjang. Adapun Prinsip etika bisnis islam yang digunakan dalam strategi bisnis islam oleh omah kinarya diantaranya adalah:

1. Tauhid

Tauhid sebagai pondasi etika bisnis islam menuntut integrasi antara nilai spiritual dan aktivitas ekonomi. Setiap tindakan bisnis harus dilandasi kesadaran bahwa semua milik Allah dan akan dipertanggungjawabkan dihadapanNya. Dengan demikian tauhid dapat membentuk karakter pebisnis muslim yang jujur, adil bertanggung jawab

²⁰ Mariana, Kukuh Tondoyekti, and Fachrozi, "Ekonomi Hijau Dan Bisnis Syariah: Mempromosikan Bisnis Yang Berkelanjutan Dan Bertanggung Jawab," (*Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)* 04, no. 02, 2024): 873–82.

dan selalau berorientasi pada keberkahan dan kemashlahatan ummat. Dalam implikasi omah kinarya sudah menerapkan prinsip Tauhid pada pengembangan bisnisnya. Hal ini disampaikan oleh Pipit.

“Sejak awal mendirikan Omah Kinarya, kami selalu menanamkan prinsip tauhid sebagai pondasi utama dalam setiap langkahnya mas. Prinsip tauhid ini sebagai keyakinan bahwa segala sesuatu yang kami lakukan, baik dalam produksi, pelayanan, maupun pengelolaan keuangan, harus selalu diniatkan sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT. Kami berusaha menjaga kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi, serta memastikan seluruh produk dan layanan kami halal dan bermanfaat bagi masyarakat.”²¹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya omah kinarya sangat memperhatikan prinsip tauhid dalam melaksanakan bisnisnya sejak awal hingga hari ini.

2. Keadilan

Keadilan merupakan salah satu prinsip dalam etika bisnis islam yang menitik beratkan pada perlakuan yang setara, transparan dan tidak merugikan pihak manapun dalam setiap aktivitas bisnis. Konsep keadilan ini berasal dari konsep syariah dalam bisnis yang mengatur agar seluruh perilaku bisnis bertindak jujur, bertanggung jawab dan menghindari segala bentuk kecurangan. Dalam implementasinya hal ini disampaikan oleh pipit.

“Dalam mengelola omah kinarya kami sangat menerapkan prinsip yang adil dengan memberikan hak karyawan ataupun orang-orang yang sudah bekerja dengan kami dengan upah yang sesuai. Selain itu kami juga menjaga transparansi harga dan kualitas produk agar

²¹ Pipiet, Wawancara, 13 Mei 2025.

konsumen merasa mendapatkan kualitas yang sesuai dengan harga yang mereka bayar.²²”

Dari pernyataan diatas dalam pelaksanaannya omah kinarya sangat mengedepankan prinsip keadilan dan selalu berusaha memastikan bahwa semua pihak mendapatkan perlakuan yang adil dan tidak ada yang dirugikan dalam setiap transaksi dan kerja sama.

3. Kebebasan

Kebebasan dalam etika bisnis yang dimaksud adalah kebebasan yang terarah dan terkendali, memberikan ruang bagi pelaku untuk berkreasi dan berinovasi dengan penuh tanggung jawab. Kebebasan ini harus selaras dengan nilai- nilai syariah dan tidak merugikan orang lain atau masyarakat luas. Dalam implementasinya omah kinarya sudah menerapkan prinsip kebebasan dalam usahanya hal ini disampaikan oleh Joko selaku pemilik dan pengrajin Omah kinarya.

“oh kalau yang dimaksud kebebasan seperti memilih strategi, produk dan cara pengelolaan usaha, kami menjalankannya sangat sesuai dengan syariat islam dimana dalam memilih strategi penjualan tidak ada unsur penipuan sama sekali, membuat produk dari bahan yang halal serta pengelolaan usaha yang insyaAllah tidak membawakan kerugian kepada semua orang yang berkaitan.”²³

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya omah kinarya menjalankan prinsip kebebasan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dan sudah dipastikan semua aktivitas bisnis yang dilakukan

²² Joko, “Wawancara, 13 Mei 2025,”

²³ Joko, “Wawancara, 13 Mei 2025,”.

sejalan dengan nilai- nilai islam . hal ini dibuktikan dari pemilihan strategi penjualan yang tidak mengandung unsur penipuan dan pembuatan produk dari bahan yang halal. Walaupun bebas mengekspesikan suatu karya namun omah kinarya tetap mengutamakan prinsip-prinsip syariat Islam.

4. Tanggungjawab

Tanggung jawab yang dimaksud adalah komitmen untuk menjalankan usaha secara etis, adil dan bermanfaat bagi semua pihak. Tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga memperhatikan dampak sosial, moral dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnis serta selalu berpegang pada nilai- nilai syariah. Pada implementasinya hal ini disampaikan oleh Pipiet.

“saya dan bapak merasa memiliki tanggungjawab besar kepada rekan kerja, lingkungan dan konsumen mas. Kepada rekan kerja kami memiliki tanggung jawab bagaimana supaya mereka bisa nyaman bekerja sama dengan kita dengan berlaku adil dan terbuka dalam setiap transaksinya lalu dengan lingkungan sekitar kami sangat bertanggung jawab dengan mengurangi limbah dari hasil produksi agar tidak mengganggu warga alhamdulillah nya produk kami itu dari limbah kayu ya jadi itu benar- benar membantu lingkungan sekali selain itu beberapa kali kami juga bersedia melakukan pelatihan kepada masyarakat sekitar tentang ekonomi kreatif berbagi pengalaman dengan mereka agar berkah dan yang terkahir kualitas produk yang bagus menjadi bentuk tanggung jawab kami dalam memuaskan konsumen.”²⁴

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya omah kinarya merasa sangat bertanggung jawab secara menyeluruh mulai dari

²⁴ Pipiet, Wawancara, 13 Mei 2025.

aspek moral dan spiritual, tanggung jawab sosial hingga kepeduliannya terhadap lingkungan dan rekan kerja.



BAB IV
ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN OMAH KINARYA
MELALUI STRATEGI BISNIS ISLAM

Peran ekonomi kreatif berperan penting dalam meningkatkan pendapatan omah kinarya dengan melalui strategi bisnis Islam omah kinarya dapat mengimplementasikan peran ekonomi kreatif yang sesuai dengan prinsip syariah. Setelah menguraikan aspek dan beberapa contoh penerapannya, terlihat jelas bahwa pendapatan omah kinarya dapat meningkat dengan kreativitas, inovasi dan strategi bisnis yang luar biasa. Analisis ini melihatkan betapa pentingnya peran ekonomi kreatif dengan menggunakan strategi bisnis Islam untuk meningkatkan pendapatan omah kinarya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwas peran ekonomi kreatif tidak hanya menguntungkan dari sisi ekonomi namun juga penting bagi kondisi sosial dan lingkungan sekitar.

A. Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan (*income generation*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*) dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (*export earning*), meningkatkan teknologi (*technology development*), menambah

kekayaan intelektual (*intellectual property*), dan peran sosial lainnya.¹ Di pedesaan adanya peran ekonomi kreatif sangat memberikan peluang yang menjanjikan tidak menggunakan modal besar namun juga dapat memperoleh keuntungan yang cukup di atas rata-rata sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat.

Peran ekonomi kreatif menjadi jawaban untuk kemajuan suatu usaha karena dengan inovasi, kreativitas dan strategi yang digunakan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan pendapatan tidak hanya menguntungkan secara ekonomi namun juga lingkungan sekitar. Namun ada beberapa kendala dalam implementasi ekonomi kreatif dan strategi bisnis Islam yang digunakan. Pertama persaingan pasar yang ketat lalu keterbatasan sumber daya yang memadai dan pemasaran yang kurang meluas perlunya strategi pemasaran yang tepat. Hal ini menyebabkan peran ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan omah kinarya kurang maksimal. Oleh karena itu prinsip- prinsip ekonomi kreatif melalui strategi bisnis Islam harus dilakukan dengan tepat agar peningkatan pendapatan dapat mensejahterakan masyarakat dan lingkungan.

Menurut kemenparekraf ekonomi kreatif adalah penciptaann nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia, yang didukung oleh pemanfaatan ilmu pengetahuan, warisan budaya dan teknologi. Sektor ini mencakup berbagai subsektor seperti seni pertunjukan, kerajinan,

¹ Rafika Azwina, Atika Atika, and Budi Dharma, "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Medan," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 3680–99.

kuliner, fesyen dan desain.² Adapun prinsip-prinsip pada ekonomi kreatif yaitu kreatifitas dan inovasi, produksi, pemberdayaan SDM dan lapangan pekerjaan dan pendapatan. Dalam implementasi ekonomi kreatif prinsip-prinsip ini menjadi indikator keberhasilan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan omah kinarya.

Dapat disimpulkan dengan adanya ekonomi kreatif bisa meningkatkan pendapatan selain menguntungkan di aspek ekonomi dengan adanya ekonomi kreatif juga dapat menguntungkan masyarakat dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu terkait peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan omah kinarya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kreatifitas dan Inovasi

Kreatifitas dan inovasi dalam hal ini adalah kemampuan mengolah ide untuk menghasilkan karya kreatif dan inovatif yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan ekosistem. Berikut bentuk peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Omah kinarya:

a. Kemampuan membuat perubahan ide-ide baru

Kemampuan membuat perubahan ide-ide baru menjadi salah satu indikator yang digunakan pada prinsip ekonomi kreatif dimana suatu usaha harus membuat perubahan ide-ide baru agar berbeda dari yang lain dan menjadi ciri khas untuk suatu produk itu sendiri. Dengan

² Lilis Purnaningsi Mas et al., "Peran Umkm Dalam Membangun Dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi 5.0 Menuju Ekonomi Global," *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)* 6, no. 2 (2023): 266–75.

kemampuan dan ide kreatif serta inovasi yang dimiliki Omah kinarya menggunakan kemampuan membuat perubahan ide- ide baru dengan membuat produk yang berbeda dari seniman lain, jika seniman pada umumnya menggunakan kayu sebagai bahan dasar pembuatan wayang, omah kinarya membuat wayang menggunakan limbah kayu yang ada. Selain ramah lingkungan hal ini juga dapat mengefesiensi pengeluaran omah kinarya.

Peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh omah kinarya sesuai dengan prinsip kreatif dan inovatif indikator kemampuan membuat perubahan ide- ide baru dan sesuai dengan teori bisnis Islam prinsip kebebasan. Dengan adanya ide baru yang dilakukan ini menjadi pembeda bagi produk omah kinarya dengan produk seniman yang lain. Dalam konteks prinsip ekonomi kreatif, omah kinarya bebas menghasilkan ide- ide baru dengan menggabungkan kreativitas dan keahlian dalam pembuatan produk yang unik dan bernilai seni tinggi, sesuai dengan ciri utama ekonomi kreatif yang berbasis pada ide dan kreativitas. Produk yang dihasilkan omah kinarya tidak hanya menciptakan nilai tambah ekonomi tetapi juga menjaga dan melestarikan budaya lokal yang merupakan bentuk inovasi sosial dan budaya dalam ekonomi kreatif yang sesuai dengan prinsip syariah.

b. Penerapan ide- ide unik dan orisinal

Penerapan ide- ide unik dan orisinal merupakan salah satu indikator pada prinsip kreativitas dan inovasi pada ekonomi kreatif.

Omah kinarya menjalankan peran penting dalam ekonomi kreatif dengan menerapkan ide- ide unik dan orisinil terutama inovasi produk wayang kayu yang dibuat dari limbah selain itu motif pakaian yang berbeda- beda pada setiap satu tokoh dalam jumlah yang banyak. Hal ini menjadi ide unik tanpa mengubah ke orisinilitas seni tersebut. Ide unik ini menjadi karya seni yang bernilai tinggi karena mengubah bahan yang tidak bernilai menjadi karya seni bernilai tinggi dan dengan motif- motif yang berbeda pada pakaian satu tokoh wayang dengan jumlah yang banyak lebih menarik dan tidak terkesan monoton.

Peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh omah kinarya sesuai dengan prinsip kreatif dan inovatif indikator penerapan ide- ide dan orisinil. Keunikan produk omah kinarya terletak pada detail artistik dan filosofi wayang yang dihadirkan dihadirkan menjadikan setiap karya bukan sekedar erajinan tapi juga sarat makna budaya. Selain itu, Omah Kinarya terus berinovasi dengan mengembangkan berbagai produk seperti gantungan kunci dan cinderamata yang tetap mempertahankan ciri khas orisinalitas dan keunikan desainnya. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif yang menekankan pada penciptaan nilai melalui ide orisinil dan inovasi yang berkelanjutan.³

³ Seri Murni and Rekha Rekha, “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie),” (*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 2021): 32–44.

2. Produksi

Produksi merupakan salah satu prinsip yang menjadi ukuran keberhasilan dari produk ekonomi kreatif. Dengan jumlah output yang dihasilkan bagaimana kombinasi produk yang efisien untuk membuat produk yang kreatif. Dalam produksi tidak hanya mengandalkan bahan baku namun juga mampu memanfaatkan ide dan teknologi untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Berikut indikator Produksi pada ekonomi kreatif:

a. *Total Factor Productivity* (TFP)

Total Factor Productivity merupakan salah satu indikator pada prinsip produksi yang mempengaruhi keberlangsungan dalam ekonomi kreatif. Dalam penerapannya omah kinarya memproduksi wayang dari limbah kayu berangkat dari pengalaman dan keahlian yang dimiliki omah kinarya mampu memproduksi suatu produk yang mencerminkan inovasi kreatifitas dan teknologi.

Peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh omah kinarya sangat sesuai dengan prinsip ekonomi Produksi indikator TFP. Omah kinarya merupakan contoh nyata implementasi TFP dalam ekonomi kreatif. Dengan memanfaatkan limbah, keahlian pemilik, dan teknologi sederhana mereka mencapai produktivitas tinggi yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan dan penguatan budaya lokal.

b. Ekspor barang dan jasa ekonomi kreatif.

Ekspor barang dan jasa menjadi salah satu bentuk keberhasilan ketika suatu ekonomi kreatif dapat dipasarkan secara luas. Hal ini sudah diterapkan oleh omah kinarya pada prosesnya omah kinarya mendapat tawaran dari dinas saat melakukan pelatihan untuk bisa mengekspor produk ke luar negeri dan dibuktikan dengan terekspornya produk omah kinarya ke 16 negara yang didukung oleh strategi pemasaran digital menggunakan facebook, instagram untuk menjangkau pasar global. Untuk pendanaan omah kinarya juga bermitra dengan pemerintah daerah dan POLRES Madiun.

Peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh omah kinarya sesuai dengan prinsip produksi pada ekonomi kreatif indikator ekspor barang dan jasa ekonomi kreatif. Pendekatan ini tidak hanya mengurangi biaya produksi namun juga memenuhi permintaan global akan produk yang ramah lingkungan. Kunci keberhasilan ekspor mereka terletak pada inovasi desain berbasis budaya dengan detail 15 cm- 1 meter dengan kustomisasi sesuai permintaan pasar internasional. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital omah kinarya mampu menembus pasar internasional dengan mudah. Omah kinarya juga menghindari perantara ekspor untuk meningkatkan margin keuntungan langsung dan kontribusi terhadap neraca perdagangan Indonesia.

c. Pameran seni

Pameran seni menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan suatu produk dari ekonomi kreatif. Melalui pameran seni pengusaha ekonomi kreatif dibidang seni dapat menemukan pasar yang tepat. Kolaborasi pelaku UMKM kreatif, perusahaan besar, dan pemerintah dapat membentuk ekosistem yang saling menguatkan. Pemerintah memiliki peran penting dalam menyediakan wadah kolaboratif, seperti menyelenggarakan festival ekonomi kreatif, pameran produk UMKM, maupun program kemitraan dengan lembaga pendidikan guna menjembatani pelaku UMKM dengan generasi muda yang memiliki ide inovatif.⁴ Hal ini dibuktikan oleh omah kinarya dengan mengikuti kegiatan berbagai pameran dari pameran UMKM biasa hingga pameran seni. Hal yang dilakukan oleh omah kinarya untuk mengikuti berbagai pameran sangat bermanfaat bagi keberlangsungan omah kinarya yang awalnya hanya menggunakan sistem titip tanpa buah hasil apapun namun dengan mengikuti berbagai pameran omah kinarya dapat menemukan pasar yang tepat.⁵

Dengan mengikuti berbagai pameran entah UMKM atau pameran seni Omah kinarya sudah menerapkan sesuai prinsip ekonomi kreatif produksi indikator pameran seni. Melalui pameran seni produk omah kinarya mulai dilirik oleh pecinta seni, Dinas- dinas, Perusahaan BUMN, POLRES bahkan Bank Indonesia pun sangat tertarik dengan produk

⁴ Evalina Darlin et al., *Ekonomi Kreatif Untuk UMKM* (Sumatra Barat, 2024), 118.

⁵ Pipiet, Wawancara, 17 Februari 2025.

omah kinarya. Dari sini omah kinarya menemukan pasar yang tepat. Dengan mengikuti pameran seni omah kinarya tidak hanya dipamerkan untuk menarik minat pasar lokal namun juga berhasil menembus pasar global, memperkenalkan budaya Indonesia sekaligus meningkatkan nilai ekonomi produk tersebut. Adanya pameran seni sebagai sarana promosi, distribusi dan kolaborasi yang mendukung keberlanjutan usaha kreatif.

3. Pemberdayaan SDM dan Lapangan Pekerjaan

Pemberdayaan SDM dan lapangan pekerjaan menjadi salah satu prinsip dalam ekonomi kreatif. Dengan adanya ekonomi kreatif dapat memberdayakan SDM melalui pelatihan, pengembangan keterampilan dan pemberdayaan bakat lokal untuk menghasilkan produk yang bernilai tinggi dan dapat membuka lapangan pekerjaan untuk semua kalangan yang memiliki ketrampilan dan inovasi tinggi. Adapun indikator pada Pemberdayaan SDM dan lapangan pekerjaan adalah :⁶

a. Pengetahuan dan keterampilan

Pengetahuan dan ketrampilan menjadi salah satu pondasi dalam melakukan ekonomi kreatif. Prinsip ekonomi kreatif menekankan pada pentingnya pengembangan SDM melalui peningkatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan agar mampu menghasilkan produk bernilai tinggi. Dalam implementasinya omah kinarya melakukan peningkatan kapasitas dengan mengikuti berbagai pelatihan yang diadakan oleh pemerintah Madiun selain itu juga melakukan studi

⁶ Darlin et al., *Ekonomi Kreatif Untuk UMKM*, 107-109.

banding beberapa pengrajin dan berkolaborasi dengan beberapa sekolah untuk mengadakan pelatihan dan pengenalan budaya lokal kepada anak-anak sekolah.

Peran ekonomi kreatif yang dilakukan omah kinarya sudah sesuai dengan prinsip Pengembangan SDM indikator pengetahuan dan keterampilan. Dengan pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki oleh pengrajin omah kinarya mampu bersaing secara nasional maupun global. Selain itu tidak pernah berhenti belajar dengan mengikuti pelatihan yang disediakan oleh pemerintah dapat menjadi jembatan omah kinarya dalam mengembangkan usaha dan memperluas pasar. Selain mengikuti pelatihan dengan kesadaran penuh omah kinarya tidak pernah berhenti untuk melakukan studi banding beberapa seniman-seniman seperti di Jogja dan Jawa Tengah untuk melihat dan menganalisis apa yang kurang dari produk yang dihasilkan serta mencari peluang untuk inovasi produk. Terlepas dari itu semua omah kinarya tidak hanya menjadi tempat usaha namun juga menjadi tempat belajar bagi banyak orang dari lingkungan sekitar sampai beberapa sekolah untuk belajar mengenal budaya lokal.

b. Penyerapan tenaga kerja

Penyerapan tenaga kerja salah satu indikator dalam ekonomi kreatif dimana dengan adanya ekonomi kreatif dapat membuat lapangan pekerjaan baru. Dengan adanya penyerapan tenaga kerja dapat

menambah pemasukan ekonomi masyarakat sekitar.⁷ Dalam implementasinya omah kinarya melakukan penyerapan tenaga kerja dalam bentuk kerjasama untuk pembuatan standing, graper, memahat, amplas dan kebutuhan box.

Peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh omah kinarya sudah sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif pemberdayaan SDM lapangan pekerjaan indikator penyerapan tenaga kerja. Dengan adanya omah kinarya dapat membuka lapangan pekerjaan untuk kelompok yang sulit mengakses pekerjaan formal seperti ibu rumah tangga dan pemuda desa. Penyerapan tenaga kerja oleh omah kinarya berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat, pelestarian budaya lokal melalui produk seni, serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat daerah. Selain itu dengan semakin banyak tenaga kerja yang terlibat, produksi dan inovasi dalam sektor ekonomi kreatif dapat terus berkembang, menciptakan efek berganda bagi ekonomi lokal dan nasional.

4. Pendapatan

Pendapatan adalah salah satu indikator keberhasilan suatu usaha ekonomi kreatif. Dengan meningkatnya pendapatan dapat diartikan suatu usaha tersebut berhasil dalam pelaksanaannya. Prinsip pendapatan dalam ekonomi kreatif menekan bahwa kreativitas dan inovasi bukan hanya sebagai nilai estetika atau budaya tetapi juga sebagai sumber utama

⁷ Ibid., 111.

penciptaan nilai ekonomi yang berkelanjutan. Pendapatan yang diperoleh omah kinarya mengalami peningkatan yang awalnya pemasukan hanya satu juta di setiap satu pembelian wayang itu pun tidak sering tetapi sekarang bisa mencapai puluhan juta dari setiap orderan yang didapat.

Peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh omah kinarya sesuai dengan prinsip pendapatan. Omah kinarya menerapkan prinsip pendapatan secara efektif melalui pengembangan produk seni berbasis limbah kayu. Dengan mengubah bahan yang sebelumnya kurang dimanfaatkan omah kinarya berhasil menciptakan nilai tambah yang signifikan dengan menjadikan kerajinan wayang kayu lukis dan souvenir bernilai tinggi. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun internasional, tetapi juga membuka peluang pendapatan yang berkelanjutan bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar. Diversifikasi produk serta inovasi kreatif yang terus dikembangkan menjadi kunci utama dalam memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan. Melalui upaya tersebut, Omah Kinarya tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan individu, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan, sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi.

Strategi bisnis Omah Kinarya tidak hanya berpijak pada prinsip ekonomi kreatif seperti inovasi dan kreativitas, namun juga mengadopsi nilai-nilai dasar etika bisnis Islam yang terdiri dari prinsip *tauhid*, *adil*, *kebebasan*, dan *tanggung jawab*. Prinsip *tauhid* tercermin dalam integrasi

antara tujuan spiritual dan kegiatan usaha, di mana seluruh aktivitas bisnis dijalankan dengan niat ibadah serta tanggung jawab kepada Allah SWT. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk menjaga kejujuran, integritas, dan keberkahan dalam setiap proses, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pemasaran. Konsistensi spiritual ini turut membentuk kredibilitas usaha yang kuat di mata konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan dan pendapatan.

Prinsip *keadilan* dan *kebebasan* turut memperkuat fondasi usaha. Omah Kinarya menerapkan keadilan melalui pembagian hak dan kewajiban secara proporsional, baik kepada tenaga kerja maupun konsumen. Kejelasan harga, kualitas produk yang sesuai, dan transparansi transaksi menjadi nilai penting dalam membangun kepercayaan jangka panjang. Di sisi lain, kebebasan yang dijalankan oleh Omah Kinarya tidak bersifat mutlak, melainkan dibingkai oleh syariat. Kebebasan dalam menciptakan desain produk dan memilih strategi pemasaran dimanfaatkan secara bertanggung jawab tanpa mengandung unsur penipuan atau eksploitasi. Produk yang unik dan berdaya saing tinggi ini menjadikan Omah Kinarya mampu menjangkau pasar lokal hingga internasional, serta meningkatkan pendapatan usaha secara signifikan.

Prinsip *tanggung jawab* menjadi elemen krusial dalam strategi bisnis Omah Kinarya. Usaha ini tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Penggunaan limbah kayu sebagai bahan baku menunjukkan

komitmen terhadap lingkungan. Tanggung jawab ini menciptakan nilai tambah tidak hanya pada produk, tetapi juga pada citra usaha secara keseluruhan. Dengan demikian, strategi bisnis yang dilandaskan pada etika Islam tidak hanya meningkatkan pendapatan secara kuantitatif, namun juga memperkuat ketahanan usaha secara kualitatif dalam jangka panjang.

B. Analisis Peluang dan Hambatan Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya

Peluang dan hambatan dalam ekonomi kreatif merupakan salah satu untuk membentuk strategi yang digunakan dalam pengembangan suatu usaha. Peluang dalam ekonomi kreatif sangat besar terutama didukung oleh keragaman budaya yang kaya, tingginya permintaan pasar domestik maupun internasional serta kemajuan infrastruktur dan teknologi yang memungkinkan inovasi produk dan distribusi yang lebih luas. Selain itu dengan adanya bantuan dari pemerintahan dari segi fasilitas maupun biaya dapat memperkuat potensi pertumbuhan ekonomi kreatif. Banyaknya peluang juga memungkinkan banyaknya hambatan yang signifikan. Tantangan utama meliputi persaingan ketat, kurangnya apresiasi yang menghambat pengembangan usaha ekonomi kreatif. Secara keseluruhan pengembangan ekonomi kreatif memerlukan strategi yang mampu memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi hambatan tersebut. Adapun berikut analisis peluang dan hambatan yang dialami oleh omah kinarya diantaranya adalah :

