

**STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ECOPRINT
SEKAR LANGIT BAJONG DALAM MEMBERDAYAKAN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT MELALUI
BASIS EKONOMI KREATIF**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**UMMI NUR LATHIFAH
NIM. 1917201108**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

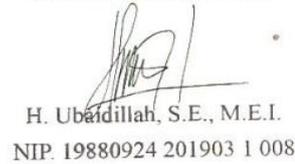
**STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ECOPRINT SEKAR
LANGIT BAJONG DALAM MEMBERDAYAKAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT MELALUI BASIS EKONOMI KREATIF**

Yang disusun oleh Saudara **Ummi Nur Lathifah NIM 1917201108** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 06 Desember 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

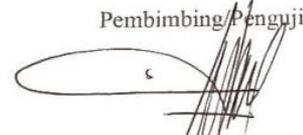
Ketua Sidang/Penguji


H. Sunukman, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji


H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji


Shofiyulloh, M.H.I.
NIP. 19870703 201903 1 004

Purwokerto, 4 Januari 2024

Pengesahkan
Dekan,




H. Usman Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ecoprint
Sekar Langit Bajong Dalam Memberdayakan
Perekonomian Masyarakat Melalui Basis Ekonomi
Kreatif

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 14 November 2023

Saya yang menyatakan,



Ummi Nur Lathifah

NIM. 1917201108

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Ummi Nur Lathifah NIM. 1917201108 yang berjudul:

**Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ecoprint Sekar Langit Bajong
Dalam Memberdayakan Perekonomian Masyarakat Melalui
Basis Ekonomi Kreatif**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 14 November 2023

Pembimbing,



Shofiyulloh, M.H.I

NIP. 19870703 201903 1004

**STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ECOPRINT
SEKAR LANGIT BAJONG DALAM MEMBERDAYAKAN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT MELALUI
BASIS EKONOMI KREATIF**

**Ummi Nur Lathifah
NIM. 1917201108**

E-mail: umminur01@gmail.com

Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Banyak perusahaan berskala besar di berbagai industri, termasuk industri perdagangan, dan jasa, mengalami penundaan dan bahkan harus menghentikan operasinya. Karena dampak krisis keuangan terhadap berbagai sektor perekonomian, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulihan ekonomi meski terpuruk. Penelitian ini membahas strategi Ecoprint Sekar Langit dalam menciptakan ekonomi kreatif, dimana kearifan lokal, inovasi, dan lingkungan berdampingan untuk menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui usaha yang dilakukan oleh Ecoprint Sekar Langit berbasis ekonomi kreatif dan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Ecoprint Sekar Langit yang berbasis ekonomi kreatif dalam memberdayakan perekonomian masyarakat.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Dimana pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informat utama dalam penelitian ini adalah pemilik Ecoprint Sekar Langit. Sedangkan informan pendukung adalah karyawan dan peserta pelatihan. Teknik analisis data menggunakan model Milles dan Huberman yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kemudian untuk teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Ecoprint Sekar Langit Bajong ini adalah melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat dengan program pelatihan berupa kegiatan pembuatan ecoprint yang bertujuan untuk memberikan wawasan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya usaha dengan memanfaatkan potensi alam yang memiliki nilai jual dalam meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Strategi, UMKM, Ekonomi Kreatif

**STRATEGIES OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES
ECOPRINT SEKAR LANGIT BAJONG IN EMPOWERING
THE COMMUNITY'S ECONOMY THROUGH
THE CREATIVE ECONOMY BASIS**

**Ummi Nur Lathifah
NIM. 1917201108**

E-mail: umminur01@gmail.com

Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business
UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Many large-scale companies in various industries, including trade and services, have experienced delays and even had to halt their operations. Due to the financial crisis's impact on various economic sectors, Micro, Small, and Medium Enterprises (SME) can survive and contribute to economic recovery despite facing difficulties. This research discusses Ecoprint Sekar Langit's strategies in fostering a creative economy, where local wisdom, innovation, and the environment coexist to create sustainable economic opportunities. This research has the purpose to understand the initiatives undertaken by Ecoprint Sekar Langit based on the creative economy and to ascertain the strategies employed by Ecoprint Sekar Langit, which is grounded in the creative economy, for empowering the community's economy.

The type of research employed in this research is field research. Meanwhile, the method utilized is qualitative research, wherein data collection is conducted through observation, interviews, and documentation techniques. The primary informant in this research is the owner of Ecoprint Sekar Langit and the supporting informants include employees and training participants. The data analysis technique employed follows the Milles and Huberman model, involving data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. Additionally, data validity is ensured through the use of triangulation techniques.

The research outcomes indicate that strategy carried out by Ecoprint Sekar Langit Bajong is to carry out activities that involve the community with training programs in the form of ecoprinting activities which aim to provide insight and increase public awareness of the importance of business by utilizing natural potential that has selling value in increasing income.

Keywords: *Strategy, MSMEs, Creative Economy*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan titik di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	‘el

م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

Ta' Marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرمة الاولياء	Ditulis	<i>karâmah al-auliyâ'</i>
---------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dhammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakât al-fîṭr</i>
------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i

ُ	Dammah	Ditulis	u
---	--------	---------	---

Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن شكرتم	Ditulis	<i>la 'insyakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkannya *l (el)* nya

السماء	Ditulis	<i>as-samâ</i>
الشمس	Ditulis	<i>as-syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahlas-sunnah</i>



MOTTO

“Kesempatan tidak muncul secara kebetulan. Kamu harus menciptakannya. Fall seven times, stand up eight”



PERSEMBAHAN

Tidak ada kata selain rasa syukur yang diucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran seluruh proses skripsi penulis sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT, karena atas izin dan karunia-Nya skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Kedua orang hebat dalam hidup saya, Bapak Karsono dan Ibu Sukini. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti. Terimakasih telah memberikan dukungan penuh baik materi maupun non materi dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tidak mungkin dapat dibalas hanya dengan selembar kertas dalam kata persembahan. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Saya selamanya bersyukur dengan keberadaan Ibu dan Bapak sebagai orang tuaku.
3. Kakak tercinta Nur Asyifa Fitriani, S.Kom. yang selalu memberi doa, motivasi, dan senantiasa memenuhi kebutuhanku untuk menyelesaikan studi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Hormat ta'dzim kepada guru-guru Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an 2 ciwarak dan dosen-dosen atas semua bekal ilmu yang telah diberikan selama melaksanakan perkuliahan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Semua pihak yang telah bertanya “kapan sidang?” dan “kapan wisuda”. “kapan nyusul” dan lain sejenisnya. Kalian adalah alasan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alam, ungkapan rasa syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena masih diberikan nikmat iman dan nikmat Islam yang masih tertanam di hati kita. Dzat yang kasih-Nya ibaratkan samudera tak bertepi dan cinta-Nya ibarat sungai tak berujung, atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ecoprint Sekar Langit Bajong Dalam Memberdayakan Perekonomian Masyarakat Melalui Basis Ekonomi Kreatif", untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Baginda Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan yang baik dan sebagai tonggak sejarah dari sebuah permulaan titik balik peradaban umat manusia yang Islami *rahmatan lil alamin*. Atas perjuangan dan dedikasi beliau, para sahabat dan pejuang Islam lainnya, hingga detik ini kita umat-Nya masih bisa merasakan indahnya *ukhuwah Islamiyah* dan menumbuhkan rasa kasih sayang antar sesama.

Dengan selesainya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. H. Sochimim, Lc., M.Si. Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Shofiyulloh, M.H.I. selaku Dosen Pembimbing. Penulis mengucapkan terima kasih atas waktu, tenaga, inspirasi, ketekunan, dan perhatiannya dalam memberikan saran selama penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen, Karyawan, dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Kedua orang tua tercinta Bapak Karsono dan Ibu Sukini. Salam cinta dan kasih sayang semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan dunia akhirat. Terimakasih telah memberikan dukungan moril maupun material serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lanjutan doa dan tiada doa yang paling khusyuk selain doa yang tercapai dari orang tua.
11. K.H. Ahmad Musyaffa', Lc dan Bu Nyai Rifadatut Diana, selaku pengasuh Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an 2 Ciwarak terimakasih atas ilmu, nasihat, motivasi, dan dukungan kepada penulis.
12. Kakak tercinta Nur Asyifa Fitriani, S.Kom. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesahku, senantiasa memberikan motivasi, semangat, dan pengorbanan yang telah diberikan. Dirimu adalah bagian dari inspirasiku untuk menuju kesuksesan di masa ini maupun mendatang.

13. Aji Putra Ramadhan, S.E. *as the best partner*. Yang selalu memotivasi dan menyemangati untuk selalu maju sekalipun ketika aku sedang jatuh. Terima kasih selalu jadi pendengar dan pendukung terbaik.
14. Seluruh keluarga besar Eyang Kakung H. Achmad Mahturi (alm) , Eyang Putri Romidah dan seluruh keluarga besar Eyang Kakung Kardam (alm), Eyang Putri Kardem (almh) terimakasih atas doa dan motivasinya.
15. Terima kasih kepada Ibu Siti Sri Hidayati (*owner*) Ecoprint Sekar Langit Bajong beserta jajaran karyawannya yang telah memberikan waktu dan informasinya kepada penulis, semoga ilmunya berkah manfaat dunia dan akhirat.
16. Sahabatku Zalfa Harosta, S.Sos., Muawanah, S.E., Khoerotunnisa, S.E., Oeky Diasworo, S.Pd., Radita Adianingsih, S.Pd., Prima Nur Oktiviana, S.H., terima kasih atas tumpangan (kost), traktiran, canda tawa yang membuatku semakin semangat selama penyelesaian tugas akhir ini.
17. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah F Tahun 2019 yang sudah menjadi keluarga kedua dalam suka maupun duka. *You know? You are the best forever.*
18. Teruntuk teman-teman KKN 51 Cilempuyang Zian Fitrotunnisa, Aviki Nurul Imas, Hardina Yuliana, Martina Darmawati Putri, Surya Wijaya Adi Sulistio, Mildan Vicky Ramadhan, Lukman Dwi Nur Agi Romadon, Ahmad Sidik, dan Fathan Fadhil. Kalian menjadi salah satu orang yang layak kupersembahkan bentuk perjuanganku ini.
19. Dukungan dan bantuan dari semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga semua partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal jariyah dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekeurangannya. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan dan terbuka dengan kritik dan saran yang bersifat

membangun demi perbaikan skripsi ini ke arah yang lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat yang positif, baik untuk penulis pada khususnya, civitas akademika, dan semua pihak pada umumnya. *Aamiin*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 13 November 2023

Penulis,



Ummi Nur Lathifah

NIM. 1917201108



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Definisi Operasional	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
A. Strategi	10
1. Pengertian Strategi	10
2. Fungsi Strategi.....	12
3. Jenis Strategi.....	12
B. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	13
1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	13
2. Tujuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	14
3. Karakteristik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	15
4. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	16

5.	Kekuatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	17
6.	Kelemahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	18
7.	Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Islam	19
8.	Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	20
9.	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	21
C.	Ecoprint	23
1.	Pengertian <i>Ecoprint</i>	23
2.	Sejarah <i>ecoprint</i>	23
3.	Teknik-teknik <i>ecoprint</i>	24
4.	Kelebihan dan Kekurangan <i>Ecoprint</i>	26
5.	Jenis-jenis Daun dan Bunga dalam <i>Ecoprint</i>	26
D.	Ekonomi Kreatif	28
1.	Pengertian Ekonomi Kreatif.....	28
2.	Peran Ekonomi Kreatif.....	29
3.	Karakteristik Ekonomi Kreatif	30
4.	Jenis-Jenis Kreativitas yang Membentuk Ekonomi Kreatif	30
E.	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	34
1.	Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	34
2.	Konsep Pemberdayaan Ekonomi.....	36
3.	Peningkatan Ekonomi Masyarakat.....	39
F.	Kajian Pustaka	41
G.	Landasan Teologis	47
BAB III	54
METODE PENELITIAN	54
A.	Jenis Penelitian	54
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	54
1.	Lokasi Penelitian	54
2.	Waktu Penelitian.....	55
C.	Subjek dan Objek Penelitian	55
D.	Sumber Data	56
1.	Data Primer.....	56
2.	Data Sekunder	56

E. Teknik Pengumpulan Data	57
1. Observasi	57
2. Wawancara	57
3. Dokumentasi.....	58
F. Uji Keabsahan Data	58
G. Teknik Analisis Data	59
1. Reduksi Data	59
2. <i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	59
3. <i>Conclusion Drawing</i> atau <i>Verivication</i>	59
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
1. Gambaran Profil Perusahaan	61
2. Logo Perusahaan	62
3. Struktur Organisasi <i>Ecoprint</i> Sekar Langit	62
4. Ciri Khas Motif <i>Ecoprint</i> Sekar Langit.....	63
5. Produk Perusahaan	63
6. Proses Produksi <i>Ecoprint</i> Sekar Langit.....	65
B. Usaha Optimalisasi Produksi <i>Ecoprint</i> di UMKM <i>Ecoprint</i> Sekar Langit Berbasis Ekonomi Kreatif	67
C. Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah <i>Ecoprint</i> Sekar Langit Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat	69
1. Pelatihan Sumber Daya Manusia.....	70
2. Strategi Produk.....	79
3. Strategi Penjualan.....	79
4. Strategi Distribusi.....	80
D. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi UMKM <i>Ecoprint</i> Sekar Langit dalam Memberdayakan Perekonomian Masyarakat Melalui Basis Kreatif	81
1. Faktor-Faktor Pendukung.....	81
2. Faktor-Faktor Penghambat	82
E. Dampak Strategi UMKM <i>Ecoprint</i> Sekar Langit dalam Memberdayakan Perekonomian Masyarakat Melalui Basis Ekonomi Kreatif	82

