

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan tren yang positif, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pengembangan kreativitas berbasis budaya. Ekonomi kreatif sendiri telah diakui sebagai salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam mendorong penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi kreatif merupakan konsep yang sedang berkembang mengedepankan faktor-faktor produksi kreatif yang menyentuh faktor-faktor produksi konvensional dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, dan teknologi.¹

Ekonomi kreatif telah berkembang menjadi sektor potensial yang mampu mendorong peningkatan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan ide, inovasi, dan kreativitas sebagai aset utama. Berbagai subsektor seperti kriya, kuliner, desain, fashion, dan seni pertunjukan tidak hanya menciptakan lapangan kerja baru, tetapi juga emberdayakan komunitas lokal dalam mengembangkan produk berbasis budaya dan kearifan lokal. Pendekatan ini memberi peluang bagi masyarakat untuk tidak sekadar menjadi konsumen, tetapi juga produsen yang mandiri.²

¹ Mauled Moelyono, "Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan", (Jakarta:Pt Raja Grafindo Persada, 2010), 25.

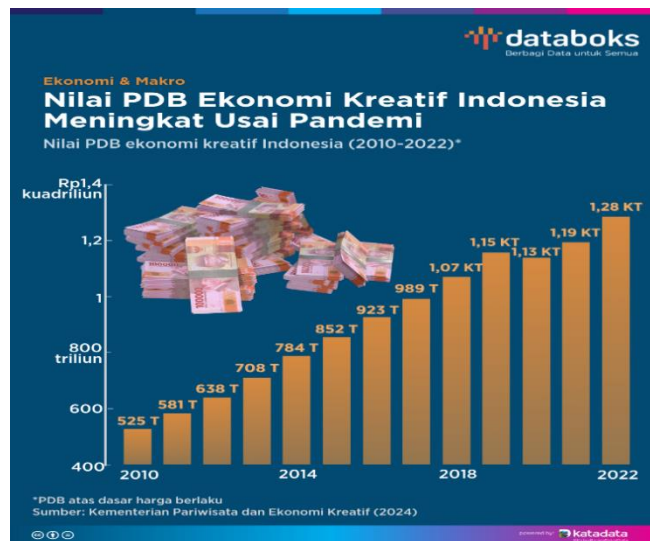
² *Ibid.* 27.

Sektor ekonomi kreatif menyumbang lebih dari 7% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja.³ Hal ini menunjukkan bahwa dengan dukungan infrastruktur, pemasaran digital, dan kebijakan yang tepat, ekonomi kreatif dapat menjadi tulang punggung ekonomi inklusif yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Setelah mengalami tekanan hebat akibat pandemi COVID-19, sektor ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan pemulihan yang signifikan. Nilai Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif atas dasar harga berlaku pada tahun 2022 mencapai Rp1.280 triliun, yang merupakan rekor tertinggi sejak satu dekade terakhir. Peningkatan ini menjadi indikator penting bahwa inovasi, digitalisasi, dan adaptasi pelaku ekonomi kreatif terhadap perubahan pola konsumsi telah berdampak positif terhadap perekonomian nasional. Meski demikian, kontribusi sektor ini terhadap total PDB nasional tercatat sebesar 6,54%, angka yang sedikit menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2023, nilai PDB ekonomi kreatif bahkan telah melampaui Rp1.300 triliun, sekaligus menyerap lebih dari 22 juta tenaga kerja di seluruh Indonesia. Fakta ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif semakin memainkan peran penting sebagai tulang punggung ekonomi masa depan yang inklusif dan berkelanjutan.⁴

³ Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, *Opus Ekonomi Kreatif: Statistik Ekonomi Kreatif 2017–2019*, Jakarta: Bekraf-BPS, 2019.

⁴ Katadata, “Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Meningkat Usai Pandemi,” *Databoks Katadata*, <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/04/29/nilai-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-meningkat-usai-pandemi>, dikutip pada tanggal 29 April 2024 pukul 20.00.