1. Peluang

Peluang merupakan salah satu keadaan yang dapat membentuk strategi dalam pengembangan usaha di bidang ekonomi kreatif. Dengan adanya peluang pengusaha dapat melihat apa saja yang seharusnya bisa dilakukan untuk keberlangsungan suatu usaha. Adapun indikator peluang yang dialami oleh omah kinarya adalah :

a. Inovasi produk dan diversifikasi

Inovasi produk dan diversifikasi merupakan salah satu indikator dalam peluang ekonomi kreatif. Dengan inovasi produk yang diinginkan pasar dapat menjadi peluang yang besar bagi suatu usaha. Khususnya pada usaha ekonomi kreatif inovasi produk dan diversifikasi sangat diperlukan. Omah kinarya memiliki peluang untuk membuat inovasi produk yang berbeda dari seniman lainnya. Tidak hanya produk wayang kayu yang berasal dari limbah kayu namun inovasi yang dihasilkan oleh omah kinarya adalah desain yang berbeda dari seniman- seniman lainnya. Jika seniman lain menggunakan satu desain atau corak pada satu tokoh dengan jumlah yang banyak omah kinarya mampu membuat desain atau corak yang berbeda pada satu tokoh dalam jumlah yang banyak. Hal ini menjadi peluang besar bagi omah kinarya dalam mengembangkan usaha

Omah kinarya memanfaatkan peluang besar dalam inovasi produk dan diversifikasi yang sejalan dengan prinsip ekonomi kreatif yaitu kreatifitas dan inovasi. Selain itu secara etika bisnis islam inovasi produk dan diversifikasi produk yang dilakukan omah kinarya juga

mencerminkan prinsip kebebasan dan keadilan. Dari perspektif ekonomi kreatif inovasi produk dan diversifikasi ini merupakan inti dari penciptaan nilai ekonomi yang berkelanjutan dimana kreativitas dan inovasi menjadi sumber utama pertumbuhan dan daya saing usaha. Omah kinarya mengoptimalkan potensi lokal dengan memanfaatkan limbah sebagai bahan baku dan membuat desain yang berbebeda- beda pada satu tokoh dengan jumlah yang banyak sehingga menghasilkan produk yang bernilai tinggi tetapi juga ramah lingkungan. engan demikian, Omah Kinarya tidak hanya berhasil memanfaatkan peluang inovasi produk dan diversifikasi sebagai indikator utama dalam ekonomi kreatif, tetapi juga menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip etika Islam yang menekankan keberlanjutan, keadilan, dan manfaat sosial.

b. Dukungan kebijakan pemerintah

Dukungan kebijakan pemerintah menjadi salah satu peluang bagi omah kinarya untuk mengembangkan usaha nya. Dengan adanya dukungan dan kebijakan dari pemerintah setempat dapat membuka peluang yang besar bagi omah kinarya untuk memasarkan produk atau bahkan peningkatan pengetahuan tentang ilmu bisnis baru untuk menguatkan usaha tersebut. Pengrajin omah kinarya sering melakukan pameran atau kegiatan UMKM yang diadakan oleh pemerintah. Hal ini membuat omah kinarya menemukan pasar yang tepat untuk produknya. Selain dukungan berupa adanya pameran pelatihan ekspor yang sempat diikuti oleh omah kinarya juga

membantu omah kinarya agar dapat bersaing secara global dan internasional.

Omah kinarya memanfaatkan peluang dukungan dan kebijakan pemerintah dalam perspektif ekonomi kreatif dan hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif yaitu produksi dan pemberdayaan SDM serta selaras dengan konsep etika bisnis islam keberlanjutan dan tanggung jawab. Dengan dukungan dan kebijakan pemerintah yang berpihak pada pengusaha ekonomi kreatif seperti memfasilitasi berupa pelatihan ekspor- impor dan pameran UMKM ini sangat membantu pelaku usaha ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatannya. Dengan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah dapat menjadi jalan untuk pelaku usaha menemukan pasar yang tepat. Dengan peluang ini omah kinarya dapat meningkatkan kualitas produk dan memperluas jaringan produk.

c. Penggunaan teknologi dan pemasaran digital

Penggunaan teknologi dan pemasaran digital adalah salah satu peluang besar dalam mempromosikan produk. Hal ini sangat sesuai dengan kebutuhan di sektor ekonomi kreatif. Omah kinarya memanfaatkan peluang tersebut dengan cara menggunakan teknologi dan pemasaran digital seperti shoope, instagram sebagai sarana mempromosikan produk. Dengan penggunaan pemasaran digital seperti shoope, instagram, facebook adss dapat mempromosikan produk omah kinarya secara efektif dengan biaya yang relatif rendah,

mempercepat proses pemasaran dan mendapatkan respon langsung dari konsumen.

Omah kinarya memanfaatkan peluang dengan sangat tepat. Hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif inovasi dan kreatifitas serta selaras dengan prinsip etika bisnsi islam kebebasan dalam memilih strategi dalam penjualan dengan mengedepankan nilai kejujuran, keadilan dan tanggung jawab sosial. Dengan memanfaatkan peluang penggunaan teknologi secara tepat hal ini membantu strategi pemasaran secara *real time* serta membangun hubungan yang lebih personal dan interaktif dengan pelanggan sehingga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2. Hambatan

Hambatan merupakan salah satu hal yang perlu di perhatikan dalam pengembangan usaha. Adanya hambatan sebagai bentuk evaluasi suatu usaha dalam melanjutkan keberlangsungan usaha tersebut. Hal ini memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak termasuk pemerintah dan pelaku usaha agar potensi ekonomi kreatif dapat dikembangkan secara optimal. Adapun hambatan dan indikator yang dialami oleh omha kinarya diantaranya adalah :

a. Persaingan pasar yang ketat

Adanya persaingan pasar yang ketat menjadi hambatan utama dalam suatu usaha. Dengan banyaknya produk yang sama hal ini menjadi tantangan pelaku usaha dalam mengembangkan usaha nya. Banyaknya

pengrajin sekaligus usaha kreatif menjadikan persaingan yang ketat hal ini menuntut omah kinarya untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk. Dibuktikan dengan inovasi produk wayang dari limbah kayu dan desain atau corak yang berbeda beda. Hal ini menjadi solusi untuk hambatan yang dialami oleh omah kinarya.

Omah kinarya menghadapi hambatan persaingan yang ketat dengan tepat dimana solusi yang dilakukan sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif yaitu inovasi dan kreatifitas sebagai bentuk penguatan produk agar bernilai tinggi dan berbeda dari seniman yang lain. Selain itu dalam menghadapi hambatan tersebut omah kinarya juga melakukannya sesuai dengan etika bisnis islam yakni keadilan dimana dalam pelaksanaannya mengedepankan kejujuran tanpa adanya kecurangan yang dapat merugikan pihak manapun. Dengan adanya hambatan persaingan pasar yang ketat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi omah kinarya untuk menguatkan inovasi dan strategi pemasaran yang tepat untuk usaha yang berkelanjutan.

b. Keterbatasan sumber daya

Keterbatasan sumber daya manusia yang sesuai pada bidang seni menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan usaha khususnya di Omah kinarya. Hal ini menjadi tantangan besar bagaimana bisa menyeimbangkan anantara kebutuhan pasar dan sumber daya yang cukup. Dengan hambatan keterbatasan sumber daya omah kinarya melakukan solusi dengan cara membentuk *team work* yang bertugas

untuk pembuatan box, memahat, ukir dan amplas kepada masyarakat sekitar yang memiliki kemampuan tersebut. Walaupun untuk finishing tetap dilakukan oleh pengrajin Omah kinarya sendiri.

