

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pengembangan ekonomi kreatif pada produksi kerajinan batu UD Agus Statue dilakukan secara terstruktur, bertahap, dan berbasis pada potensi lokal serta inovasi tematik yang kreatif. Transformasi usaha dilakukan melalui berbagai pendekatan, mulai dari peningkatan kreativitas produk, strategi *storytelling* berbasis warisan budaya Majapahit, hingga pemanfaatan teknologi digital dalam desain dan pemasaran. Produk-produk tidak lagi bersifat massal dan seragam, melainkan hadir sebagai karya tematik bernilai simbolik dan historis. Proses produksi juga mengalami modernisasi dari sisi pengemasan dan teknik desain, seperti penggunaan Canva dan CorelDRAW, yang diintegrasikan ke dalam pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business.
2. Pengembangan ekonomi kreatif terbukti mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pengrajin secara signifikan. Sebelum transformasi ekonomi kreatif, penghasilan para pengrajin hanya berkisar Rp1,5–2 juta per bulan. Setelah penerapan inovasi, terjadi peningkatan rata-rata pendapatan menjadi Rp3–4 juta per bulan. Hal ini menunjukkan adanya perubahan struktural yang signifikan dalam pendapatan pengrajin. Peningkatan kapasitas manusia melalui pelatihan dan pemberdayaan berdampak langsung pada produktivitas dan penghasilan. Tidak hanya

aspek finansial yang meningkat, tetapi juga aspek sosial, seperti peningkatan akses pendidikan anak, perbaikan kualitas tempat tinggal, kepemilikan aset produktif, dan peningkatan sanitasi rumah tangga. Semua ini berkontribusi pada terwujudnya *falāh* (kesejahteraan dunia-akhirat), sehingga pengembangan ekonomi kreatif di UD Agus Statue tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dimensi etika dan sosial dalam perspektif syariah.

## **B. Saran**

1. Dalam upaya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, disarankan agar UD. Agus Statue terus memperdalam pemahaman tentang tren pasar dan preferensi konsumen dapat menjadi landasan untuk mengembangkan produk baru yang inovatif dan menarik. Optimalisasi pemasaran melalui platform online, seperti media sosial, perlu ditingkatkan guna mencapai lebih banyak konsumen potensial di luar wilayah lokal. Pelatihan atau bimbingan dalam pemasaran digital dapat membantu para pengrajin memanfaatkan sepenuhnya potensi ekosistem online
2. Peningkatan kualitas manajemen keuangan melalui penerapan teknologi atau sistem pencatatan keuangan yang lebih canggih akan mempermudah pemantauan arus keuangan, memungkinkan analisis keuangan yang lebih efektif, dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik.
3. Bagi Pelaku Usaha: Pelaku usaha, khususnya pengrajin di UD Agus Statue, perlu terus memperkuat inovasi berbasis lokal yang mengedepankan keunikan budaya dan nilai simbolik. Inovasi tidak boleh berhenti pada

desain produk, tetapi perlu mencakup diversifikasi model bisnis, penguatan branding, serta integrasi sistem keuangan syariah seperti pembiayaan halal dan sistem zakat/usaha sosial berbasis profit-sharing.

4. Bagi Pemerintah Daerah dan Lembaga Pendukung: Pemerintah Kabupaten Mojokerto dan instansi terkait disarankan untuk memberikan pendampingan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan manajemen keuangan syariah, pemasaran digital, dan fasilitasi sertifikasi produk. Pengembangan kluster ekonomi kreatif lokal berbasis budaya juga dapat menjadi strategi jangka panjang untuk mengangkat sektor kerajinan batu ke level nasional bahkan global.
5. Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini terbatas pada satu unit usaha di satu desa. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah studi dan membandingkan pengaruh ekonomi kreatif di sektor kerajinan lainnya, seperti logam, batik, atau anyaman. Pendekatan kuantitatif juga bisa diterapkan untuk mengukur dampak ekonomi kreatif terhadap kesejahteraan rumah tangga secara statistik, serta mengeksplorasi integrasi ekonomi kreatif dengan keuangan mikro syariah.