BAB V	85
PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 : Data Penjualan
- Tabel 2.1 : Data Penelitian Terdahulu yang Relevan
- Tabel 4.1 : Struktur Organisasi Ecoprint Sekar Langit
- Tabel 4.2 : Target, Strategi, dan Sasaran Ecoprint Sekar Langit



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 : Total UMKM di Indonesia
- Gambar 1.2 : Persentase UMKM Kabupaten Purbalingga
- Gambar 2.1 : Teknik Pounding
- Gambar 2.2 : Teknik Steaming
- Gambar 2.3 : Teknik Iron Blanket
- Gambar 2.4 : Model Kreativitas
- Gambar 4.1 : Logo Perusahaan
- Gambar 4.2 : Contoh Motif atau Corak Ecoprint Sekar Langit
- Gambar 4.3 : Contoh Ecoprint Menggunakan Kain Sutera
- Gambar 4.4 : Contoh Ecoprint Menggunakan Kain Primisima
- Gambar 4.5 : Contoh Ecoprint Menggunakan Kain Katun ATBM
- Gambar 4.6 : Contoh Ecoprint Menggunakan Kain Rayon
- Gambar 4.7 : Program Pelatihan Ecoprint Sekar Langit

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Transkrip Wawancara
Lampiran 2	: Dokumentasi Penelitian
Lampiran 3	: Izin Riset Individual
Lampiran 4	: Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
Lampiran 5	: Surat Pernyataan Kesiapan Menjadi Pembimbing Skripsi
Lampiran 6	: Surat Bimbingan Skripsi
Lampiran 7	: Rekomendasi Seminar Proposal
Lampiran 8	: Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi
Lampiran 9	: Berita Acara Seminar Proposal
Lampiran 10	: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
Lampiran 11	: Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah Selain Skripsi
Lampiran 12	: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
Lampiran 13	: Surat Keterangan Sumbangan Buku
Lampiran 14	: Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 15	: Surat Rekomendasi Munaqosah
Lampiran 16	: Surat Keterangan Selesai Penelitian
Lampiran 17	: Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Nasional Indonesia terpuruk akibat krisis ekonomi. Pada tahun 1998, banyak perusahaan berskala besar di berbagai industri, termasuk industri perdagangan, dan jasa, mengalami penundaan dan bahkan harus menghentikan operasinya. Namun karena dampak krisis keuangan terhadap berbagai sektor perekonomian, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulihan ekonomi meski terpuruk. Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada saat ini tidak dapat dihilangkan ataupun dihindarkan dari rakyat. UMKM memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi bangsa. Jenis usaha ini juga berkontribusi terhadap distribusi manfaat kemajuan dalam hal pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja. Jaringan UMKM sangat luas, beredar ke berbagai pelosok negeri serta menghidupkan potensi masyarakat (Ajeng Pipit Fitriani, et al, 2022).

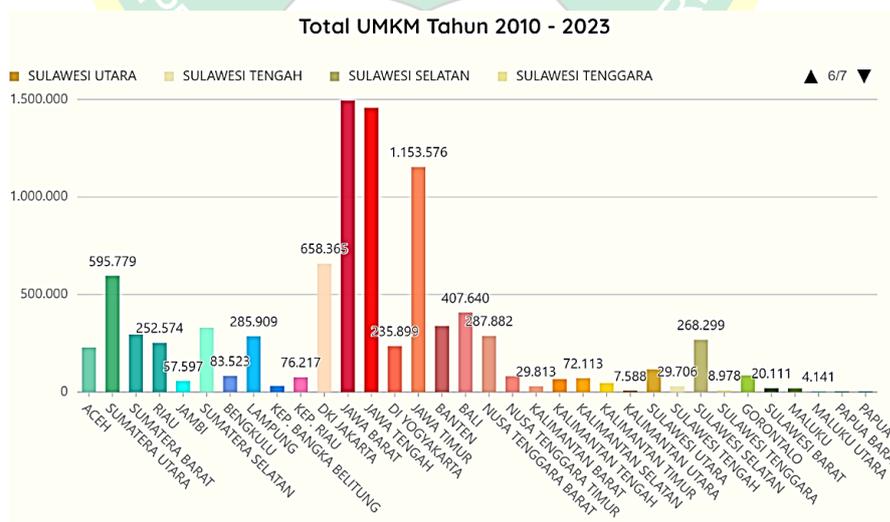
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha yang dapat tumbuh dan mempertahankan diri dalam kerangka perekonomian Nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) artinya usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan eksklusif seperti taraf pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha cukup sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana (Amin Dwi Ananda, et al, 2018).

Keberadaan UMKM mempunyai akibat yang cukup luas bila potensinya mampu dioptimalkan. UMKM mampu mengentaskan kemiskinan mampu menyerap tenaga kerja yang lebih banyak. UMKM bisa menjalankan kegiatan usahanya baik ketika mengalami keuntungan maupun kerugian. UMKM

memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian. Pengaruh tersebut bisa dicermati dari karakteristik yang berasal dari sektor UMKM itu sendiri, ciri-ciri tersebut sebagai berikut; modal tidak perlu besar, bisa dilakukan di mana saja, pasar yang diambil dari wilayah sekitar, sistem manajemen yang sederhana serta bisa menyerap energi kerja dalam jumlah besar. Kelebihan tersebut harusnya bisa untuk dimanfaatkan oleh pemerintah dalam mengembangkan perekonomian masyarakat melalui UMKM (Yusuf Haryoko, 2018).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sector ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara usaha mikro (UM), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM), dan usaha besar (UB) umumnya berdasarkan pada nilai asset awal tidak termasuk tanah dan bangunan), omzet rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja permanen. Menurut Rudjito, UMKM ialah usaha yang membantu perekonomian Indonesia, sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru serta meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha (Silviana Batubara, et al, 2022).

Gambar 1.1 Total UMKM di Indonesia



Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM 2023

Gambar 1.2 Persentase UMKM Kabupaten Purbalingga



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga

Suatu wilayah dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbanyak berada di Kecamatan Purbalingga dengan jumlah 9.555 UMKM. Dan wilayah dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang paling sedikit berada di Kecamatan Pengadegan dengan jumlah 2.405 UMKM dan Kecamatan Karangjambu dengan jumlah 1.754 UMKM. Sementara di Kecamatan Bukateja sebanyak 7.558 UMKM. (BPS, 2021).

Salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga yaitu di Desa Bajong terdapat batik berbasis ekonomi kreatif ecoprint milik Sekar Langit Bajong. Produk yang dihasilkan dari batik ecoprint diantaranya berupa pakaian, alat sholat, hijab, dan lain-lain yang mana batik ecoprint sangat diminati oleh masyarakat saat ini. Proses pembuatan produk ecoprint Sekar Langit Bajong ini dilakukan oleh kelompok ibu-ibu rumah tangga Desa Bajong guna mengisi waktu luang dan menambah penghasilan. Batik ecoprint ini sudah cukup terkenal dan ramai yang membuat batik dengan teknik ecoprint, penghasilan yang didapatkan cukup memuaskan artinya keuntungan yang didapatkan bisa menutup kebutuhan sehari-hari.

Faktanya batik ecoprint Sekar Langit Bajong sudah mendapatkan dukungan dari Kepala Desa Bajong, Bupati Purbalingga, bahkan Kementerian Ketenagakerjaan dan sudah dipasarkan melalui media sosial, sehingga Ecoprint Sekar Langit Bajong lebih dikenal baik oleh masyarakat setempat hingga luar kota. (Hidayati, 2023).

Pengerajin batik Ecoprint Sekar Langit Bajong terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang berjumlah 15 orang, meskipun jumlah pengerajin batik ecoprint tidak terlalu banyak, Ecoprint Sekar Langit Bajong tetap mampu bersaing dengan ecoprint lainnya dengan fokus pada kreativitas, keunggulan produk, dan komitmen terhadap standar kualitas yang tinggi. Berdasarkan hasil observasi di lapangan bahwa batik ecoprint ini sudah dikenal oleh masyarakat lokal hingga luar kota, sehingga mulai banyak wirausahawan yang ikut mengembangkan batik ecoprint ini. Di samping itu, tidak sedikit juga pesaing Ecoprint Sekar Langit yang produknya diminati oleh masyarakat. Dengan adanya persaingan dari luar kota, membuat Ecoprint Sekar Langit semakin intensif meningkatkan kualitas produknya (Hidayati, 2023).

Tabel 1.1 Data Penjualan Ecoprint Sekar Langit Bajong

No.	Bulan	Jumlah Penjualan	
		2021	2022
1.	Januari	Rp. 26.280.000,00	Rp. 48.100.000,00
2.	Februari	Rp. 24.900.000,00	Rp. 46.400.000,00
3.	Maret	Rp. 33.000.000,00	Rp. 37.300.000,00
4.	April	Rp. 26.400.000,00	Rp. 32.700.000,00
5.	Mei	Rp. 26.680.000,00	Rp. 29.500.000,00
6.	Juni	Rp. 24.900.000,00	Rp. 29.550.000,00
7.	Juli	Rp. 31.650.000,00	Rp. 39.050.000,00
8.	Agustus	Rp. 30.400.000,00	Rp. 37.950.000,00
9.	September	Rp. 27.000.000,00	Rp. 34.600.000,00
10.	Oktober	Rp. 32.000.000,00	Rp. 38.700.000,00

11.	November	Rp. 33.150.000,00	Rp. 32.300.000,00
12.	Desember	Rp. 37.900.000,00	Rp. 33.550.000,00
Jumlah		Rp. 354.260.000,00	Rp. 439.700.000,00

Sumber: Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

Strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan dan akan tetap menjaga agar perusahaan bergerak pada arah yang benar. Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi di sini sangat diperlukan supaya setiap kegiatan bisa terorganisir dan bisa memudahkan pelaksanaan misi untuk mencapai tujuan. Adapun manfaat dari strategi antara lain; **manfaat finansial**, bisnis yang menggunakan konsep manajemen strategi lebih menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan, profitabilitas, dan produktivitas, dibandingkan dengan perusahaan tanpa kegiatan perencanaan yang sistematis. Perusahaan dengan sistem perencanaan menunjukkan kinerja keuangan jangka panjang yang lebih baik dibandingkan industrinya. **Manfaat nonfinansial**, menaikkan kesadaran atas ancaman eksternal, pemahaman yang lebih baik atas strategi pesaing, meningkatnya produktivitas karyawan, mengurangi keengganan untuk berubah, serta pengertian yang lebih baik atas korelasi antara kinerja dan penghargaan artinya manfaat lain dari strategi (Eddy Yunus, 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ECOPRINT SEKAR LANGIT BAJONG DALAM MEMBERDAYAKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT MELALUI BASIS EKONOMI KREATIF”**.

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan pemahaman dalam menafsirkan judul, maka penulis memberikan definisi serta penegasan dari istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini. Berikut definisi operasional:

1. Strategi

Pearce dan Robinson mengemukakan yang dimaksud strategi adalah pabrik yang berskala besar dan berorientasi masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan kompetitif guna mencapai objektivitas perusahaan. Strategi mencerminkan kekhawatiran perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan di mana perusahaan tersebut harus bersaing (Martin Amnillah, et al, 2023).

Strategi pengembangan adalah sebuah pola, sasaran, dan kebijakan atau rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, industri atau usaha, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan (Putri W. Arnold, et al, 2020)

2. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

UMKM adalah kegiatan ekonomi yang menjadi motor penggerak dan memiliki peranan penting dalam perekonomian serta mempercepat pemulihan ekonomi Negara (Cecep Supendi, et al, 2021).

3. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh para *entrepreneur* (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif (Suryana, 2017).

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana usaha yang dilakukan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ecoprint Sekar Langit Bajong berbasis ekonomi kreatif?

2. Bagaimana usaha optimalisasi produksi ecoprint di UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong berbasis ekonomi kreatif
3. Bagaimana strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ecoprint Sekar Langit Bajong dalam upaya memberdayakan perekonomian masyarakat Desa Bajong, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga melalui basis ekonomi kreatif?
4. Bagaimana faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong dalam memberdayakan perekonomian masyarakat melalui basis ekonomi kreatif?
5. Bagaimana dampak strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong dalam memberdayakan perekonomian masyarakat melalui basis ekonomi kreatif?

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Ecoprint Sekar Langit Bajong berbasis ekonomi kreatif.
 - b. Untuk mengetahui strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berbasis ekonomi kreatif dalam memberdayakan perekonomian masyarakat yang dilakukan oleh UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan berkaitan dengan Strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong berbasis ekonomi kreatif dalam memberdayakan

perekonomian masyarakat Desa Bajong, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

b. Praktis

- 1) Bagi Peneliti, sebagai penerapan teori yang telah diterima selama perkuliahan dan pemenuhan salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang pendidikan gelar Sarjana (S1) Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- 2) Bagi Mahasiswa, sebagai penambah wawasan tentang kondisi riil lapangan mengenai operasional ekonomi syariah yang nantinya bisa diterapkan masing-masing.
- 3) Pihak produksi ecoprint, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata berupa sumbangan pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan keputusan untuk memecahkan suatu masalah berkaitan dengan penelitian ini bagi perusahaan.
- 4) Pemerintah Daerah, menjadi bahan referensi dan tambahan informasi serta sebagai acuan untuk mengambil kebijakan yang tepat terhadap strategi UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam memberdayakan perekonomian masyarakat.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang tinjauan umum strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan kerangka yang digunakan sebagai dasar dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknis analisis data yang digunakan dan uji keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari subyek penelitian, serta hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Data tersebut dianalisis sehingga mendapatkan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penyusunan serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan. Pada bagian akhir, penyusun mencantumkan daftar pustaka sebagai rujukan referensi, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani yang artinya “*a general set of maneuvers cried out overcome an enemy during combat*”, yaitu semacam ilmunya para jenderal untuk memenangkan pertempuran (Abdurohim, 2021). Menurut Marrus, strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, yang disertai penyusunan suatu upaya agar tujuan tercapai (Juliansyah, 2017).