Omah kinarya menghadapi hambatan keterbatasan sumber daya menjadi salah satu tantangan dalam pengembangan usahanya. Dengan adanya hambatan ini menghambat produksi omah kinarya terhadap permintaan pasar. Namun solusi yang dilakukan oleh omah kinarya sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif yaitu dengan pemberdayaan SDM. Yakni dapat bekerja sama dengan pengusaha yang sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu hambatan yang dihadapi oleh omah kinarya dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi omah kinarya untuk terus meningkatkan kualitas produk sesuai dengan permintaan pasar.

c. Fluktuasi pasar dan ketidakstabilan usaha

Kondisi pasar yang tidak stabil menjadi hambatan dalam pengembangan usaha omah kinarya. Fluktuasi pasar mengacu pada perubahan permintaan yang tidak menentu sering kali sulit diprediksi sehingga berdampak langsung pada pendapatan dan kelangsungan usaha kreatif. Dalam kondisi ini omah kinarya masih mengandalkan inovasi dan kreatifitas produk serta pasar yang tepat agar usaha dapat terus berlanjut. Dengan penguatan inovasi produk, pasar yang tepat dan menjaga kepercayaan konsumen dapat menjadi solusi yang tepat untuk menghadapi hambatan ini.

Omah kinarya menghadapi fluktuasi pasar dan ketidakstabilan usaha dengan tepat. Hambatan yang dialami oleh omah kinarya harus mengedepankan inovasi dan kreatifitas produk serta menjaga kepercayaan konsumen untuk menjaga kestabilan usaha ditengah-tengah fluktuasi pasar. Dalam pandangan teori ekonomi kreatif hal ini sudah sesuai dengan prinsip inovasi dan kreatifitas dalam menjaga pemasaran produk agar tetap unggul. Selain itu yang dilakukan oleh omah kinarya dalam menghadapi hambatan tersebut juga sesuai dengan prinsip etika bisnsi islam yakni Tauhid. Dimana dalam keadaan fluktuasi pasar omah kinarya tetap sabar, jujur dan tanggung jawab agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

C. Analisis Strategi bisnis Islam untuk mendukung keberlanjutan Omah Kinarya

Strategi bisnis islam yang diterapkan oleh omah kinarya dapat dianalisis menggunakan teori etika bisnis islam untuk mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini karena prinsip pada teori etika bisnsi islam menjadi landasan mosal dan spiritual yang mengarahkan setiap aktivitas bisnis agar sejalan dengan nilai- nilai Islam dan tujuan sosial yang lebih luas. Omah kinarya dapat membangun pondasi yang kokoh untuk strategi bisnisnya yang tidak hanya fokus pada keuntungan namun juga pada keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu berikut analisis strategi bisnis omah kinarya untuk mendukung keberlanjutan omah kinarya :

a. Tauhid

Tauhid merupakan salah satu prinsip pada etika bisnis islam yang mengedepankan anatara nilai spriritual dan aktivitas ekonomi dapat berjalan bersamaan. Strategi yang digunakan omah kinarya pada awal berdirinya sangat menerapkan prinsip ketauhidan dimana pemilik memiliki keyakinan bahwa segala sesuatu yang dilakukan oleh pemilik omah kinarya baik dalam produksi, pelayanan maupun pengelolaan keuangan selalu diniatkan sebagai ibadah dan pemilik omah kinarya selalu berusaha menjaga kejujuran, transparansi dan keadilan dalam setiap transaksi serta memastikan seluruh produk dan layanannya halal dan bermanfaat bagi masyarakat.

Dengan melakukan strategi yang sesuai dengan prinsip Tauhid pada etika bisnis islam dapat menentukan keberlanjutan omah kinarya. Prinsip tauhid yang dilakukan oleh omah kinarya menjadi landasan utama sehingga seluruh aktivitas bisnis dilakukan dengan kesadaran penuh akan tanggung jawab spriritual dan moral kepada Allah menjadikan bisnis tidak hanya mengejar profit semata namun juga menjaga keberlanjutan dan sosial sebagai bagian dari amanah yang harus dipertanggungjawabkan. Hal ini juga sesuai dengan teori ekonomi kreatif prinsip inovasi dan kreatif karena dengan menggunakan strategi yang inovasi dan tetap dilandaskan etika islam menghasilkan produk yang tidak hanya unik namun juga bermakna secara spriritual dan sosial.

b. Keadilan

Keadilan merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh omah kinarya dalam keberlanjutan usahanya. Keadilan menitikberatkan pada perlakuan yang setara, transparan, dan tidak merugikan pihak manapun dalam aktivitas bisnis. Dalam implementasinya dalam mengelola omah kinarya pemilik menerapkan prinsip yang adil dengan memberikan hak karyawan ataupun orang-orang yang sudah bekerja sama dengan omah kinarya. Selain itu juga menjaga transparansi harga dan kualitas produk agar konsumen mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan harga.

Dari pernyataan diatas penulis menganalisis bahwasannya strategi yang dilakukan oleh omah kinarya untuk keberlanjutan usaha sesuai dengan prinsip keadilan pada etika bisnis islam dan sesuai dengan prinsip ekonomi kreatif inovasi dan pemberdayaan SDM. Dengan adanya prinsip keadilan yang diterapkan pada strategi bisnis membuat kepercayaan pelanggan meningkat. Selain itu dengan prinsip keadilan menuntut agar setiap pihak yang terlibat dalam bisnis diperlakukan dengan adil dan setara tanpa diskriminasi atau penipuan serta menghindari praktik yang merugikan pihak manapun. Hal ini mencakup pada kejujuran transaksi, meniptakan kepercayaan konsumen dan keseimbangan hubungan dalam bisnis.

c. Kebebasan

Kebebasan pada strategi yang digunakan oleh Omah kinarya adalah kebebasan dalam berinovasi, kebebasan dalam memilih strategi pemasaran, pengelolaan produk yang sesuai dengan syariat islam tanpa ada unsur penipuan. Berinovasi yang sesuai syariat Islam dengan menggunakan bahan yang halal selain itu juga menjalankan strategi pemasaran produk tanpa ada unsur penipuan. Karena pada implementasi nya omah kinarya menggunakan limbah kayu sebagai dasar pembuatan produk dan pada pemasaran apa yang sudah di pasarkan ataupun yang di upload di media sosial murni tanpa ada unsur melebihi- lebihkan untuk menguntungkan satu pihak.