Gambar 1. 1 Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia



Pada tahun 2024, sektor ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, hingga triwulan I tahun 2024, nilai tambah ekonomi kreatif mencapai Rp749,58 triliun, atau sekitar 55,65% dari target tahunan sebesar Rp1.347 triliun. Pencapaian ini didukung oleh tiga subsektor utama, yaitu kuliner, fesyen, dan kriya, yang secara konsisten menjadi penyumbang terbesar dalam struktur ekonomi kreatif nasional. Selain itu, nilai ekspor ekonomi kreatif pada semester I 2024 tercatat sebesar 12,36 miliar dolar AS, menunjukkan peningkatan sebesar 4,46% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini mencerminkan pemulihan dan adaptasi sektor ekonomi kreatif pasca pandemi, serta kontribusinya yang semakin besar terhadap perekonomian nasional.⁵

⁵ Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), dikutip dari [TvOne News+4Ministry of Tourism and Creative Economy+4Pemasaran Ekraf+4Pajak+4Pemasaran Ekraf+4Kompas Money+4](#) pada tanggal 29 April 2025, puku 21.00.

Ekonomi kreatif mencakup aspek mikro dan aspek makro dalam seluruh perekonomian. Ekonomi kreatif pertama kali dicetuskan oleh John Howkins pada tahun 2011. Peranan ekonomi kreatif terhadap perekonomian suatu negara dan perekonomian daerah dapat meningkatkan ekonomi secara global. Sehingga sektor ekonomi kreatif ini berpotensi untuk menjadi roda penggerak bagi penyerapan tenaga kerja maupun lapangan usaha baru dengan membuka peluang besar bagi siapapun yang terjun ke dalamnya⁶.

Pada prinsipnya, pembangunan ekonomi berbasis kreativitas bisa berefek kepada aspek sosial (*social innovation*). Inovasi dan kreativitas berperan dalam memberdayakan masyarakat di lapisan bawah (*the bottom of the pyramid*) sebagai pekerjanya.⁷ Motivasi dari inovasi sosial adalah mencapai tingkat kualitas hidup yang lebih baik dari sisi kebahagiaan (*happiness*), yang dibangun berdasarkan prinsip kebersamaan (*togetherness*) dan saling berbagi (*sharing*) karena perlu dipahami bahwa profesi sebagai pekerja kreatif adalah profesi yang cukup menjanjikan untuk saat ini dan di masa depan.⁸Dimana dengan ekonomi kreatif ini terbentuk relasi sosial seperti hubungan pemilik usaha kreatif dengan pengrajin, hubungan antar pengrajin, hubungan pengrajin dengan pelaku usaha setempat. Hal ini menunjukkan adanya prinsip kebersamaan dan saling berbagi antar pemilik usaha kreatif, pengrajin, serta pelaku usaha setempat.⁹ Selain itu perlu dipahami bahwa profesi sebagai

⁶ John Howkins, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, 2nd ed. (London: Penguin, 2011).

⁷ Rochmat Aldy P, "Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia", (Jakarta, Ziad Visi Media, 2016), 40.

⁸ Haswan Yunaz, "*Ekonomi Kreatif*" (Jakarta: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 32.

⁹ *Ibid*, 34

pekerja kreatif dianggap sebagai profesi yang cukup menjanjikan untuk saat ini dan dimasa depan. Tantangan kita saat ini dan ke depan adalah meningkatkan daya saing kita. Jawaban dari pernyataan tersebut ada pada sikap dan perilaku seorang entrepreneur yaitu kemampuan yang kuat untuk bekerja dengan kemandirian, ketekunan, ketelitian dan produktif, mampu dan berani dalam mengambil keputusan, berani mengambil resiko, kreatif, inovatif serta tidak terlepas dari landasan ekonomi syariah.¹⁰

Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi industri ini cukup kompleks, termasuk keterbatasan dalam penerapan teknologi modern dan pemasaran berbasis digital. Maka dari itu diperlukan juga *Reliability* (keandalan) dan Kejujuran dalam produksi kerajinan batu ini, jika kemampuan pengrajin batu untuk membuat produk secara andal dan akurat menjadi masalah. Memenuhi harapan klien (Amanah) sangatlah penting, termasuk ketepatan waktu, memberikan layanan yang konsisten dan bebas kesalahan, menjaga sikap penuh kasih sayang, dan bersikap sangat akurat.¹¹ Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 91 :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا
وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya : “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa

¹⁰Safitri, Sulistyowati and A. Rosidi, ‘Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Klodran Melalui Pengembangan Usaha Berbasis Syariah’, pp. 1–9. <https://doi.org/10.54090/haziq.367>