Suatu strategi dianggap sebagai strategi pengembangan apabila perusahaan secara sadar menciptakannya dengan tujuan untuk meningkatkan status, kapabilitas, dan sumber daya pada akhirnya melahirkan bentuk organisasi baru yang berbeda di masa depan (Muhammad, 2018). Menurut Rangkuti (Abdurohim, 2021) membagi jenis strategi ke dalam lima jenis strategi sebagai berikut:

a. Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan pengupayaan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru. (Abdurohim, 2021). Produk merupakan hasil akhir atas kegiatan yang dilakukan. Menurut Assauri, tujuan utama dari strategi produk adalah untuk dapat mencapai target pasar, penerapan strategi produk bertujuan untuk memenangkan pasar dan mencapai target sehingga mampu untuk bersaing dengan produk lainnya dengan meningkatkan kemampuan bersaing dan mengatasi persaingan (Mendrofa, Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli, Vol 9, no 2, 2021).

Menurut Sayid Abas, strategi produk yaitu suatu cara yang akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya yang disebabkan karena adanya strategi produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang dipasarkan akan dapat menjual produk dirinya sendiri. Branding atau nama produk juga sangatlah penting, semakin terkenal brand produk maka peluang untuk menarik konsumen untuk membeli produk tersebut semakin tinggi. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor kepercayaan konsumen terhadap suatu produk (Abas, 2017).

Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk baru yang masih terkait dengan produk yang sekarang. Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu, sekaligus melakukan pengembangan produk bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai *product life style*.

b. Strategi Penjualan

Strategi ini fokus pada sistem penjualan dan distribusi dengan tujuan memberi kemudahan kepada konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan. Strategi penjualan tergantung oleh produk, pasar, konsumen, dan tujuan perusahaan.

c. Strategi Pasar

Strategi pasar yaitu cara memasarkan produk agar produk dapat dikenal oleh banyak konsumen, dengan memiliki karakteristik produk yang akan dijual, serta target pasarnya, mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi yang tepat untuk mempromosikan

produk, dan mengetahui tempat yang sesuai untuk memasarkan produk yang sesuai dengan pendistribusiannya (Abas, 2017).

2. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- a. Mengkomunikasikan maksud yang ingin dicapai kepada orang lain
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu (Abdurohim, 2021).

3. Jenis Strategi

- a. Strategi Generik (*Generic Strategy*)

Perusahaan yang setidaknya selangkah lebih maju dari pesaingnya di industri serupa. Setelah menentukan strategi generiknya, kemudian mengembangkan langkah-langkah operasional untuk diterapkan. Strategi generik dibagi menjadi tiga macam yaitu:

- 1) Strategi Stabilitas (*Stability*)

Strategi ini memfokuskan pada penghindaran pertumbuhan produk, pasar, dan fungsi perusahaan, dengan focus meningkatkan efisiensi di segala bidang guna meningkatkan kinerja dan

keuntungan. Risiko yang dimiliki strategi ini relative rendah dan umumnya digunakan untuk produk dalam skala kedewasaan (*mature*).

2) Strategi Ekspansi (*Expansion*)

Strategi ini bertujuan untuk menambah atau memperluas produk, pasar, dan fungsi perusahaan, dengan meningkatkan operasional perusahaan. Namun risiko kegagalan akan lebih besar tetapi potensi keuntungan pun lebih besar.

3) Strategi Penciutan (*Retrenchment*)

Strategi ini ditujukan untuk melakukan pengurangan produk, pasar atau fungsi perusahaan, terutama pada area yang menghasilkan arus kas negative. Strategi ini umumnya diterapkan pada bisnis sedang dalam skala penurunan (*decline*).

b. Strategi Utama (*Grand Strategy*)

Merujuk pada langkah-langkah operasional yang merupakan tindak lanjut dari strategi generik.

c. Strategi Fungsional

Strategi fungsional merupakan turunan dari strategi utama yang lebih terperinci dan khusus, lebih menekankan pada pengelolaan bidang fungsional tertentu seperti *marketing*, akuntansi, sumber daya manusia (SDM), layanan pelanggan, dan lain sebagainya (Juliansyah, 2017)

B. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sector ekonomi, UMKM dijelaskan sebagai perusahaan

yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok orang atau berbentuk badan usaha dengan jumlah asset dan omzet tertentu (Abdurohim, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis yang sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian nasional, serta dalam lapangan kerja, perluasan ekonomi, dan distribusi hasil-hasil pembangunan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa dinilai memiliki masa depan yang menjanjikan. Keunggulan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional antara lain; membuka lapangan pekerjaan, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik bruto, salah satu solusi efektif bagi permasalahan perekonomian masyarakat kelas kecil dan menengah. Sementara itu, manfaat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa bagi perekonomian daerah antara lain meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat terutama perempuan mendapatkan pengalaman berwirausaha, menurunkan angka pengangguran di desa, menumbuhkan rasa kebersamaan, mengembangkan sumber daya manusia, potensi daerah setempat, mengembangkan usaha yang sudah ada, dan sebagainya (Riyanthi Idayu, et al, 2021).

2. Tujuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM memiliki peran yang penting bagi perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga dipercaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian (Bank Indonesia, 2020). Tujuan UMKM adalah menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian

nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Lilik Rahmawati, 2020).

Tujuan dibentuk dan diberdayakannya UMKM tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada pasal 3 dan pasal 5, dengan bunyi sebagai berikut:

- a. Pasal 3 “Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi yang berkeadilan.”
 - b. Pasal 5 “tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:
 - 1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
 - 2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang tangguh dan mandiri.
 - 3) Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.” (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008).
3. Karakteristik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- Karakteristik UMKM yaitu ciri khusus dari UMKM. Ciri khusus yang dimiliki UMKM ada dua macam yaitu karakter positif dan karakter negatif. Karakter positif meliputi:
- a. Tahan dalam menghadapi suatu persoalan, artinya para pelaku usaha tidak akan menyerah meskipun menghadapi persoalan yang berat.
 - b. Fleksibel, artinya mudah menyesuaikan terhadap suatu perubahan.
 - c. Mandiri, artinya tidak bergantung pada pihak mana pun.
 - d. Efisien/hemat, dikelola sendiri dengan baik oleh pribadi.

- e. Keuangan mandiri karena dapat mencukupi kebutuhan keuangan pribadi.

Karakter negatif meliputi:

- a. Informal, kesulitan dalam kerja sama dengan pihak lain.
 - b. Skala ekonomi yang sulit berkembang, karena sumber daya yang terbatas.
 - c. Tidak ada Standar Operasional Prosedur (SOP).
 - d. Belum menerapkan prinsip-prinsip manajemen.
 - e. Tidak disiapkan untuk menjadi besar (Darmanto, et al, 2018).
4. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria usaha mikro sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria usaha kecil sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah), paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria usaha menengah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah), paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah), paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah) (Lathifah Hanim, 2018).

5. Kekuatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Dengan melihat kekuatan yang dimiliki oleh setiap usaha kecil, maka strategi pengembangannya adalah memanfaatkan peluang dan menyelesaikan tantangan yang dihadapi dalam dunia usaha. Kekuatan yang dimiliki Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai berikut:

- a. Menaati peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah.
- b. Memiliki ketahanan atas berbagai krisis ekonomi yang menimpa usaha.
- c. Memiliki kemampuan spesifik dalam mengelola usaha yang dijalani.
- d. Dapat menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan yang terjadi.
- e. Meningkatkan pemanfaatan bahan baku local, sehingga menciptakan peluang usaha.
- f. Sifat produksi yang padat karya, membantu pemerintah mengatasi pengangguran.
- g. Mengandalkan modal sendiri untuk memulai dan merintis usaha.
- h. Tidak terlalu tergantung pada pinjaman utang atau kredit.
- i. Biaya produksi yang rendah.

j. Produk yang dihasilkan memberikan nilai tambah bagi perekonomian (Abdurohimi, 2021).

6. Kelemahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

a. Faktor Internal

- 1) Sumber daya manusia yang masih terbatas
- 2) Pemasaran produk kurang optimal karena biasanya lebih fokus pada aspek produksi
- 3) Konsumen cenderung kurang percaya terhadap produk usaha kecil
- 4) Kendala modal, biasanya usaha kecil hanya mengandalkan modal sendiri dan relatif kecil.

b. Faktor eksternal adalah masalah yang selain dari perusahaan, misal kurangnya pengawasan dan program yang bertumpuk sehingga solusi tidak tepat sasaran (Putri, 2020).

c. Sempitnya waktu untuk melengkapi kebutuhan

Sebab sedikitnya jumlah pengambil keputusan dalam usaha kecil menengah, sehingga kerap terpaksa pontang-panting berusaha memenuhi kebutuhan pokok bisnisnya, yaitu; produksi, sales, dan marketing. Hal tersebut dapat memicu tekanan jadwal yang besar, sehingga tidak dapat fokus dalam menyelesaikan permasalahan satu persatu.

d. Kurangnya tenaga ahli

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) biasanya tidak mampu membayar jasa tenaga ahli untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu. Sehingga kualitas produk barang atau jasa yang bias dihasilkan tanpa tenaga ahli sangat memungkinkan berada di bawah standar tertentu (Nuramalia Hasanah, 2020).

7. Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Islam

Dalam ekonomi Islam, UMKM yaitu suatu usaha manusia yang menopang kehidupan dan ibadah serta bergerak menuju kesejahteraan masyarakat. Bisnis merupakan kegiatan yang diharamkan oleh Allah SWT. Pada zaman dahulu, Nabi Muhammad SAW sudah melakukan kegiatan berdagang. Menurut M. Medriansyah karakteristik usaha mikro antara lain:

- a. Usaha mikro memiliki pengaruh yang bersifat ketuhanan/ilahiah, karena dasar pengaturannya pada ketetapan Allah SWT.
- b. Usaha mikro berbentuk akidah, karena perekonomian Islam terlahir dari akidah islamiah yang harus dipertanggungjawabkan.
- c. UMKM mempunyai tatanan yang berdasarkan ketuhanan, sehingga berkarakter *ta'abudi*.
- d. Tidak berkaitan erat dengan akhlak, di dalam ekonomi Islam tidak terdapat prediksi maupun pemetakan antara akhlak dan ekonomi.
- e. Elastic (*al-murunah*), sumber asasi ekonomi berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.
- f. Objektif, tidak membeda-bedakan pada setiap pelaku ekonomi.
- g. Realistis, harus disesuaikan dengan praktik ekonomi.
- h. Harta pada hakikatnya adalah Allah SWT, dari prinsip tersebut artinya kekayaan yang dimiliki seseorang tidak mutlak.
- i. Kemampuan mengelola asset, berdasarkan QS. At-Taubah [14]: 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ؕ

Artinya: “Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang

Mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu Diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.

Dapat diketahui bahwa derajat tertinggi bukanlah seorang bangsawan melainkan orang yang mau berusaha dan bekerja. Di hadapan Allah orang yang bekerja dipandang memiliki derajat yang tinggi. Kemudian Allah akan memberi pahala berdasarkan pekerjaan yang dilakukan, dan dinilai sebagai amalan yang akan dipertanggungjawabkan kelak (Putri, 2020).

8. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk membantu usaha menengah dan kecil berkembang dan menjadi lebih kompetitif dengan menyediakan sumber daya, arahan, pendampingan, dan dukungan. Menurut Moekijat, pengembangan mengacu pada segala upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pelaksanaan pekerjaan yang ada dan masa depan dengan menyebarkan pengetahuan, mengubah sikap, atau meningkatkan keterampilan. Barry menjelaskan bahwa pengembangan adalah proses pemberian pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang dibutuhkan masyarakat untuk melaksanakan peran dan tanggung jawab yang lebih besar dan menuntut kemampuan individu (Irawati, 2018).

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi), dan perubahan secara bertahap. Pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Menurut Anoraga, pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi daripada kegiatan ekonomi, dengan menggerakkan pikiran, tenaga, dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Mulyadi Nitisusantro, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh

pemerintah daerah, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya, untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha (Abdurohim, 2021).

9. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

a. Strategi Pemerintah

Sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RP-JPN) tahun 2005-2025, yang menjadi sasaran pembangunan jangka menengah tahun 2020-2024 adalah mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan mamur melalui percepatan pembangunan di berbagai bidang, dengan menekankan terbangunnya struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif di berbagai wilayah dan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing. Maka arah kebijakan pengembangan UMKM yang akan dijalankan oleh Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2020-2024 terbagi ke dalam tiga kebijakan, sebagai berikut:

- 1) Modernisasi koperasi dan penciptaan UMKM naik kelas (*scaling up*)
- 2) Meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestic dan global
- 3) Reformasi tata kelola pengembangan koperasi dan UMKM yang berorientasi layanan prima (kebijakan lintas bidang) (Abdurohim, 2021).

b. Model-model Strategi Pengembangan

- 1) Model pengembangan Kewirausahaan dan Inkubator Bisnis

Inkubasi bisnis merupakan tuntutan dari *the new economy global* yang terjadi karena adanya perubahan yang cepat dan

signifikan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi, adanya deregulasi dan globalisasi. Perubahan tersebut memaksa adanya perubahan pada setiap pelakunya mulai dari skala Negara, perusahaan/organisasi, dan individu.