Dari pernyataan diatas penulis menganalisis bahwasannya strategi yang digunakan omah kinarya sesuai dengan prinsip kebebasan pada etika bisnis islam. Berinovasi tanpa batas harus dibatasi oleh etika dan tanggung jawab sosial. Omah kinarya dapat terus mengembangkan usaha berbasis lokal dengan tetap memastikan proses produk dan pemasaran sesuai prinsip halal dan adil. Hal ini menjadi pondasi utama dalam melaksanakan strategi bisnis omah kinarya. Oleh karena itu dengan kebebasan berinovasi tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga menjaga keseimbangan antara keuntungan bisnis dan tanggung jawab moral kepada masyarakat dan lingkungan.

d. Tanggung Jawab

Tanggung jawab menjadi salah satu prinsip yang digunakan pada strategi bisnis omah kinarya. Bentuk komitmen untuk menjalankan usaha secara etis, adil dan bermanfaat bagi semua pihak. Tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga memperhatikan dampak sosial, moral dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnis serta selalu berpegang pada nilai-nilai syariah. Pemilik omah kinarya memiliki rasa tanggung jawab pada mitra kerja agar saling nyaman untuk bekerja sama dengan cara terbuka dalam setiap transaksinya serta bentuk tanggung jawab pada lingkungan dengan cara menggunakan limbah kayu sebagai produk wayang kayu dan melakukan pelatihan kepada masyarakat sekitar tentang ekonomi kreatif untuk berbagi pengalaman dan yang terakhir kualitas produk yang bagus menjadi bentuk tanggung jawab pemilik dalam memuaskan konsumen.

Dari pernyataan diatas penulis menganalisis bahwasannya strategi yang dilakukan oleh omah kinarya sudah sesuai dengan prinsip tanggung jawab pada etika bisnis islam dan ekonomi kreatif prinsip inovasi dan pemberdayaan SDM. Pada hakikatnya omah kinarya menggunakan strategi bisnis dengan menggunakan prinsip tanggung jawab berarti usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata namun juga harus memperhatikan kesejahteraan mitra usaha, pelanggan dan lingkungan sekitar sebagian dari amanah dan ibadah. Dengan hal ini dapat menjaga kelayakatan pelanggan

dan juga semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu dapat dipastikan bahwa usaha tidak hanya berkembang secara ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat luas dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat serta kelestarian alam.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya Melalui Strategi Bisnis Islam, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya, Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun tampak dari penerapan prinsip inovasi, kreativitas, efisiensi produksi, dan pemberdayaan sumber daya manusia. Melalui pengolahan limbah kayu menjadi karya seni yang unik dan bernilai tinggi, serta strategi promosi digital dan keikutsertaan dalam pameran, Omah Kinarya berhasil menembus pasar internasional. Usaha ini juga membuka lapangan kerja bagi kelompok masyarakat. Dampaknya, pendapatan Omah Kinarya meningkat signifikan, terbukti dengan awalnya pendapatan perbulan hanya memiliki pemasukan sekitar Rp.1.000.000 dari penjualan satu wayang sekarang bisa mencapai puluhan juta setiap pembelian. Hal ini membuktikan ekonomi kreatif mampu menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang berkelanjutan, inklusif, dan berbasis budaya.
2. Peluang dan hambatan dalam meningkatkan pendapatan pengrajin kayu di Omah Kinarya mencerminkan dinamika pengembangan ekonomi kreatif yang kompleks. Peluang muncul dari inovasi produk berbasis limbah kayu,

diversifikasi, pemanfaatan pemasaran digital, serta dukungan pemerintah melalui pelatihan dan pameran UMKM. Faktor-faktor ini memperkuat daya saing Omah Kinarya hingga mampu menjangkau pasar internasional. Di sisi lain, hambatan yang dihadapi meliputi persaingan pasar yang ketat, keterbatasan tenaga kerja terampil, dan fluktuasi permintaan pasar. Namun, Omah Kinarya mampu mengatasinya melalui inovasi berkelanjutan, kolaborasi dengan masyarakat sekitar, dan penerapan etika bisnis Islam dalam menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen.

3. Strategi bisnis Islam untuk mendukung keberlanjutan usaha pengrajin kayu di Omah Kinarya dalam perspektif ekonomi Islam mencerminkan integrasi kuat antara prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Penerapan prinsip *tauhid* menjadikan seluruh aktivitas usaha sebagai bentuk tanggung jawab spiritual, sehingga setiap langkah bisnis dilandasi niat ibadah, kejujuran, dan kebermanfaatan. Prinsip *keadilan* diwujudkan melalui perlakuan setara terhadap mitra kerja, transparansi harga, serta kejujuran dalam transaksi, yang membangun kepercayaan konsumen dan hubungan bisnis yang sehat. Strategi *kebebasan* tercermin dari kreativitas dan inovasi dalam produksi serta kebebasan memilih metode pemasaran yang tetap sesuai syariat, tanpa unsur penipuan atau manipulasi informasi. Sedangkan prinsip *tanggung jawab* terlihat dalam komitmen terhadap kualitas produk, keberlanjutan lingkungan dengan memanfaatkan limbah kayu, serta kepedulian sosial melalui pelatihan dan pemberdayaan masyarakat sekitar.

B. Saran/Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut saran dalam penelitian tentang Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Omah Kinarya Melalui Strategi Bisnis Islam, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bagi pengrajin kayu di Omah Kinarya, Desa Mojorejo, Kabupaten Madiun
Dapat melakukan riset pasar secara rutin untuk memahami tren yang ada di kalangan konsumen, serta mengimplementasikan sistem manajemen mutu yang terstandarisasi untuk menjaga konsistensi produk. Meluncurkan kampanye kesadaran lingkungan yang menyoroti pemanfaatan limbah kayu untuk menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan. Terakhir, menjalin kolaborasi dengan desainer dan seniman lokal dapat menciptakan produk yang lebih inovatif dan artistik, sehingga meningkatkan daya saing Omah Kinarya di pasar.
2. Bagi Pemerintah Daerah
Diharapkan untuk memberikan dukungan melalui sosialisasi maupun pelatihan dan pendampingan bagi pengrajin, serta memfasilitasi akses ke pasar dan promosi produk lokal.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini dapat menjadi referensi atau informasi tambahan sehingga memperluas cakupan studi dengan menggunakan metode penelitian yang lain seperti penelitian kuantitatif agar dapat memperoleh hasil yang lebih terukur dalam meneliti Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan pendapatan omah kinarya melalui strategi bisnis islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arjana, I Gusti Bagus. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. PT. Raja Grafindo Persada - Rajawali Pers, 2017

Chapra, Muhammad Umer. *Islam Dan Tantangan Ekonomi*. Gema Insani, 2000.