¹¹ Lenny Menara Sari Saragih, “Analisis Dimensi CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Meningkatkan Electronic Word Of Mouth Pada Bank Syariah Mandiri” (UIN Sumatera Utara Medan, 2021), 53.

yang kamu perbuat.” (QS. An-Nahl ayat 91)¹²

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam mendorong terciptanya pendapatan, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan penerimaan hasil ekspor, meningkatkan teknologi, menambah kekayaan intelektual dan peran sosial lainnya. Ekonomi kreatif mampu memangkas kesenjangan ekonomi didalam masyarakat dan memberikan kesejahteraan secara umum. Di Indonesia, sektor industri kreatif menjadi salah satu sektor yang menunjukkan potensi yang cukup besar untuk mendukung pembangunan ekonomi.¹³

Program penumbuhan dan pengembangan ekonomi kreatif diarahkan untuk meningkatkan potensi dalam pengembangan industri kreatif untuk meningkatkan kompetensi teknis, akselerasi, pemberdayaan, integrasi, dan sinergi, serta tetap dalam tahap perencanaan, tahap penilaian, tahap persetujuan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah yang bebas dari GHARIM, yaitu gharar, riba, maysir, dan pelarangan transaksi ekonomi Islam lainnya.¹⁴ Program pemberdayaan ekonomi kreatif dilaksanakan melalui kegiatan peningkatan nilai tambah dan daya saing produk, dan peningkatan aksesibilitas sumber permodalan dan pasar. Untuk itu diperlukan koordinasi, dan sosialisasi program di antara para pemangku kepentingan, selama jual beli itu sah dan tidak melanggar hukum syariah maka

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya Daliyah* (Bandung: Jabal, 2010), 277.

¹³Suryana, “*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*”, (Jakarta:Salemba Empat, 2013), 34.

¹⁴ Sulistyowati Sulistyowati, ‘Hajj Fund Investment Development Strategy Sharia Investment Management Perspective’, *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 10.2 (2022), pp. 148–62, doi:10.18860/ed.v10i2.16318.

hukumnya halal. Hal ini senada dengan firman Allah SWT pada QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ
إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ
رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى
اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ
فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya. (QS: Al-Baqarah : 275)¹⁵

Salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah industri kerajinan batu, khususnya di Desa Watesumpak, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Desa ini telah lama dikenal sebagai pusat seni pahat batu yang kaya dengan nilai-nilai budaya dan sejarah, yang diwariskan sejak zaman Kerajaan Majapahit. Seni pahat batu di Desa Watesumpak tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat setempat.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya Dalayah* (Bandung: Jabal, 2010), 47.

Industri kerajinan batu di desa ini sebagian besar dilakukan secara turun-temurun, di mana keterampilan memahat batu diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.¹⁶ Patung-patung hasil kerajinan batu dari desa ini tidak hanya diminati oleh pasar lokal, tetapi juga diekspor ke luar negeri, menunjukkan bahwa produk seni ini memiliki daya saing yang tinggi.¹⁷

Pada tahun 1998 Indonesia mengalami krisis moneter begitu banyaknya wisatawan asing yang berkunjung ke Trowulan dari situ lah pengrajin patung mulai mendapatkan pesanan yang sangat banyak hingga para pengrajin patung kuwalahan. Dari situ banyak masyarakat yang beralih menjadi pengrajin patung. Dari awal kemunculan cara membuat patung dengan dipahat, namun lambat laun mengikuti zaman modern ini pembuatan patung batu semakin bermacam-macam, menjadi lebih praktis dan efisien, teknik tersebut juga menjadi solusi untuk pemesan yang memesan patung dengan jumlah yang banyak namun memiliki target pembuatannya. Selain itu juga untuk mengantisipasi susah nya bahan baku pembuatan patung. Sehingga, muncullah berbagai macam teknik dalam pembuatan patung tersebut salah sebagai bahan dasar cor.¹⁸

Tabel 1. 2 Perbandingan Lokasi Usaha Kerajinan Patung Batu di Desa Watesumpak, Trowulan, Mojokerto

¹⁶ Fauzi, Ahmad Rizal. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kerajinan Batu Alam di Tulungagung)*. 2019.

¹⁷ Lelono, H.T.M. *Bahan dan Cara Pembuatan Arca Batu Sebagai Komponen Penting Candi-candi Masa Klasik di Jawa*. Jurnal Berkala Arkeologi Balai Arkeologi Yogyakarta, Vol. 33 No. 1, 2013.