Inkubasi bisnis adalah proses pembinaan bagi usaha kecil dan/atau pengembangan produk baru yang dilakukan oleh incubator bisnis dalam hal penyediaan sarana dan prasarana usaha, pengembangan usaha dan dukungan manajemen serta teknologi. Sedangkan incubator bisnis, adalah lembaga yang bergerak dalam bidang penyediaan sarana dan pengembangan usaha, baik manajemen maupun teknologi bagi usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usaha atau pengembangan produk baru yang berdaya saing dalam jangka waktu tertentu (Abdurohim, 2021).

2) Model Pengembangan Daya Saing UMKM

Pengembangan UMKM adalah peningkatan skala atau level usaha kecil, usaha kecil menjadi usaha menengah, dan usaha menengah menjadi usaha besar atau disebut UMKM naik kelas melalui peningkatan perluasan usaha, serta peningkatan kualitas dan kuantitas dengan mengerahkan kapasitas untuk mencapai tujuan dengan keterlibatan berbagai pihak (Abdurohim, 2021).

3) Model Kemitraan UMKM

Kemitraan adalah kerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar serta lembaga-lembaga lain, baik swasta maupun pemerintah dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan (Abdurohim, 2021).

C. Ecoprint

1. Pengertian Ecoprint

Ecoprint merupakan suatu proses mentransfer warna dan bentuk secara langsung pada kain dengan memanfaatkan bagian atau organ tumbuhan seperti bunga dan daun melalui kontak langsung (Nissa Pressinawangi, 2014). Menurut ((KSDAE), 2019) ecoprint adalah teknik pemberian pola pada bahan atau kain dengan menggunakan bahan alami seperti daun dan bunga. Kain yang baik untuk dijadikan bahan ecoprint biasanya kain berjenis katun maupun sutera.

Ecoprint memiliki perbedaan dengan batik, yang mana untuk membuat batik hal pertama yang dilakukan adalah membuat pola terlebih dahulu, dan pola ini cenderung sama satu dengan yang lainnya. Sedangkan pada ecoprint pola yang dibuat sangat bergantung pada teknik menyusun daun maupun bunga pada kain menjadi sebuah pola atau corak yang indah. Yang membuatnya berbeda dari yang lain adalah corak-corak yang dihasilkan tidak akan sama satu dengan yang lain.

2. Sejarah ecoprint

Teknik ecoprint ini pada dasarnya menggabungkan seni dan alam di mana tujuannya adalah menciptakan hasil yang indah. Teknik ecoprint pertama kali muncul pada tahun 2000-an. Teknik ini menggabungkan tentang pewarnaan alami dan seni untuk menciptakan metode yang unik dan menarik. Seorang seniman yang menjadi sosok sentral dalam perkembangan ecoprint ini adalah Indian Flint. Indian Flint mengembangkan metode ini melalui eksperimen dan penelitian yang mendalam tentang sifat-sifat tumbuhan, pigmen alami, dan serat kain. Karya-karyanya telah menginspirasi banyak seniman tekstil di seluruh dunia untuk menjelajahi teknik pencetakan alami ini. Teknik ecoprint mulai diperkenalkan di Indonesia sekitar tahun 2016. Di Indonesia tradisi pencelupan alami dan seni tekstil memiliki akar yang kuat sehingga ecoprint memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat seniman dan pengerajin lokal. Pada tahun 2018

ecoprint di Indonesia semakin berkembang dan semakin mendapatkan perhatian dan popularitas. Banyak produsen kain dan pakaian mulai mengadopsi teknik ecoprint ini. Ecoprint adalah teknik pencetakan alami yang memadukan seni dengan unsur-unsur alam. Teknik ini memiliki sejarah yang menarik dan perkembangan yang signifikan dalam dunia seni tekstil (Kumpanan, 2023). Ecoprint di Indonesia masih bertahan sampai sekarang karena Indonesia memiliki banyak tanaman yang dapat dijadikan sebagai bahan pewarna. Warna alam ini sudah dipakai sejak zaman dahulu. Bahkan suatu penelitian oleh (Tim Penulis *The Trustees of The British Museum*, 2012) menyatakan bahwa “pewarna alam sudah digunakan sejak tahun 1600-an” (Kurnia, 2021).

3. Teknik-teknik ecoprint
 - a. Teknik *Pounding*

Gambar 2.1 Teknik *Pounding*



Sumber: www.pinterest.com

Teknik *pounding* adalah sebuah teknik dengan cara memukulkan daun atau bunga di atas kain menggunakan palu kayu. Teknik *pounding* ini mencetak daun atau bunga pada kain, palu dipukulkan pada daun atau bunga yang diletakkan di atas kain yang sudah ditutup menggunakan plastik untuk mengestrak pigmen warna. Teknik memukul dimulai dari pinggir daun atau bunga kemudian mengikuti alur batang daun atau bunga, tanaman yang digunakan merupakan tanaman yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap panas, karena hal

tersebut merupakan faktor penting dalam mengekstrak pigmen warna (Ni Nyoman Murtini Lestari, 2023).

b. Teknik *steaming*

Gambar 2.2 Teknik *Steaming*



Sumber: www.pinterest.com

Teknik *steaming* adalah teknik yang dilakukan dengan cara mengukus lembaran kain yang sudah ditata atau ditempel berbagai ornamen seperti daun atau bunga (Ni Nyoman Murtini Lestari, 2023).

c. Teknik *iron blanket*

Gambar 2.3 Teknik *Iron Blanket*



Sumber: Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

Dalam teknik *iron blanket* langkah pertama yang dilakukan adalah mordanting (pembersihan kain dari kotoran). Proses mordanting ini sama seperti mencuci pakaian. Setelah itu menempelkan dedaunan atau

bunga sebagai corak atau motif yang diinginkan. Kemudian, digulung menggunakan pipa paralon dan ikat dengan tali (Faridatun, 2022).

4. Kelebihan dan Kekurangan Ecoprint

Dikutip dari (Prima Nur, 2021) sebagaimana hal pada umumnya, pencetakan menggunakan pewarna alami yang mengutamakan daun atau bunga secara langsung pun memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Berikut ini kelebihan dan kekurangan pada *ecoprinting*:

a. Kelebihan Ecoprint

- 1) Ramah lingkungan, karena menggunakan bahan-bahan alami (*eco friendly*).
- 2) Hasilnya unik dan berbeda dengan batik yang cenderung memiliki pola yang sama. Ecoprint memiliki corak yang sangat bergantung pada teknik menyusun daun dan bunga.
- 3) Bisa dibuat sendiri di rumah.
- 4) Alat dan bahan mudah ditemukan di lingkungan sekitar.

b. Kekurangan Ecoprint:

- 1) Hasilnya kemungkinan besar tidak seragam.
- 2) Daftar daun dan bunga untuk ecoprint belum diteliti.
- 3) Hasilnya tidak bisa diprediksi sama sekali.
- 4) Meski pasarnya ada, namun belum banyak.

5. Jenis-jenis Daun dan Bunga dalam Ecoprint

Tidak semua dedaunan dan bunga dapat dan cocok dipakai untuk proses ecoprint. Ada daun-daun dan bunga-bunga tertentu saja yang bisa digunakan untuk ecoprint. Maka dari itu, perlu mengetahui daun serta tanaman apa saja yang cocok untuk ecoprint. Ada beberapa kriteria dedaunan yang cocok untuk dijadikan bahan ecoprint diantaranya daun yang dipakai memiliki

ketebalan tertentu, tidak terlalu tebal dan tidak terlalu tipis, tanaman memiliki bentuk permukaan yang licin. Berdasarkan penelitian yang dikutip dari (Sumino, 2013) dalam bukunya yang berjudul “*Zat Pewarna Alam Untuk Pencelupan Kain Batik Sutra dan Mori*” terdapat 150 jenis tanaman yang dapat menghasilkan pewarna alami (Kurnia, 2021). Beberapa jenis daun yang bisa digunakan sebagai ecoprint adalah:

- a. Daun jati
- b. Daun lanang
- c. Daun hina doll
- d. Daun kalpataru
- e. Daun jarak wulung
- f. Daun kayu afrika
- g. Daun jaran
- h. Daun eucalyptus
- i. Daun johar
- j. Daun lengkung
- k. Daun ketapang
- l. Daun akasia
- m. Daun pepaya
- n. Daun kersen
- o. Bunga kenikir
- p. Bunga tabebuya
- q. Bunga sepatu
- r. Bunga mawar



- s. Bunga bougenville
- t. Bunga ruellia
- u. Bunga alamanda
- v. Bunga keben
- w. Bunga kenanga, dan lain-lain (Hidayati, 2023).

D. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif sendiri digerakkan oleh para *entrepreneur* (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Dengan mengembangkan dan memanfaatkan kreativitas dapat menciptakan sesuatu yang baru sehingga akan memberikan keunikan dan ciri khas tersendiri terhadap barang atau jasa yang dihasilkan (Suryana, 2013).

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), ekonomi kreatif adalah perumusan ide-ide baru dan menerapkan ide tersebut untuk menciptakan karya senidan produk yang orisinal, kreasi fungsional, dan inovasi. Oleh karena itu, terdapat aspek ekonomi dalam kreativitas, yang dapat dilihat dari kontribusi terhadap kewirausahaan, mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas, dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Suryana, 2013).

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat ditarik pengertian dari ekonomi kreatif yaitu salah satu aktivitas ekonomi yang menciptakan ide atau gagasan yang berasal dari kreativitas dan pemikiran manusia yang

memberikan nilai tambah terhadap barang atau jasa yang bisa bermanfaat untuk memperluas lapangan pekerjaan dan dapat meningkatkan kehidupan serta kesejahteraan masyarakat.

2. Peran Ekonomi Kreatif

Seperti dikemukakan oleh *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, ekonomi kreatif adalah suatu konsep berbasis asset kreativitas yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Secara potensial ekonomi kreatif berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

- a. Ekonomi kreatif dapat mendorong penciptaan pendapatan, lapangan kerja, dan penerimaan ekspor. Selain itu dapat mempromosikan aspek-aspek sosial, ragam budaya, dan pengembangan sumber daya manusia.
- b. Ekonomi kreatif memupuk ekonomi, budaya, dan aspek-aspek sosial yang saling berhubungan dengan teknologi, kekayaan intelektual, dan tujuan-tujuan wisata.
- c. Merupakan seperangkat ilmu pengetahuan yang berbasis aktivitas ekonomi dengan suatu dimensi perkembangan dan keterkaitan antara tingkat makro dan mikro untuk ekonomi secara keseluruhan.
- d. Salah satu pengembangan yang layak guna menggugah inovasi yang multidisiplin, respon kebijakan, dan tindakan antarkementerian.
- e. Di dalam jantung ekonomi kreatif terdapat industry-industri kreatif (*at the heart of the creativity economy are the creative industries*).

Pendekatan lain dari peran kreativitas adalah dipandang sebagai alat ukur untuk proses sosial. Kreativitas dapat meningkatkan nilai ekonomi seperti pendapatan, kesempatan kerja, dan kesejahteraan, sehingga ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan karena

dapat menciptakan kesempatan kerja/mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan, menciptakan pemerataan, mengurangi kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan mendorong pembaruan serta memanfaatkan bahan baku local (Suryana, 2013).

3. Karakteristik Ekonomi Kreatif

Beberapa karakteristik yang dimiliki oleh ekonomi kreatif sebagai berikut:

- a. Ekonomi kreatif bersumber dari ide atau gagasan.
- b. Terdiri dari orang-orang yang bisa bekerja sama seperti memiliki kecerdasan intelektual yang dapat menciptakan sebuah karya yang kreatif dan bernilai.
- c. Ekonomi kreatif harus dikembangkan di berbagai bidang agar tidak hanya berkembang di satu bidang saja, sehingga terjadi peningkatan untuk ke depannya (Moh. Idil Ghufron, 2019).

4. Jenis-Jenis Kreativitas yang Membentuk Ekonomi Kreatif

Terdapat empat jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif yang dikutip dalam buku (Suryana, 2013), yaitu sebagai berikut:

- a. Kreativitas ilmu pengetahuan (*scientific creativity*)

Yaitu menyangkut keingin tahu dan keinginan untuk melakukan penelitian dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi.

- b. Kreativitas ekonomi (*economic creativity*)

Merupakan proses dinamis yang menagarah pada inovasi teknologi, praktik bisnis, pemasaran, dan usaha lainnya untuk meraih keunggulan bersaing dalam ekonomi.