Darlin, Evalina et al., *Ekonomi Kreatif Untuk UMKM* . Sumatra Barat, 2024.

Latuconsina, Hudaya. *Pendidikan Kreatif: Menuju Generasi Kreatif & Kemajuan Ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Sukirno, Sadono. Pengantar Teori Makroekonomi Edisi Kedua. Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian (STIK). Raja Grafindo Persada, 1995.

Sopannah, Syamsul Bahri And Mohammad Ghozali. *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. Scopindo Media Pustaka, 2020.

Utami, K.. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Lembaga Pers Mahasiswa Inkadha Sumenep Ditinjau Dari Bisnis Islam. *Revenue: Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Islam*, 6(02), (2023).

Wahyudi, Amin and Binti Nur Asiyah, and Husnul Haq, The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 7 (2023)

Jurnal

Antara, I. Komang Adi, and Luh Putu Aswitari. “Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Denpasar Barat.” *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 5, No. 11 (2016).

Azwina, Rafika, Atika Atika, and Budi Dharma. "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Medan." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 3680–99. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.4157>.

Bangsawan, Gema. "Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif." *Jurnal Studi Kebijakan Publik* 2, no. 1 (2023): 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>.

Dede Saputra, "Strategi Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Pendapatan Dimasa Pandemi Covid-19 Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Sembako Abdullah Di Kelurahan Pujud Selatan)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

Efendi, Mohamad Nur, and Luhur Prasetyo. "Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Peningkatan Potensi Pasar Rakyat Di Kota Madiun." *Jurnal Muslim Heritage* 7 (2021). <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.3926>.

Ekonomi, Prodi, Universitas Islam, Negeri Sultan, and Syarif Kasim. "Analisis SWOT Ekonomi Syariah Di Indonesia (Studi Komparasi Pertumbuhan Dan Perkembangan Ekonomi Syariah)" 2, no. 2 (2024): 122–28.

"Ekonomi Kreatif Sebagai Ide Bisnis Syariah: Tinjauan Literatur Tentang Peran Dan Pengaruhnya Dalam Pembentukan Bisnis Kreatif | Amanu: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi." Accessed March 18, 2025.

Faizah, Fita Nurotul. "Analisis strategi pengembangan bisnis islam pada UMKM

mekar abadi Kabupaten Grobogan." *Skripsi Semarang: UIN Walisongo Semarang* (2015).

Faitdah, Nur, and Abdur Rohman. "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batik Tanjungbumi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023).

Handayani, Disfa Lidian. "Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif." *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4.1 (2019).

Hartomo, Deny Dwi, And Malik Cahyadin. "Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif Di Kota Surakarta." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* 4, no. 2 (2013).

Iskandar, Iskandar. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin Di Kota Langsa." *Jurnal Samudra Ekonomika* 1, no. 2 (2017).

Makbul, M. "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian., 2021.

Maria, Vera, Tesalonika Situmeang, and Robbi Fito Ardana. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang." *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 2 (2024).

Mariana, Kukuh Tondoyekti, and Fachrozi. "Ekonomi Hijau Dan Bisnis Syariah: Mempromosikan Bisnis Yang Berkelanjutan Dan Bertanggung Jawab." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)* 04, no. 02 (2024): 873–82.

Marsinah, Marsinah, RA Rodia Fitri Indriani, and Hatidah Hatidah. "Peran Bisnis Islami Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif; Studi Observasi Terhadap Pelaku Usaha Di Komunitas Muslim." *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2025).

Murni, Seri, and Rekha Rekha. "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2021): 32–44.

Nurjanah, Siti. "Analisis pengembangan program bisnis industri kreatif penerapannya melalui pendidikan tinggi." *Jma* 18.2 (2013)

"No Title," n.d. <https://wartaindo.com/post/joko-suwiono-dari-limbah-kayu-menembus-pasar-dunia-dengan-wayang-karya-omah-kinarya>.

"Pengantar Metodologi Penelitian - IDR UIN Antasari Banjarmasin." Accessed March 13, 2025.

Perdana, Putra, and Anisa Fitria Utami. "Studi Komparatif Ekonomi Kreatif Di Dunia." *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy* 2, no. 1 (2022).

Prasetyo, Luhur, and Unun Roudlotul Janah. "Cryptocurrency As Money: Islamic Monetary System Perspective." *Al-Tahrir* 2, no. 1 (2022).

Purnanengsi Mas, Lilis, Melisa Yanuar Susilo, Prodi Manajemen Informatika AMIK Luwuk Banggai, Jl Sutardjo, Kelurahan Luwuk, Kecamatan Luwuk, Kab Luwuk Banggai, et al. "Peran Umkm Dalam Membangun Dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi 5.0 Menuju Ekonomi

Global.” *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)* 6, no. 2 (2023): 266–75.

Puspa Rini dan Siti Czafrani, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global*, Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora, (Vol. 1, Desember 2010).

Puspitasari, Laili Latifah. "Etika bisnis Islam: teori dan aplikasi pada perusahaan manufaktur." *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)* 7.2 (2016).

Rokhayati, Isnaeni. “Perkembangan Teori Manajemen Dari Pemikiran Scientific Management Hingga Era Modern Suatu Tinjauan Pustaka.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 2 (2014).

Rusydi, Rusydi, and Noviana Noviana. “Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia).” *Jurnal Visioner & Strategis* 5, no. 1 (2016).

Saksono, Herie. “Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah.” *Jurnal Bina Praja* 4, no. 2 (2012).

“Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Mendukung Daya Saing Daerah Kota Tangerang | JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik.” Accessed March 18, 2025.

Sulistyo, Sulistyo. "Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 6.1 (2010).

Sulistyo, Sulistyo. “Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dengan Basis

Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 6, no. 1 (February 26, 2010).

Syafitri, Aulia Daisy Arsy, and Fauzatul Laily Nisa. “Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 3 (2024): 189–98.

Ummah, Masfi Sya’fiatul. “The Concept of Creative Economy Development-Strengthening Post Covid 19 Pandemic in Indonesia Strategy and Public Policy Management Study.” *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.

Uyuni, Audry. “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ardhina Batik Medan).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021

Vuspitasari, Benedhikta Kikky, Deffrinica Deffrinica, and Shanti Veronnica Br Siahaan. “Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang.” *Sebatik* 25, no. 1 (2021): 181–87.

Wahyudi, Amin, Binti Nur Asiyah, and Husnul Haq. “The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank.” *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82–94.

Wawancara

Joko. Wawancara, 13 Mei 2025.

Pipiet. Wawancara, 17 Februari 2025.