¹⁸ Profil Desa Watesumpak, "*Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat: Studi Industri Kerajinan Batu*," Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Desa Watesumpak, 2012.

Kriteria	UD Agus Statue	UD Karya Baru	UD Budha Spesial
Jumlah Pengrajin Aktif	35 orang	12 Orang	27 orang
Inovasi Produk	Variatif: patung relief, miniatur Majapahit, souvenir modern	Cenderung tradisional, batu besar & nisan	Patung Budha, Replika Candi, dan Souvenir Logam Kuningan
Akses Pasar	Sudah digital: marketplace, Instagram, kerjasama galeri	Lokal & pameran desa, belum digital	Belum digital dan pameran desa
Potensi Pengembangan	Tinggi: dekat jalur wisata, akses jalan utama, SDM terampil	Sedang: butuh pelatihan desain & promosi	Sedang: Butuh pelatihan promosi

Sumber : Hasil observasi dan wawancara yang diolah¹⁹

Dalam pengembangan sektor kerajinan patung batu di Desa Watesumpak, Trowulan, Mojokerto, terdapat tiga lokasi usaha utama yang dapat dibandingkan, yakni UD Agus Statue, UD Karya Baru, dan UD Budha Spesial. Berdasarkan data lapangan dan observasi, UD Agus Statue menunjukkan keunggulan dalam aspek inovasi produk, pemasaran digital, serta kapasitas produksi yang stabil. Usaha ini memproduksi patung batu bernuansa Majapahit yang disesuaikan dengan permintaan modern seperti miniatur dan souvenir khas wisata sejarah.²⁰ Sementara itu, UD Karya Baru memiliki jumlah tenaga kerja yang relatif lebih sedikit. Akses pasarnya pun masih terbatas pada jalur lokal dan pameran desa. Di sisi lain, UD Budha Spesial bergerak dalam skala luas, dengan produk seperti patung budha, replika candi, dan souvenir logam

¹⁹ Hasil observasi dan wawancara lapangan dengan pemilik UD Agus Statue, Ketua Kelompok “Sumber Jaya” dan dokumentasi kegiatan pelatihan desa, 30 April 2024.

²⁰ *Ibid.*

kuningan, namun dengan modal dan promosi yang masih sangat terbatas.²¹ Dari hasil perbandingan tersebut, UD Agus Statue dinilai paling siap untuk dijadikan lokasi prioritas dalam pengembangan ekonomi kreatif karena menggabungkan keterampilan, inovasi budaya, dan kemampuan akses pasar digital.

Mayoritas penduduk Desa Watesumpak yang berprofesi sebagai pemahat patung merupakan profesi yang turun menurun dari kakek-ayah mereka. Kebanyakan dari mereka sudah dikenalkan dengan memahat patung dari sejak mereka duduk di bangku sekolah dasar. Sejak itu banyak melahirkan generasi pemahat patung hingga saat ini, karena mereka sudah mengenal pemahat patung dari sejak kecil. Sehingga karya mereka rata-rata bergaya kerajaan Hindu-Budha. Pahatannya yang sangat detail dan artistik, membuat patung batu andesit bisa bertahan sampai ratusan tahun. Oleh karena itu masyarakat Desa Watesumpak berpeluang untuk menjadikan kerajinan seni batu ini sebagai potensi pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan.

Salah satu pengrajin batu di Desa Watesumpak, Trowulan, Mojokerto, adalah UD Agus Statue. UD Agus Statue Desa Watesumpak didirikan pada tahun 1992 oleh bapak Agus. Sebelum mengalami pengembangan, UD Agus Statue menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Dari segi produksi, metode yang digunakan masih bersifat tradisional dengan desain yang kurang inovatif, sehingga kurang mampu menarik minat pasar yang lebih luas.²² Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa sebagian besar pengrajin di

²¹ Catatan pendataan UMKM Kecamatan Trowulan oleh Dinas Koperasi dan UKM Mojokerto, 2022

²² Ahmad Baihaqi. "Kerajinan Patung Batu di Trowulan Mojokerto (Studi Deskriptif Tentang Upaya Pengrajin Patung Batu Dalam Menjadikan Kerajinan Patung Batu Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif Di Trowulan Mojokerto)." (*Skripsi*, Universitas Airlangga, 2018.)