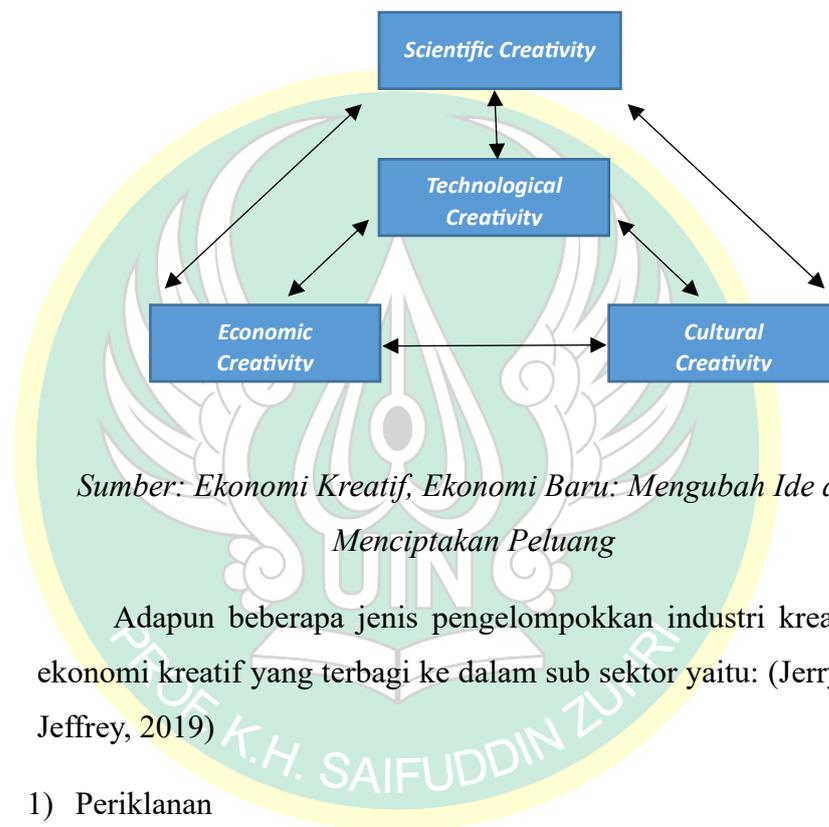
- c. Kreativitas budaya (*cultural creativity*)

Yaitu kreativitas dalam bentuk seni budaya seperti kesenian, film, artistic, dan seni lainnya.

d. Kreativitas teknologi (*technological creativity*)

Keempat kreativitas tersebut saling terkait yang dapat digambarkan seperti pada model berikut ini:

Gambar 2.4 Model Kreativitas



Adapun beberapa jenis pengelompokan industri kreatif atau ekonomi kreatif yang terbagi ke dalam sub sektor yaitu: (Jerry Glenn Jeffrey, 2019)

1) Periklanan

Periklanan yaitu menggunakan komunikasi satu arah yang terdiri dari proses kreasi, operasi, dan pendistribusian dari periklanan yang telah dilakukan.

2) Arsitektur

Arsitektur yaitu konsultasi jasa mendesain bangunan baik dalam kaitan makro hingga mikro. Seperti mendesain taman, kota, atau rekayasa dalam hal bangunan dan mekanik.

3) Barang seni

Pasar barang dan seni yaitu menjual berbagai macam barang yang unik dan bernilai tinggi.

4) Kerajinan

Suatu produk atau barang yang dibuat sekreatif mungkin, mulai dari mendesain sampai penyelesaian produk dengan metode manual maupun dengan menggunakan alat bantu. Dikerjakan oleh pengerajin yang ahli di bidangnya.

5) Desain

Desain yaitu berkaitan dengan keterampilan untuk bisa menciptakan atau merancang suatu produk, yang terdiri atas desain grafis, interior, hingga desain industri.

6) Kuliner

Kreatif dalam mengelola produk makanan sehingga dapat menciptakan keunikan dan rasa yang baru atau minuman yang dikreasikan sehingga bias memberikan nilai tambah yang bias menarik daya beli masyarakat.

7) Fashion

Kreatif dalam desain dalam bidang fashion seperti pakaian, aksesoris, sepatu dan sandal yang sangat berkontribusi terhadap dunia fashion.

8) Video, film, fotografi

Kreatif dalam produksi terhadap desain video, film, hingga fotografi yang sudah termasuk penulisan skrip, *dubbing*, hingga festival film.

9) Permainan interaktif

Kreatif dalam hal produksi atau pendistribusian video, film, dan mainan yang menghibur dan dapat memberikan edukasi.

10) Musik

Kreatif dalam membuat lagu dan membuat pertunjukkan yang kemudian dapat didistribusikan.

11) Seni pertunjukkan

Kreatif dalam kegiatan seperti seni tari atau teater, yang kemudian dipertunjukkan dan bisa memberi hiburan.

12) Penerbitan dan percetakan

Kreatif dalam penulisan buku, Koran, majalah, jurnal, dan terbitan lainnya. Dan juga kreatif dalam foto, poster dan barang atau produk cetakan lainnya.

13) Layanan komputer dan perangkat lunak

Kreatif dalam mengembangkan teknologi dan informasi yang berkaitan dengan pengelolaan data, komputer, dan memiliki kaitan dengan dunia teknologi dan informasi.

14) Aplikasi

Kreatif dalam menciptakan dan mengembangkan aplikasi yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari yang berhubungan dengan pekerjaan maupun bisnis sehingga mempermudah dalam melakukan pengenalan produk atau karyanya sehingga bisa dikenal lebih luas.

15) Televisi dan radio

Kreatif dalam memproduksi desain dan mengemas sebuah acara seperti acara televisi atau radio sehingga bisa semenarik mungkin dan dapat dinikmati banyak orang.

16) Riset dan pengembangan

Kreatif pada kegiatan pengembangan inovasi yang berkaitan dengan usulan penemuan berupa ilmu atau teknologi, kemudian diolah untuk memperoleh manfaatnya sehingga bisa digunakan untuk pembaruan atau perbaikan pada produk yang telah dikreasikan atau produk yang baru sehingga mampu untuk memenuhi permintaan pasar.

E. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai kata nomina (kata benda) yang berarti proses, cara, perbuatan, memberdayakan (Departemen Pendidikan Nasional, 2007). Pemberdayaan dalam bahasa Inggris yaitu *empowerment*. Istilah pemberdayaan diartikan sebagai sebuah sistem yang bisa mengorganisasi diri sendiri secara mandiri. Individu bukan sebagai obyek, melainkan sebagai pelaku yang mampu mengarahkan diri ke arah yang lebih baik.

Menurut Ginandjar Kartasasmita (1996:249), pemberdayaan ekonomi rakyat adalah upaya yang merupakan pengalihan sumber daya untuk mengembangkan potensi ekonomi rakyat untuk meningkatkan sumber daya alam di sekitar keberadaan rakyat, dapat ditingkatkan produktivitasnya.

Dalam situs yang ditulis oleh *Daniel Sukalele* (wordpress.com diakses tgl. 20 Oktober 2023) pemberdayaan dimaksudkan bahwa:

- a. Pemberdayaan adalah upaya yang membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya.
- b. Pemberdayaan diarahkan guna meningkatkan ekonomi masyarakat secara produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi dan pendapatan yang lebih besar. Upaya peningkatan kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah paling tidak harus ada perbaikan akses terhadap empat hal, yaitu akses terhadap sumber daya, akses terhadap teknologi, akses terhadap pasar dan akses terhadap permintaan.

Sedangkan dalam bukunya (Edi Suharto, 2005) pemberdayaan adalah sebuah proses yang mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan ini menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya.

Dalam kutipannya Djohani dalam (Kusnadi, 2005), menyebutkan pemberdayaan masyarakat dimaksudkan mengembangkan kemampuan masyarakat agar secara berdiri sendiri memiliki keterampilan untuk mengatasi masalah-masalahnya sendiri. Permasalahan yang timbul dalam masyarakat bisa berwujud persoalan ekonomi, pendidikan, sosial dan lainnya. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk menciptakan atau meningkatkan kapasitas masyarakat, baik secara individu maupun berkelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraannya (Direktorat Jenderal Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Departemen dalam Negeri, 2009). Untuk mengembangkan

pemberdayaan ekonomi masyarakat, maka perlu dilakukan penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran.

Dalam konteks ini pemberdayaan ekonomi untuk penguatan masyarakat dalam mendapatkan gaji atau upah yang memadai, untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan keterampilan, sehingga memperoleh peningkatan hasil secara ekonomi. Pemberdayaan di bidang ekonomi merupakan upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi ekonomi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Keberdayaan masyarakat adalah unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan. Dalam pengertian yang dinamis, yaitu mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Keberdayaan masyarakat menjadi sumber dari apa yang dikenal sebagai Ketahanan Nasional (Mubyarto, 2000)

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji atau upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan, keterampilan, untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu berdiri sendiri untuk mengatasi masalah-masalahnya sendiri, meningkatkan kualitas hidup, mencapai kesejahteraan dan memperbaiki kedudukannya dalam masyarakat.

2. Konsep Pemberdayaan Ekonomi

Menurut Sumodiningrat (1999) dalam kutipan (Hutomo, 2000) ada empat konsep pemberdayaan ekonomi yang secara ringkas dikemukakan sebagai berikut:

- a. Perekonomian rakyat adalah perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat adalah

perekonomian nasional yang berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri.

- b. Pemberdayaan ekonomi rakyat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan ekonomi rakyat adalah kendala struktural. Maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural.
- c. Perubahan struktural yang dimaksud adalah perubahan dari ekonomi tradisional ke ekonomi modern, dari ekonomi lemah ke ekonomi kuat, dari ekonomi subsisten ke ekonomi pasar, dari ketergantungan ke kemandirian. Langkah-langkah proses perubahan struktur, meliputi 1) pengalokasian sumber pemberdayaan sumber daya; 2) penguatan kelembagaan; 3) penguasaan teknologi; dan 4) pemberdayaan sumber daya manusia.
- d. Pemberdayaan ekonomi rakyat, tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas, memberikan kesempatan berusaha yang sam, dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi harus dijamin adanya kerjasama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang.

Dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat, pola pemberdayaan yang tepat sasaran sangat diperlukan. Bentuk yang tepat sasaran dalam pemberdayaan adalah dengan memberikan kesempatan kepada kelompok miskin untuk merencanakan dan melaksanakan program pembangunan yang telah mereka tentukan. Beberapa bentuk praktik pemberdayaan masyarakat yaitu:

- a. Bantuan modal

Salah satu aspek permasalahan yang dihadapi masyarakat tuna daya adalah permodalan. Usaha pemberdayaan masyarakat di bidang

ekonomi melalui aspek permodalan ini adalah; 1) pemberian bantuan modal ini tidak menimbulkan ketergantungan masyarakat; 2) pemecahan aspek modal ini dilakukan melalui penciptaan sistem yang kondusif baru usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah untuk mendapatkan akses di lembaga keuangan.

b. Bantuan pembangunan prasarana

Usaha mendorong produktivitas dan tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat, kalau hasil produksinya tidak dapat dipasarkan, atau dapat dijual hanya dengan harga yang sangat rendah. Oleh sebab itu, komponen penting dalam usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana pemasaran dan atau transportasi dari lokasi produksi ke pasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan petani dan pengusaha mikro, pengusaha kecil, dan pengusaha menengah. Artinya, dari sisi pemberdayaan ekonomi, maka proyek pembangunan prasarana pendukung desa tertinggal, memang strategis.

c. Bantuan pendampingan

Pendampingan masyarakat tuna daya memang diperlukan dan penting. Tugas utama pendampingan ini adalah memfasilitasi proses belajar atau refleksi dan menjadi mediator untuk penguatan kemitraan baik antara usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah dengan usaha besar.

d. Penguatan kelembagaan

Pemberdayaan ekonomi pada masyarakat lemah, pada mulanya dilakukan melalui pendekatan individual. Pendekatan individual ini tidak memberikan hal yang memuaskan. Oleh sebab itu pendekatan yang dilakukan sebaiknya dengan pendekatan kelompok. Alasannya adalah, akumulasi kapital akan sulit dicapai di kalangan orang miskin,

oleh sebab itu akumulasi kapital harus dilakukan bersama-sama dalam wada kelompok atau usaha bersama.

e. Penguatan kemitraan usaha

Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, di mana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan (Melisa Setiani, 2020).

3. Peningkatan Ekonomi Masyarakat

a. Pengertian Ekonomi Masyarakat

Menurut KBBI, peningkatan adalah proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya) (Departemen Pendidikan Nasional, 2013). Jadi peningkatan merupakan suatu cara yang dilakukan untuk memperoleh keahlian yang lebih baik. Sedangkan perekonomian berasal dari kata *oikos* dan *nomos*. *Oikos* adalah rumah tangga dan *nomos* berarti mengatur. Dari kata dasar ekonomi tersebut, perekonomian dapat diartikan sebagai tindakan, aturan atau cara tentang mengelola ekonomi rumah tangga dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup (Moeliono, 1988). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan ekonomi masyarakat adalah cara atau usaha yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengatur perekonomian rumah tangga untuk menjadi lebih baik dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan ekonomi masyarakat

1) Sumber daya alam (SDA)

Sumber daya alam atau sesuatu yang berasal dari alam mencakup kesuburan tanah, letak dan susunannya, kekayaan alam, mineral, iklim, sumber air hingga ke sumber lautan. Bagi pertumbuhan ekonomi ketersediaan sumber daya alam yang melimpah sangat baik dalam menunjang pembangunan.

2) Sumber daya manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai asset sehingga kemampuannya harus dilatih dan dikembangkan (Susan, 2019). Sumber daya manusia berperan sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi. Sumber daya manusia berperan sebagai elemen utama organisasi dibandingkan elemen lainnya seperti teknologi maupun modal (Susan, 2019).

3) Akumulasi modal

Akumulasi modal adalah kegiatan yang bertujuan untuk mencapai pendapatan atau produksi yang lebih besar dimasa depan dengan menyimpan sebagian pendapatan dan kemudian menginvestasikannya kembali yang kemudian berpengaruh kepada tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dalam jangka menengah atau pendek (Gamedia Blog, 2021).

4) Tenaga manajerial dan organisasi produksi

Organisasi produksi merupakan salah satu bagian penting dalam proses pertumbuhan ekonomi yang kemudian berkaitan erat dengan penggunaan faktor produksi dalam berbagai kegiatan perekonomian (Gamedia Blog, 2021).

5) Teknologi

Perubahan dan kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap perubahan dalam metode produksi. Perkembangan teknologi berfungsi dalam memberikan kontribusi pada pertumbuhan serta mendorong pembangunan ekonomi (Gamedia Blog, 2021).