wilayah tersebut masih mempertahankan teknik pahat konvensional tanpa banyak inovasi desain. Dalam aspek pemasaran, penjualan produk hanya terbatas pada lingkup lokal karena minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk promosi atau ekspansi pasar. Penelitian lain menunjukkan bahwa akses pasar yang terbatas dan kurangnya strategi pemasaran menjadi kendala utama bagi pengrajin patung batu di daerah ini. Akibatnya, pendapatan para pengrajin cenderung stagnan dan belum mencerminkan potensi besar yang dimiliki oleh sektor kerajinan ini. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi dalam aspek inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan peningkatan kapasitas usaha secara menyeluruh.²³

Dalam perjalanannya, UD Agus Statue memiliki peluang besar untuk mengembangkan produk kerajinan batu ke pasar yang lebih luas, terutama dengan meningkatnya minat terhadap produk budaya dan etnik yang memiliki sentuhan lokal namun tampil dalam bentuk yang inovatif. Tren ekonomi kreatif nasional yang terus tumbuh membuka ruang bagi produk berbasis warisan budaya seperti patung batu Majapahitan untuk bersaing di pasar domestik maupun ekspor.²⁴ Namun demikian, usaha ini juga dihadapkan pada tantangan yang tidak ringan, terutama dari sisi persaingan dengan produk kerajinan modern berbahan resin, logam, atau cetakan 3D yang lebih ringan dan murah. Selain itu, kerajinan dari luar daerah seperti Bali dan Yogyakarta yang lebih dulu dikenal secara internasional turut menjadi kompetitor serius di segmen

²³ Yudianto, B. E. "Pemberdayaan Pengrajin Patung Batu di Desa Watesumpak Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto." (*Skripsi*, Universitas Airlangga, 2019.)

²⁴ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia 2023*, (Jakarta: Kemenparekraf, 2023)

pasar seni dan kerajinan. Untuk tetap relevan, UD Agus Statue perlu terus memperkuat keunikan produk lokal, inovasi desain, serta memanfaatkan teknologi dalam pemasaran dan produksi.²⁵

Tabel 1. 3 Perubahan Strategis UD Agus Statue (2020–2024)²⁶

Tahun	Produk Utama	Teknik Penjualan	Teknik Promosi	Teknologi yang Digunakan
2020	Patung batu besar klasik (Majapahit)	Penjualan langsung di workshop	Promosi dari mulut ke mulut (word of mouth)	Peralatan pahat manual tradisional
2021	Tambahan: patung miniatur & souvenir	Titip jual di galeri lokal	Spanduk desa, brosur wisata lokal	Alat pahat semi-modern (gerinda, bor)
2022	Diversifikasi: pot batu, cobek, nisan	Penjualan di event/pameran desa	Mulai gunakan Facebook & WhatsApp	Kamera smartphone untuk katalogisasi
2023	Produk custom (sesuai permintaan)	Online via marketplace (Shopee)	Promosi digital lewat Instagram	Laptop sederhana untuk editing foto
2024	Produk tematik (heritage & modern)	Sistem pre-order dan ekspor lokal	Digital branding, kolaborasi dengan UMKM	Google Form untuk pemesanan, e-katalog

Sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif, UD Agus Statue memerlukan strategi pengembangan yang lebih komprehensif untuk dapat bertahan dan

²⁵ Prasetyo, Y. A., & Susanti, E. “Analisis Daya Saing Produk Kerajinan Lokal di Era Digitalisasi.” *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, Vol. 2, No. 1,(2022).

²⁶ Hasil observasi dan wawancara pemilik UD Agus Statue, 30 April 2025

tumbuh di tengah persaingan pasar yang dinamis. Inovasi dalam desain produk menjadi kunci utama agar kerajinan patung batu tidak hanya mempertahankan nilai tradisional, tetapi juga relevan dengan selera pasar modern.²⁷ Selain itu, strategi pemasaran yang kreatif dan berbasis cerita (storytelling) mengenai nilai sejarah Majapahit dapat meningkatkan daya tarik produk. Peningkatan keterampilan pengrajin melalui pelatihan desain, manajemen usaha, dan penguasaan alat produksi modern juga sangat diperlukan. Tidak kalah penting, pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar. Kolaborasi dengan platform e-commerce, media sosial, hingga digital branding akan membantu produk lokal seperti UD Agus Statue dikenal lebih luas, tidak hanya di pasar lokal tetapi juga regional dan nasional.²⁸ Dengan pendekatan tersebut, pengembangan ekonomi kreatif di tingkat desa dapat berjalan lebih berkelanjutan dan inklusif.