F. Kajian Pustaka

Melakukan kajian pustaka adalah kegiatan yang bertujuan untuk menghimpun data dan informasi ilmiah dapat berupa teknis, teori atau pendekatan tertentu yang telah tercatat dalam berbagai sumber seperti jurnal, buku, catatan, naskah rekaman historis, dan dokumen lainnya di perpustakaan dengan tujuan menghindari permasalahan seperti pengulangan, penjiplakan, dan tindakan plagiat, dan suplagiat (Khotimah, 2020). Adapun jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian ini baik dari segi subjek, objek, maupun teori antara lain:

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Nurul Imamah, Haryono, dan Fania D. Saharani berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor “Nya’Oemi” dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat” mendapatkan hasil bahwa strategi pengembangan yang digunakan oleh usaha olahan kelor “Nya’Oemi” dalam peningkatan pendapatan masyarakat yang tepat adalah strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Nurul Imamah, 2023).

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Moh. Idil Ghufroon, Moch. Rahmadtullah berjudul “Peran Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran” mendapatkan hasil ekonomi kreatif menjadi salah satu solusi untuk mengatasi

jumlah pengangguran, memperbanyak lapangan pekerjaan, sekaligus menambah pertumbuhan ekonomi (Moh. Idil Ghufron, 2019).

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Ulfi Jefri dan Ibrohim berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten” mendapatkan hasil UMKM kreatif belum memberikan predikat khusus bagi Kecamatan Pulo Ampel karena kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusianya serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya (Ulfi Jefri, 2021).

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Shyla Shinta Nur Haliza dan Mochamad Chobir Sirad berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Geti UD Primadona Tulungagung)” mendapatkan hasil bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD Primadona Tulungagung adalah dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (Shyla Shinta, 2023).

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Tadjuddin dan Nur Mayasari berjudul “Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo” mendapatkan hasil bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo yang dilakukan para pelaku UMKM yakni perlunya sinergi antara pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan. Pandangan Islam terhadap ekonomi kreatif yakni usaha yang dilandasi dengan kreativitas dan inovasi dengan memperbaiki sumber daya alam yang ada dengan jalan perdagangan. Al-Qur’an dengan jelas disebutkan bahwa perdagangan atau perniagaan dalam Al-Qur’an telah disebutkan merupakan jalan yang diperintahkan oleh Allah SWT (Tadjuddin, 2019).

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Nurul Imamah, Haryono, dan Fania D. Saharani (2023) <i>“Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor “Nya’Oemi” dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat”</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Metode pengumpulan data melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan meliputi reduksi data (<i>data reduction</i>), penyajian data (<i>data display</i>), dan penarikan kesimpulan (<i>conclusiom verification</i>)	Strategi pengembangan yang digunakan oleh usaha olahan kelor “Nya’Oemi” dalam peningkatan pendapatan masyarakat yang tepat adalah strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan	1. Lokasi penelitian yang berbeda 2. Subjek penelitian yang berbeda

<p>Moh. Idil Ghufron, Moch. Rahmادتullah (2019) “Peran Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran”</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kepustakaan (<i>library research</i>). Sumber data yang diperoleh dari literatur yang ada dalam kepustakaan. Untuk menetapkan keabsahan data menggunakan teknik derajat kepercayaan (<i>cridebility</i>), keteralihan (<i>transferability</i>), kebergantungan (<i>dependability</i>), dan kepastian (<i>kredibilitas</i>). Analisis data yang digunakan adalah <i>content analisis</i> yang menganalisis pendapat seseorang kemudian ditambah pendapat</p>	<p>Ekonomi kreatif menjadi salah satu solusi untuk mengatasi jumlah pengangguran, memperbanyak lapangan pekerjaan, sekaligus menambah pertumbuhan ekonomi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang berbeda 2. Subjek yang berbeda 3. Metode penelitian yang berbeda 4. Analisis data yang berbeda
---	---	---	--

	lain lalu diambil kesimpulan.		
Ulfi Jefri dan Ibrohim (2021) <i>“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten”</i>	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.	UMKM kreatif belum memberikan predikat khusus bagi Kecamatan Pulo Ampel karena kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusianya serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya.	1. Lokasi penelitian yang berbeda 2. Subjek penelitian yang berbeda
Shyla Shinta Nur Haliza dan Mochamad Chobir Sirad (2023) <i>“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.	Mengembangkan <i>marketing mix</i> atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu <i>product, price, place, dan promotion</i>	1. Lokasi penelitian yang berbeda 2. Subjek dan yang berbeda

<p><i>Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Geti UD Primadona Tulungagung)”</i></p>			
<p>Tadjuddin dan Nur Mayasari (2019) “<i>Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo</i>”</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan melalui wawancara dengan pelaku UMKM kreatif Kota Palopo. Dan data sekunder diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan dengan UMKM serta dari instansi terkait. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini</p>	<p>Perlunya sinergi antara pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan.</p>	<p>Subjek penelitian yang berbeda Lokasi penelitian yang berbeda</p>

	adalah <i>purposive sampling</i> . Dimana sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM dan dinas terkait.		
--	---	--	--

G. Landasan Teologis

Agama Islam adalah agama *rahmatan lil alamin* dari Allah SWT, di dalamnya terdapat aturan-aturan yang mengatur kehidupan di dunia maupun di akhirat. Ekonomi dan perekonomian merupakan salah satu sendi kehidupan yang vital pada keseharian manusia. Prinsip-prinsip ini jelas terdapat dalam sumber-sumber utama, yaitu Al-Qur'an dan hadist, yang menjadi pedoman sentral dan pegangan hidup agar selalu berhati-hati dalam menjalani kehidupan. Dalam menjalankan kewajiban ini, Allah SWT memberikan manusia dua nikmat utama yaitu "*Manhaj Alhayat*" (sistem kehidupan) dan "*Wasilah Al-Hayat*" (sarana kehidupan). Hal ini telah dijelaskan oleh Firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl (16) ayat 97:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّاهُ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya: "Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami Berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami Beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan."

Ayat tersebut menjelaskan bahwa apabila Islam dijadikan sebagai sistem atau konsep yang konsisten dan diikuti dengan komitmen dalam setiap aktivitas kehidupan, maka akan menghasilkan suatu tatanan kehidupan yang baik dan termasuk dalam kategori *Hayatan Thayyibah* (kehidupan yang baik dan berkualitas) (Ahmad Suminto, 2021).

Dalam Islam, etika atau akhlak dalam aktivitas bisnis mencakup pemenuhan janji dan larangan membuat sumpah palsu. Dalam dunia bisnis, seringkali terjadi praktik sumpah palsu yang dilakukan alih-alih mendapatkan tingkat keuntungan yang besar dengan mengabaikan keberkahan yang sesungguhnya dalam jual beli yang bisa didapatkan dengan kejujuran. Pada dasarnya, sumpah palsu terkait produk sengaja dilakukan untuk menarik hati dan memikat konsumen sehingga terjadinya transaksi. Apabila penjualan ditempuh dengan cara seperti itu, maka keberkahan dalam jual beli akan lenyap (Ramdania, 2020).

1. Aspek produksi merupakan aspek yang sangat diperhatikan dalam hal strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Produksi dari sudut pandang konvensional dan syariah tentu ada perbedaan mendasar. Produksi dalam Islam adalah mengolah alam sehingga tercipta bentuk terbaik yang mampu memenuhi kemaslahatan manusia. Maka dari itu, sangat diharamkan memproduksi sesuatu yang merusak akidah, akhlak, nilai-nilai agama, hal-hal yang sia-sia, mendekati pada kebathilan dan menginginkan kekayaan demi keuntungan pribadi semata (Wahyuni, 2013).
 - a. Tujuan Produksi dalam Islam

Dalam Islam memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual ke pasar. Dua motivasi tersebut belumlah cukup, Islam pada prinsipnya menekankan kegiatan produksi yang tidak hanya berhenti pada fungsi ekonominya saja tetapi juga harus bisa sejalan dengan fungsi sosial, sehingga untuk mencapai fungsi sosial kegiatan produksi harus mencapai surplus (Mustafa Edwin Naution, 2010).

Secara lebih spesifik, tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk diantaranya adalah:

- 1) Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat.

- 2) Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya.
- 3) Menyiapkan persediaan barang dan jasa di masa depan.
- 4) Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah (Nur, 2020).

2. Prinsip-Prinsip Produksi dalam Islam

Secara lebih rinci, para ahli ekonomi Islam menyebutkan aksioma-aksioma dalam kegiatan produksi yang digali dari Al-Qur'an dan sunnah, adapun prinsip-prinsip produksi dalam Islam meliputi:

a. *Unity* (Keesaan Tuhan/Tauhid)

Hal ini meliputi integritas vertical dan interaksi system sosial yang bermuara kepada keesaan Tuhan. Semua dikembalikan kepada Tuhan dan tanggungjawab manusia itu hany sebagai pengabdikan dan pengembalian amanat Tuhan, yaitu memakmurkan bumi. Oleh karena itu, produksi harus dipahami secara menyeluruh mulai dari proses awal pengadaan bahan baku (*input*) sampai kepada produk jadi (*output*) (Ishak, 2015).

b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Jika seorang pengusaha memiliki hak untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan produksinya, demikian juga semua pihak yang terlibat dan terkena dampaknya juga memiliki kepentingan (berhak) untuk tidak dirugikan dan dirampas haknya. Etika bisnis tidak boleh menggunakan cara-cara yang kotor dan curang. Karena akan mencelakakan diri pebisnis sendiri, baik itu di dunia maupun di akhirat kelak (Ishak, 2015).

c. *Free Will* atau Bebas Berkehendak (Ikhtiar)

Para ulama mensyaratkan bahwa dalam transaksi harus dilakukan dengan suka sama suka (*at-taradi*). Hal tersebut

dimaksudkan agar setiap orang harus melakukan perilaku ekonominya secara merdeka tanpa ada pemaksaan, baik secara fisik maupun secara psikologis atau politis, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan (Ishak, 2015).

d. *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Pertanggungjawaban yang dimaksud dalam aspek yang menyeluruh seperti pertanggungjawaban terhadap lingkungan sosial, politik, ekonomi, budaya, fisik, pemerintah, *stake holder*, manusia dan lain-lain.

e. *Welfare* (Kesejahteraan)

Pada asas kesejahteraan ekonomi, keunikan mengenai kesejahteraan ekonomi terletak pada kenyataan bahwa hal tersebut tidak dapat mengabaikan pertimbangan kesejahteraan lebih luas yang menyangkut persoalan-persoalan mengenai moral, pendidikan, agama, dan lain-lain (Kadir, 2014). Kesejahteraan pada dasarnya berguna untuk mendatangkan kemaslahatan orang banyak. Karena dunia seisinya ini adalah ciptaan dan milik Allah yang kemudian diserahkan kepada manusia, maka semuanya juga harus disandarkan kepada kehendak-Nya atau perintah-Nya yang dituangkan dalam tujuan penciptaan manusia dan jin, yakni “menebarkan kasih sayang untuk segenap alam”.

3. Strategi

Strategi merupakan suatu aspek yang penting untuk diterapkan dalam penjualan atau berbisnis. Rasulullah SAW sendiri dalam perjalanan dakwahnya mengimplementasikan strategi bisnis dengan prinsip yang universal serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Hal ini merupakan suatu keniscayaan bagi para pebisnis muslim untuk menerapkan prinsip-prinsip yang telah dicontohkan oleh Rasulullah

SAW (Tanjung, 2003). Hal ini dijelaskan oleh Firman Allah SWT dalam QS. Ar-Ra'd (13) ayat 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ يُّمِينٍ يُدَبِّئُهُنَّ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

وَإِذَا رَأَىٰ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءَآفَآلًا مَّرَدَّآهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ ءَآلٍ

Artinya: “Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Sesungguhnya Allah tidak akan Mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (Al-Hikmah, 2014).

Ayat ini menunjukkan pentingnya usaha dan kerja keras dalam mencapai kemajuan ekonomi. Allah memberikan kelebihan dan potensi pada setiap individu untuk meraih keberhasilan, namun Dia juga menuntut usaha sungguh-sungguh dari umat-Nya. Konsep ini mendorong manusia untuk berusaha semaksimal mungkin, mengembangkan potensi diri, dan memanfaatkan peluang ekonomi dengan bijaksana.

4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Dalam ekonomi Islam, UMKM ialah segala sesuatu kegiatan yang mendatangkan manfaat bagi orang lain misalnya membuka lapangan pekerjaan baru yang berprinsip jujur dan tidak mendzolimi pebisnis lainnya, adanya UMKM tersebut dapat membantu masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan. Menurut Islam, kesejahteraan dapat tercapai dengan memenuhi, konsumsi, rasa aman dan tauhid. Pada zaman Rasulullah SAW kegiatan berdagang sudah dilakukan, dan bisnis merupakan kegiatan yang dihalalkan oleh Allah SWT. Hal ini dijelaskan oleh Firman Allah SWT dalam QS. At-Taubah (14) ayat 105:

وَقُلِ اعْمَلُوا أَفْسِرَى اللَّهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan katakanlah, “bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang Mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.” (Al-Hikmah, 2014).

Ayat ini membuktikan bahwa Islam mengajarkan kepada manusia untuk peduli terhadap urusan dunia, tidak hanya menyangkut urusan akhirat. Kerja adalah kegiatan yang bertujuan untuk mencari nafkah. Hal ini dalam Islam juga digolongkan sebagai sebuah ibadah. Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk beramal baik dan bekerja. Sebaliknya, Allah SWT melarang sikap malas dan membuang-buang waktu. Allah SWT memotivasi hamba-Nya untuk bersungguh-sungguh dalam seluruh proses beramal dan bekerja, karena itulah yang dilihat dan dinilai oleh-Nya.

5. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang mengandalkan kreativitas manusia untuk menciptakan produk serta layanan yang bukan hanya unik tetapi bersifat fungsional. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreativitas yang mengandalkan ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi (Syamsu Rijal, 2023). Sebagaimana Allah SWT telah berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 219:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ ۚ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا ۚ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ ۖ قُلِ الْعَفْوَ ۚ كَذٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ۙ

Artinya: “Mereka menanyakan kepadamu (Muhammad) tentang khamar dan judi. Katakanlah, “Pada keduanya terdapat dosa

besar dan beberapa manfaat bagi manusia. Tetapi dosanya lebih besar daripada manfaatnya.” Dan mereka menanyakan kepadamu (tentang) apa yang (harus) mereka infakkan. Katakanlah, “kelebihan (dari apa yang diperlukan). “Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu berfikir” (Al-Hikmah, 2014).

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa sebenarnya Islam pun dalam hal kekreativitasan memberikan kelapangan pada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya (qalbu) dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup di dalamnya.

Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran (3) ayat 159:

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal” (Al-Hikmah, 2014).

Ayat ini menekankan pentingnya kewirausahaan dalam mengambil keputusan dan mengelola usaha. Kewirausahaan dalam Islam berlandaskan pada takwa kepada Allah, di mana setiap langkah yang diambil harus selaras dengan nilai-nilai keagamaan. Inovasi dalam bisnis juga didorong, namun dengan mempertimbangkan aspek moralitas dan etika yang dianjurkan dalam agama.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian yang mengambil data primer dari lapangan atau lokasi penelitian tertentu. Data yang disuguhkan berupa uraian atau kalimat. Jadi dalam hal ini, penelitian yang penulis lakukan berdasarkan pada data-data lapangan dan literature yang berkaitan pada pokok persoalan yang dibahas. Jenis penelitian yang dilakukan yaitu dengan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) dan tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 2018).

Penelitian ini mengambil lokasi di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Ecoprint Sekar Langit Bajong. Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ecoprint Sekar Langit Bajong dalam memberdayakan perekonomian masyarakat melalui basis ekonomi kreatif perekonomian masyarakat di Desa Bajong, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Ecoprint Sekar Langit Bajong tepatnya berada di Desa Bajong RT 02 RW 03, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53382. Lokasi ini dipilih karena terdapat alasan tertentu yaitu penulis mengamati dan menemukan pada saat wawancara awal, bahwasanya pelaku UMKM Ecoprint masih sedikit dan sistem pemasarannya masih belum optimal serta pihak desa juga sudah membantu memasarkan kerajinan Ecoprint tersebut tetapi belum mampu

meningkatkan perekonomian para pelaku UMKM, ditambah lagi adanya persaingan dari luar kota yang menyebabkan harga produk menjadi turun. Dan ecoprint Sekar Langit ini memiliki sebuah program untuk mengatasi permasalahan tersebut.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian pada hari Selasa, 26 September 2023 s/d Senin, 9 Oktober 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan informan atau narasumber yang dianggap paling tahu terkait data penelitian yang dibutuhkan (Siyoto, 2015). Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah:

1. Pemilik Ecoprint Sekar Langit Bajong
2. Karyawan Ecoprint Sekar Langit Bajong
3. Peserta pelatihan ecoprint

Selanjutnya menurut Arikunto (2010), objek penelitian adalah variabel penelitian atau apa yang menjadi suatu titik perhatian dalam penelitian. Objek penelitian merupakan suatu atribut dan sifat atau nilai orang, faktor, perlakuan terhadap objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Siyoto, 2015). Dalam hal ini penulis mengangkat objek penelitian mengenai strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat.

Agar proses perolehan data lebih mudah, peneliti menggunakan penetapan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dengan memilih orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin sebagai penguasa sehingga akan memudahkan

peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang awalnya sedikit, lama kelamaan menjadi besar dikarenakan jumlah data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang memuaskan, sehingga mencari informan lain sebagai sumber data yang memuaskan, sehingga mencari informan lain sebagai sumber data tambahan seperti fenomena bola salju yang menggelinding (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 2018).

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yang digunakan oleh penulis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data secara langsung tanpa melalui perantara, seperti peristiwa atau kegiatan yang diamati secara langsung, keterangan informan tentang dirinya, sikap dan pandangannya yang diperoleh melalui proses wawancara, dan budaya kelompok masyarakat tertentu yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung (Wijaya, 2021). Data primer pada penelitian ini diperoleh dari wawancara pemilik dan karyawan Ecoprint Sekar Langit Bajong. Data primer ini juga diperoleh dari gambaran umum perusahaan, proses produksi ecoprint, corak/motif ecoprint, strategi pengembangan usaha Ecoprint Sekar Langit Bajong, dan data pemilik usaha, dan karyawan Ecoprint Sekar Langit Bajong.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Beberapa contoh data sekunder antara lain peristiwa atau kejadian yang diperoleh melalui media massa seperti koran, majalah, dan lain sebagainya, dan keterangan yang diperoleh dari orang lain mengenai

suatu peristiwa (Wijaya, 2021). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, buku-buku, skripsi terdahulu, dan karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian serta *website* pemerintah RI (KemenKopUMKM) dan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Purbalingga untuk merujuk peta persebaran UMKM di Indonesia dan jumlah persentase UMKM di Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti meliputi:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik yang dilakukan melalui pengamatan dari peneliti terhadap objek yang diteliti. Observasi tidak hanya terbatas pada orang tetapi juga objek-objek lain terkait penelitian. Observasi berkenaan dengan proses kerja, gejala-gejala alam, dan perilaku manusia. Observasi dari segi teknik pengumpulan data dibedakan menjadi dua yaitu *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*. Segi instrumentasi dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 2018). Observasi yang dilakukan mengenai kejadian-kejadian yang terjadi terkait dengan gambaran umum perusahaan dan strategi pengembangan UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Metode observasinya menggunakan observasi *non participatoris*.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dalam pelaksanaannya dilakukan secara tatap muka atau langsung berhadapan dengan subjek penelitian (responden). Wawancara adalah percakapan dalam bentuk dialog untuk menggali sasaran informasi mengenai orang,

kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain sebagainya yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2012). Wawancara yang dilakukan penulis tertuju pada pemilik UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong yang bernama Ibu Siti Sri Hidayati selaku Ketua dua karyawan pembatik ecoprint bernama Ibu Ayu Nur Fatimah dan Ibu Sartini. Dan dua peserta pelatihan ecoprint Ibu Nur Rohimah dan Ibu Ismawati.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan untuk mencari data terkait variabel yang berupa transkrip, catatan, surat kabar, buku, prasasti, majalah, agenda, notulen rapat, lengger, dan sebagainya (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 2018). Dalam hal ini penulis mendokumentasikan data-data berupa proses produksi ecoprint Sekar Langit, produk-produk ecoprint Sekar Langit dan catatan lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data menggunakan *triangulasi*, yaitu menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data untuk menguji kredibilitas data. Menurut Susai Stainback (1998), *triangulasi* bukan untuk mencari kebenaran (fakta) akan tetapi lebih mengarah pada tingkat pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan di sekitar (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 2018: 241). Diharapkan dengan menggunakan uji keabsahan *triangulasi* ini, peneliti memperoleh keyakinan terhadap kekuatan data terkait strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini model yang dikembangkan Milles dan Huberman yang meliputi:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah awal dalam analisis data. Data yang didapat saat penelitian sangat banyak, rumit, dan kompleks sehingga perlu dicatat secara rinci dan teliti. Reduksi data meliputi meringkas, mencatat poin-poin penting dan pokok, mencari tema dan polanya, serta mengabaikan informasi yang tidak terlalu penting. Dengan hal tersebut, lebih memudahkan peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data, peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, jika peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing tidak dikenal, dan belum memiliki pola, maka itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi (Ferdiansyah, 2015).

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Data display merupakan proses penyajian data setelah reduksi data yang dilakukan dalam bentuk ikhtisar, pola, hubungan antar kategori, bagan dan lain sebagainya yang akan mudah dipahami oleh pembaca karena data yang tersusun sistematis (Wijaya, 2021). Bila pola-pola yang ditemukan telah didukung oleh data selama penelitian, maka pola tersebut selanjutnya disajikan pada laporan akhir penelitian (Ferdiansyah, 2015).

3. *Conclusion Drawing* atau *Verivication*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan penemuan berupa deskripsi atau gambaran dari objek yang sebelumnya masih belum jelas atau ambigu kemudian dilakukan penelitian sehingga menjadi jelas dan aktual serta dapat dipertanggungjawabkan. Didukung oleh bukti-bukti yang

konsisten dan valid saat pengumpulan data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila data kesimpulan data yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh kembali bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Profil Perusahaan

Ecoprint Sekar Langit Bajong adalah sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah muncul di tengah badai pandemi Covid-19 pada tahun 2019. Didirikan oleh Ibu Siti Sri Hidayati, UMKM ini memiliki fokus yang kuat upaya meningkatkan ekonomi ibu rumah tangga. Pada saat pandemi melanda, ketidakpastian dan tantangan ekonomi meluas. Namun, Ecoprint Sekar Langit Bajong memilih untuk melihat situasi ini sebagai peluang untuk berinovasi dan berkontribusi positif. Kelompok ibu rumah tangga Desa Bajong memutuskan untuk membentuk bisnis yang tidak hanya bertahan di tengah krisis, tetapi juga memberikan dampak positif pada lingkungan karena dalam proses pembuatan batik *ecoprint* ini sangat ramah lingkungan.

Dalam beberapa tahun sejak pendiriannya, Ecoprint Sekar Langit Bajong telah mendapatkan pengakuan dari pihak desa dan Kementerian Ketenagakerjaan atas komitmennya terhadap inovasi produk yang dihasilkan. Ecoprint Sekar Langit Bajong telah menginspirasi konsumen dan pesaing dalam industri untuk mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan. Sebagai UMKM yang terus tumbuh, Ecoprint Sekar Langit Bajong memiliki visi untuk terus memperluas dampak positifnya dan menjadi percontohan bagi industri rumah tangga yang ramah lingkungan.

Awal didirikannya Ecoprint Sekar Langit Bajong ini, Ibu Siti Sri Hidayati memiliki sepuluh orang tenaga kerja yang didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga di sekitar Desa Bajong. Namun saat ini, karyawan Ecoprint Sekar Langit Bajong berjumlah empat orang yang bekerja

dalam proses pembuatan produknya. Lokasi Ecoprint Sekar Langit Bajong berada di Desa Bajong Rt 02 Rw 03, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah, 53382. Galeri Ecoprint Sekar Langit Bajong buka setiap hari mulai pukul 08.00 – 17.00 WIB. Produk barang yang dihasilkan antara lain; hijab, mukenah, sajadah, pakaian gamis, kemeja, dan ada juga produk yang dipasarkan dalam bentuk bahan saja. Untuk pemasaran produk barang Ecoprint Sekar Langit Bajong lewat media sosial seperti *Whatsapp* dan *Instagram*. Tidak hanya lewat media sosial, Ecoprint Sekar Langit Bajong memasarkan produknya dengan memanfaatkan *event-event* besar seperti *Roadshow Pemulihan Ekonomi* yang diselenggarakan oleh Bupati Purbalingga, Harlah 1 abad NU di Tegal, acara-acara besar Fatayat maupun Muslimat NU di Purbalingga, dan *event* lainnya.

2. Logo Perusahaan

Gambar 4.1 Logo Perusahaan



Sumber : Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

3. Struktur Organisasi Ecoprint Sekar Langit Bajong

No.	Nama	Jabatan
1.	Siti Sri Hidayati	Ketua
2.	Ayu Nur Fatimah	Staff Marketing Online

3.	Sartini	Pembatik
4.	Susmiati	Pembatik

Tabel 4.1 Struktur Organisasi Ecoprint Sekar Langit Bajong

Sumber: Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

4. Ciri Khas Motif Ecoprint Sekar Langit Bajong

Pada umumnya sebagian besar ecoprint memiliki keunikan yang berbeda satu sama lain. Karena pembuatan motif atau corak tersebut *handmade* jadi hasilnya tidak bisa sama persis dengan yang telah dibuat sebelumnya. Inilah yang membuat ecoprint memiliki ciri khasnya sendiri.

Gambar 4.2 Contoh Motif atau Corak Ecoprint Sekar Langit Bajong



Sumber: Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

5. Produk Perusahaan

Ecoprint Sekar Langit Bajong menjual produk berdasarkan jenis bahan yang digunakan antara lain:

- a. Harga batik ecoprint kain sutera ukuran 200 cm x 115 cm dibandrol dengan kisaran harga Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.200.000,00 tergantung proses pembuatan, dan pewarnaan.

Gambar 4.3 Contoh *Ecoprint* Menggunakan Kain Sutera



Sumber: Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

- b. Ecoprint kain primisima ukuran 200 cm x 115 cm dibandrol dengan kisaran harga Rp. 200.000,00 – Rp. 300.000,00 tergantung proses pembuatan dan pewarnaan.

Gambar 4.4 Contoh Ecoprint Menggunakan Kain Primisima



Sumber: Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

- c. Ecoprint kain katun ATBM (alat tenun bukan mesin) tebal untuk sajadah ukuran 100 cm x 50 cm dibandrol dengan kisaran harga Rp.

250.000,00 – Rp. 300.000,00 tergantung ukuran, proses pembuatan dan pewarnaan.

Gambar 4.5 Contoh Ecoprint Menggunakan Kain Katun ATBM



Sumber: Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

- d. Ecoprint bahan rayon ukuran 200 cm x 150 cm dibandrol dengan kisaran harga Rp. 400.000,00 tergantung proses pembuatan dan pewarnaan.