Tabel 1. 4 Data Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batu UD Agus Statue²⁹

Tahun	Jumlah Pengrajin Aktif	Rata-rata Produksi per Tahun (Unit)	Harga Rata-rata per Unit (Rp)	Estimasi Total Pendapatan (Rp)	Keterangan
2021	20	220	3.000.000	660.000.000	Terdampak pandemi, permintaan turun

²⁷ Nuraini, R., & Santosa, H. "Inovasi Desain Produk Kerajinan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Ekonomi Kreatif". *Jurnal Desain Kreatif*, Vol. 4, No. 2, 2021.

²⁸ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Transformasi Digital UMKM Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: Kemenparekraf, 2022).

²⁹ *Ibid.*

2022	22	250	4.000.000	1.000.000.000	Adaptasi penjualan online
2023	26	265	4.500.000	1.192.500.000	Pemulihan, permintaan wisatawan lokal meningkat
2024	29	280	5.000.000	1.400.000.000	Mulai ekspansi ke pasar luar daerah
2025	35	300	6.000.000	1.800.000.000	Estimasi kenaikan lewat e-commerce dan pameran

Dari data yang disajikan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa industri kerajinan batu UD Agus Statue di Desa Watesumpak mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam hal jumlah pengrajin, pendapatan rata-rata, dan total pendapatan tahunan. Pertumbuhan ini mencerminkan efektivitas strategi pengembangan ekonomi kreatif, termasuk pelatihan keterampilan, akses pasar, dan dukungan kebijakan dari pemerintah. Dengan keberlanjutan dan pengembangan yang lebih lanjut, diharapkan industri ini dapat terus berkontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.³⁰

Penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif dapat secara nyata meningkatkan pendapatan para pengrajin batu, khususnya di wilayah seperti Desa Watesumpak,

³⁰ *Ibid.*

Trowulan, Mojokerto. Pendekatan ekonomi kreatif bukan hanya berkaitan dengan inovasi produk, tetapi juga menyentuh aspek pemasaran, teknologi, dan kolaborasi lintas sektor yang dapat mendorong produktivitas dan daya saing para pelaku UMKM lokal. Selain itu, studi ini relevan sebagai model atau rujukan bagi daerah lain dalam upaya mendorong pemberdayaan sektor kerajinan. Dengan memahami praktik terbaik dan tantangan yang dihadapi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menyusun strategi pengembangan UMKM yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berbasis potensi lokal. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batu (Studi Pada Industri Kerajinan Batu UD Agus Statue di Desa Watesumpak Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikumpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan ekonomi kreatif pada produksi sektor kerajinan batu UD Agus Statue di Desa Watesumpak, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto?
2. Bagaimana pengembangan ekonomi kreatif pada produksi sektor kerajinan batu dalam meningkatkan pendapatan pengrajin batu UD Agus Statue di Desa Watesumpak, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisa pengembangan ekonomi kreatif pada produksi sektor kerajinan batu UD Agus Statue di Desa Watesumpak, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto
2. Untuk menganalisa pengembangan ekonomi kreatif pada produksi sektor kerajinan batu UD Agus Statue dalam meningkatkan pendapatan pengrajin batu di Desa Watesumpak, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto.

D. Kegunaan/Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat teoritis dan praktis yang signifikan. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian tentang ekonomi kreatif, menjadi landasan bagi penelitian lanjutan, serta memberikan wawasan tentang penerapan ekonomi syariah dalam industri kerajinan. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah daerah dalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif, memberikan wawasan bagi pengrajin batu untuk meningkatkan pendapatan melalui inovasi dan manajemen modern, serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dan akademisi terkait pengembangan potensi lokal yang berkelanjutan.

E. Penelitian terdahulu

Adapun beberapa hasil penelitian terdahulu yang digunakan untuk acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian oleh Dwina Monica dengan judul “Pemetaan Perekonomian dan Potensi Ekonomi Kreatif di Kota Bandung”³¹. Pada penelitian ini ditemukan bahwa pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung pada tahun 2014 – 2018 menunjukkan kondisi menurun, tapi jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Barat, pertumbuhan ekonomi Kota Bandung lebih tinggi, yaitu sebesar 7,07% di tahun 2018, dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Barat yaitu sebesar 5,9% di tahun yang sama. Pertumbuhan ekonomi Kota Bandung secara dominan dikuasai oleh kelompok sektor tersier dengan kontribusi sebesar 70,04%, sektor sekunder sebesar 29,85% dan sektor primer hanya sebesar 0,11%. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah penelitian ini sama – sama menjadikan Ekonomi kreatif sebagai salah satu variabel penelitiannya, sehingga teori dan jenis data yang digunakan sama. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan diteliti terkait metode penelitian, yang mana pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Fokus penelitian dan objek penelitian juga berbeda dimana di penelitian ini berfokus pada peta pertumbuhan ekonomi kreatif di Bandung sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif sebagai usaha meningkatkan pendapatan desa watesumpak. Penelitian ini juga berfokus pada pemilik

³¹ Dwina Monica. “Pemetaan Perekonomian Dan Potensi Ekonomi Kreatif Di Kota Bandung”, (*Thesis*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta, 2021), 77.

usaha kerajinan batu, pengrajin batu, pelaku usaha di sekitar industri kerajinan batu.

2. Penelitian oleh Umi Rohmah dengan judul “Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin di tinjau dari perspektif ekonomi Islam. (Studi pada industri anyaman bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu).³² Pada penelitian ini ditemukan bahwa ekonomi kreatif pada industri kerajinan anyaman bambu tergolong baik di tulungagung. Dimana 18 pengrajin memiliki penghasilan yang stabil fluktuatif di rentang waktu 2015 - 2016, 12 orang pengrajin mengalami peningkatan penghasilan di tahun 2016. Selain itu pada tinjauan ekonomi kreatif dalam prespektif islam untuk meningkatkan pendapatan dengan beberapa aspek ditemukan bahwa produksi dengan memanfaatkan waktu, pemasaran yang masih memberikan kesempatan bagi pengrajin dan pengepul untuk mensepakati harga, kemudian menejerial dan keuangan yang masih belum maksimal dapat struktur organisasi dan pencatatan keuangan, lalu dari segi kebijakan pemerintah sudah dilakukan usaha mendorong ekonomi kreatif untuk mensejahterakan pengrajin, kondisi ekonomi masih tergolong fluktuatif atau tidak pasti, pada segi lingkungan juga telah mengoptimalkan bahan baku yang tersisa, lalu dari segi kemitraan telah dijalankan dengan baik antara pengepul dan pengrajin, dan dalam segi pendapatan juga diperbolehkan dalam islam. Dari 6 aspek yang ditemukan

³² Umi Rohmah. “Analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi pada industri anyaman bambu desa tulungagung kecamatan gadingrejo Kabupaten Pringsewu)”, (*Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2017). 84-86

hampir semuanya sudah sesuai dengan ajaran islam meskipun ada beberapa aspek yang perlu untuk ditingkatkan.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama – sama menjadikan ekonomi kreatif dalam sektor kerajinan sebagai objek penelitian. Kemudian metode penelitian yang digunakan oleh penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti sama – sama menggunakan kualitatif. Namun penelitian ini berfokus pada analisis peran ekonomi kreatif sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif. Selain itu bentuk sektor kerajinan dan lokasi penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti juga berbeda. Dimana penelitian ini meneliti kerajinan anyaman dan berlokasi di tulungagung sedangkan penelitian yang akan diteliti meneliti kerajinan batu dan berlokasi di desa watesumpak kec. Trowulan kab. Mojokerto.

3. Penelitian oleh Hermila, dkk. dengan judul “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Dan Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus : Pengrajin Toto Jaya Bingkai Di Kecamatan Medan Area)”³³. Pada penelitian ini ditemukan bahwa ekonomi kreatif dapat meningkatkan penghasilan 6 orang narasumber pengrajin di Toto Jaya Bingkai hal ini dikarenakan pemasaran tidak hanya dilakukan secara offline namun juga dengan cara online seperti

³³ Hasibuan, Reni Hermila, Muhammad Arif, and Atika Atika. "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Dan Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pengrajin Toto Jaya Bingkai Di Kecamatan Medan Area)." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 3.1 (2023): 540-553. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i1.3952>

dengan social media dan pengrajin juga memiliki semangat dan daya juang untuk mengembangkan ekonomi kreatif khususnya di kerajinan pembuatan bingkai. Beberapa usaha yang dilakukan adalah dengan membuat varian produk yang beragam, membuat varian harga produk yang beragam, lokasi dan distribusi juga berada di tempat yang strategis, promosi yang massif menyesuaikan perkembangan zaman dan teknologi.

Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, variabel yang diteliti juga sama terkait ekonomi kreatif pada sektor kerajinan. Namun penelitian ini berfokus menganalisis peran ekonomi kreatif pada pengrajin bingkai sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan. Selain itu objek penelitian ini adalah kerajinan bingkai di daerah medan sedangkan penelitian yang akan diteliti memiliki objek penelitian berupa kerajinan batu di desa watesumpak kec. Trowulan kab. Mojokerto.

4. Penelitian oleh Ahmad Rizal Fauzi dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (*Studi Kasus Kerajinan Batu Alam Wall Cladding di UD Arjuna Stone Desa Sawo Campurdarat Tulungagung*)³⁴.” Pada penelitian ini ditemukan beberapa kesimpulan diantaranya adalah tahap – tahap pemberdayaan masyarakat melalui

³⁴ Ahmad Rizal Fauzi. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kerajinan Batu Alam Wall Cladding di UD Arjuna Stone Desa Sawo Campurdarat Tulungagung)." (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Tulungagung, 2019).

ekonomi kreatif berupa penyadaran, pemberian kemampuan, dan peningkatan kemampuan. Ekonomi kreatif ini juga memiliki dampak yang positif berupa terbukanya lapangan pekerjaan baru, peningkatan pendapatan masyarakat, meningkatnya kualitas Pendidikan, perbaikan keserasian dan keadilan sosial. Selain itu juga ditemukan kendala – kendala dalam pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif berupa kurangnya pengetahuan masyarakat, pola pikir masyarakat, dan cara praktiknya. Kendala tersebut diatasi dengan pemberian pengarahan berupa memberikan pengetahuan awal, menerapkan sikap disiplin dan tekun serta memberikan sejumlah bonus dan kompensasi agar lebih maksimal dalam praktik kerjanya.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, variabel yang diteliti juga sama terkait ekonomi kreatif. Namun penelitian ini memiliki focus penelitian pada pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif untuk meningkatkan kesejahteraan sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Lokasi penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang akan diteliti dimana penelitian ini dilakukan di tulungagung sedangkan penelitian yang akan dilakukan di desa watesumpak kec. Trowulan kab. Mojokerto.

5. Penelitian oleh Wardani dan Putri Kesuma (2021) dengan judul “Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada

Sektor Kerajinan Di Kabupaten Batu Bara (Studi Kasus Kerajinan Tenun Songket Di Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara)³⁵. Pada penelitian ini ditemukan bahwa pemerintah terlibat langsung dalam pengembangan kerajinan di kabupaten batu bara. Pemerintah berperan sebagai fasilitator dan koordinator. Pemerintah juga membantu dalam hal pemasaran. Namun ditemukan beberapa kendala dan hambatan berupa tingginya harga kain tenun sehingga berdampak pada pemasaran. Selain itu sumber daya manusia yang kurang terlatih untuk bisa lebih kreatif dan berinovasi dalam menciptakan kerajinan.

Kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan di teliti sama – sama menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus. Penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti juga sama – sama menjadikan pengembangan ekonomi kreatif sebagai variabel penelitian. Sektor ekonomi kreatif yang dipilih juga sama – sama pada sektor kerajinan akan tetapi pada penelitian ini berfokus kerajinan tenun sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada kerajinan batu. Perbedaan lainnya adalah pada penelitian ini berfokus pada peran pemerintah sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan masyarakat desa watesumpak. Lokasi penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang akan diteliti dimana penelitian ini

³⁵ Putri Kesuma dan Wardani. “Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Sektor Kerajinan Di Kabupaten Batu Bara (Studi Kasus Kerajinan Tenun Songket Di Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara)”. (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

dilakukan di kab. Batu bara Medan Sumatra Utara sedangkan penelitian yang akan dilakukan di desa watesumpak kec. Trowulan kab. Mojokerto.