Gambar 4.6 Contoh Ecoprint Menggunakan Kain Rayon



Sumber: Wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati

6. Proses Produksi Ecoprint Sekar Langit

Berikut ini langkah-langkah pembuatan ecoprint menggunakan teknik mordant (Hidayati, 2023):

- a. Siapkan alat dan bahan ecoprint kain yang berserat alami atau semi sintetis, dedaunan dan bunga yang diinginkan, plastik (*trash bag*) besar atau plastik rol dengan lebar 60 cm , tali rafia, deterjen, larutan mordan tawas/cuka/minyak zaitun.
- b. Rendam kain dalam larutan deterjen selama 12 jam untuk menghilangkan kotoran atau lilin yang masih menempel pada kain.
- c. Jemur dengan diangin-anginkan sampai kering.
- d. Bentangkan plastik (*trash bag*) berukuran besar atau plastik rol dengan lebar 60 cm.
- e. Bentangkan kain putih polos (sesuaikan dengan keinginan, misal; kain sutera, primis, rayon, dan lain-lain) di atas meja atau bisa di lantai yang bersih.
- f. Pastikan kain tersebut setengah basah dengan cara disemprot dengan air.
- g. Susun daun-daunan dan bunga yang diinginkan.
- h. Letakkan plastik (*trash bag*) berukuran besar atau plastik rol dengan lebar 60 cm di atas kain yang sudah ditemeli daun-daun dan bunga.
- i. Gulung kain tersebut sekencang mungkin.
- j. Ikat gulungan kain tersebut menggunakan tali rafia sekencang mungkin.
- k. Rebus 10 liter air dan tambahkan pewarna alami yang diinginkan, seperti kayu secang, , dan lain-lain.
- l. Jika sudah mendidih pisahkan 5 liter air yang sudah tercampur warna yang diinginkan.

- m. Siapkan larutan untuk mordan. Masukkan 20 gram soda abu dalam 3 liter air bersih lalu aduk sampai benar-benar larut. Setelah itu tambahkan 90 gram tawas kemudian aduk sampai tercampur rata.
- n. Kain direndam dalam larutan mordan berupa larutan tawas/cuka/minyak zaitun/soda abu hingga terendam ke seluruh bagian selama 2 jam.
- o. Kain direndam dalam larutan zat pewarna alami yang sudah disiapkan untuk memberi warna pada kain selama 1 jam.
- p. Kain diperas agar warna dan motif daun yang akan dibuat terlihat jelas dan tidak luntur.
- q. Kukus kain selama 2 jam. Fungsi dari proses kukus ini agar daun atau bunga mengeluarkan warna dan merekat pada kain.
- r. Setelah dikukus, lepaskan ikatan-ikatan pada kain dan melepaskan daun atau bunga yang menempel pada kain.
- s. Kain diangin-anginkan selama 3 hari dan direndam menggunakan larutan lerak selama 15-30 menit berfungsi untuk menghilangkan larutan yang digunakan dalam mordanting.
- t. Lalu diangin-anginkan kembali.
- u. Kain sudah dapat digunakan.

B. Usaha Optimalisasi Produksi Ecoprint di UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong Berbasis Ekonomi Kreatif

Di era globalisasi ini, pembangunan ekonomi kreatif sangatlah penting dimana menggabungkan antara kreativitas yang mengandalkan sebuah pengetahuan dan sebuah ide *sustainable*. Pada dasarnya, sebuah industri kreatif sangat bergantung pada potensi yang dimiliki untuk mencari sesuatu dalam mencapai sebuah kemandirian karena adanya keterbatasan ekonomi. Dengan

kondisi perekonomian yang tidak stabil, kemapanan dan keamanan dalam bekerja merupakan sebuah tujuan utama. Potensi sumber daya alam merupakan sebuah peluang dalam menyediakan bahab-bahan yang dapat dikembangkan menjadi sebuah kreativias dan bisa dijadikan kegiatan industri, serta dapat menyokong pengembangan potensi ekonomi. Perekonomian Indonesia pada kenyataannya ditopang oleh perekonomian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini dapat dikatakan bahwa UMKM sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga serta memberikan lapangan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dengan meningkatnya kesadaran masyarkat dalam menjaga kelestarian alam, hal ini menjadikan sebuah *life style* yang ramah lingkungan dengan adanya fenomena tersebut menjadikan sebuah peluang yang bisa merambah ke berbagai sektor usaha khususnya pada batik. Dengan berkembangnya batik, banyak sekali ditemukan teknik-teknik baru dalam membatik, salah satunya yang sedang tren ialah batik *ecoprint*. Batik *ecoprint* adalah batik yang kontemporer. Sesuai dengan namanya, *ecoprint* terdiri dari kata *eco* yang berarti “ekosistem” dan *print* yang memiliki arti “mencetak”. Batik ini dibuat dengan mencetak menggunakan bahan-bahan dari alam baik dari segi pewarnaan hingga motif batik tersebut (Ardianto, 2021).

UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong, didirikan pada tahun 2019 oleh pemiliknya yaitu Ibu Siti Sri Hidayati (Yati). Awal mengenal ecoprint dikarenakan seringnya menghadiri pelatihan dan menjadi salah satu narasumber tentang ecoprint. Di samping itu, Ibu Yati merupakan penggerak Muslimat NU di Bajong dimana ecoprint di kalangan penggiat Muslimat NU merupakan produk yang tidak asing lagi. Dalam perjalanan usahanya, Ibu Yati belum memiliki mitra dan hanya melakukan produksi secara tidak reguler. Hal ini disebabkan keterampilan melakukan *ecoprint* yang masih agak terbatas. Keberadaan Ecoprint Sekar Langit Bajong yang merupakan UMKM baru ini bisa menjadi salah satu sentra ecoprint yang bisa memberdayakan perempuan yang tinggal di sekitar area UMKM. Seiring berjalannya waktu Ibu Yati juga

menanam pohon-pohon *ecoprintable* yang menjadi sumber daya utama untuk pembuatan kain ecoprint ini. Dedaunan untuk proses ecoprint meliputi (Daun Eucalyptus, Daun Jarak Wulung, Daun Afrika, Daun Lanang, Bunga Kenikir, Bunga Tabebuaya, Bunga Kenanga, dan lain-lain). Semua tanaman sumber *tannin* paling tinggi dalam teknik ecoprint tersebut telah tersedia di Ecoprint Sekar Langit Bajong (Hidayati, 2023).

Ecoprint Sekar Langit Bajong mengembangkan berbagai usaha berbasis ekonomi kreatif, seperti membuat dan menjual produk berbasis ecoprint seperti mukenah, gamis, hijab, sajadah, dan lain sebagainya yang tentunya berfokus pada bahan-bahan alami yang ramah lingkungan. Usaha yang dilakukan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong untuk mengoptimalkan produksinya dengan melakukan riset pasar untuk memahami permintaan konsumen, tren *fashion*, dan preferensi warna. Tidak hanya melakukan riset pasar, Ecoprint Sekar Langit Bajong juga melakukan diversifikasi produk sesuai permintaan konsumen. Ecoprint Sekar Langit Bajong juga selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya dengan memilih bahan-bahan yang berkualitas agar mencapai kepuasan konsumen. Pemasaran dan promosi Ecoprint Sekar Langit Bajong memanfaatkan pemasaran digital seperti sosial media *Whatsapp* dan *Instagram*, dan memanfaatkan acara-acara tertentu seperti rapat Muslimat NU, Festival UMKM, dan acara besar lainnya. Ecoprint Sekar Langit Bajong juga rutin melakukan evaluasi kinerja dan proses produksi untuk meningkatkan kualitas produk ecoprint sehingga nantinya Ecoprint Sekar Langit Bajong dikenal oleh masyarakat hingga berbagai daerah.

C. Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ecoprint Sekar Langit Bajong Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Boxall dan Purcell (2003) ketika membahas strategi bisnis berpendapat bahwa adalah mungkin untuk menemukan strategi dalam setiap bisnis karena strategi tertanam dalam pilihan penting pada jiwa manajer dan staf di perusahaan tentang apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya.

Strategi sumber daya manusia menekankan perlunya perencanaan sumber daya manusia dan penerapan strategi yang akan dirumuskan dalam konteks strategi organisasi. Strategi ini secara keseluruhan tanggap terhadap perubahan lingkungan eksternal organisasi sehingga membutuhkan interpretasi dan adaptasi oleh praktisi untuk memastikan kesesuaian antara strategi sumber daya manusia dan rencana bisnis organisasi (Tampubolon, 2016). Menurut Karyoto bahwa strategi pengembangan usaha adalah untuk meningkatkan kegiatan usaha atau untuk meningkatkan jumlah usaha, seperti strategi produk, strategi penjualan, strategi pasar, dan strategi distribusi (Karyoto, 2021). Karakteristik yang khas dari produk yang “andal” harus memiliki banyak dimensi karena harus memberikan manfaat dan kepuasan bagi konsumen melalui berbagai metode. Oleh karena itu, alangkah baiknya setiap produk memiliki ukuran yang mudah diukur seperti isi, berat, diameter, dan luas agar mudah ditemukan oleh konsumen sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu juga perlu adanya ukuran yang bersifat kualitatif, seperti warna yang populer dan bentuk yang berbeda dengan yang lain. Dengan demikian, ada standar yang diterapkan dalam produk, meskipun tingkat spesifikasinya dapat bervariasi secara signifikan antara satu produk dengan produk lainnya (Prawirosentono, 2001). Ecoprint Sekar Langit Bajong selalu mengutamakan kualitas pada setiap produknya. Terdapat rencana jangka panjang yang terus diperhatikan dan dilakukan bertahap secara konsisten. Strategi yang dilakukan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong yaitu melalui:

1. Pelatihan Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dipisahkan dari sebuah organisasi, baik berupa institusi maupun perusahaan industri. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir dan fisik yang dimiliki oleh individu. Proses pembentukan Sumber Daya Manusia (SDM) ini dibutuhkan proses manajemen yang baik dari institusi maupun perusahaan industri terkait. Diantara program yang dapat dilakukan dalam menyiapkan Sumber Daya

Manusia (SDM) yang terampil dan profesional adalah melalui program pendidikan dan pelatihan (Wafa Abdullah Faqih A, 2019).

Dari data Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia pengembangan kewirausahaan menjadi suatu keniscayaan mengingat saat ini tingkat kewirausahaan Indonesia baru mencapai 3,47% lebih rendah dari negara-negara tetangga, seperti Singapura dengan tingkat kewirausahaan 8,5%, Thailand dan Malaysia 4,5%. Padahal untuk menjadi negara maju setidaknya dibutuhkan minimal 4% dari proporsi jumlah penduduk (Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2023).

Kewirausahaan merupakan kekuatan penting dalam perekonomian pada suatu negara. Keadaan ekonomi nasional pada satu negara akan berhasil jika ditunjang oleh pengusaha yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah juga tidak akan mampu untuk menyediakan lapangan pekerjaan yang banyak untuk seluruh masyarakat Indonesia karena akan membutuhkan waktu yang sangat lama bahkan sulit untuk bisa memenuhi seluruh masyarakat Indonesia jika tidak didukung dengan mengembangkan sektor kewirausahaan masyarakat sekaligus dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia (Dian Ayu L, 2023).

Salah satu bentuk upaya mengembangkan perekonomian masyarakat dengan membangun sikap berwirausaha adalah seperti yang dilakukan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong. Ecoprint Sekar Langit Bajong merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang cukup aktif dalam memberdayakan kaum ibu-ibu melalui pelatihan seni ecoprint. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati selaku pendiri Ecoprint Sekar Langit Bajong, Ecoprint Sekar Langit Bajong didirikan tahun 2019 dan yang melatarbelakangi terbentuknya Ecoprint Sekar Langit Bajong ini adalah keresahan yang dialami sekumpulan teman-teman yang merupakan ibu rumah tangga yang berkeinginan untuk dapat melakukan kegiatan yang produktif yaitu bagaimana caranya menciptakan waktu luang menjadi uang dalam situasi Covid-19.

UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong berupaya untuk memberdayakan ekonomi masyarakat melalui ekonomi kreatif. Strategi yang dilakukan oleh UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong ini adalah melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat dengan program pelatihan berupa kegiatan pembuatan ecoprint yang bertujuan untuk memberikan wawasan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya usaha dengan memanfaatkan potensi alam yang memiliki nilai jual dalam meningkatkan pendapatan di Desa Bajong, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga. Tidak hanya itu, program ini selain untuk pelatihan keterampilan juga untuk melakukan pemberdayaan perekonomian masyarakat agar mampu membangkitkan dan atau menjadikan keterampilan tersebut menjadi sebuah peluang usaha. Yang menjadi tolak ukur di sini adalah sumber daya manusianya yang semakin meningkat dan semangat untuk berwirausaha juga semakin meningkat. Target UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong yang diharapkan mampu menjadi pilar untuk membangun sikap berwirausaha bagi masyarakat dan menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan kualitas diri dan membuka peluang usaha sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Strategi ini didapatkan dari wawancara dengan pemilik Ecoprint Sekar Langit Bajong, Ibu Siti Sri Hidayati:

“Saya mengadakan pelatihan ecoprint ini kalau ada yang minta saja mba, jadi dalam setahun tidak tentu berapa kali diadakan pelatihan. Yang paling sering minta diadakan pelatihan dari ibu-ibu fatayat atau muslimat cabang. Pelatihannya paling lama tiga hari. Hari pertama saya isi dengan materi pengenalan ecoprint saja. Hari kedua mulai praktik pembuatannya. Kalau hari kedua itu belum selesai sampai akhir ya dilanjut hari berikutnya. Alhamdulillah peserta pelatihan lumayan banyak mba, bisa sampai 20 orang bahkan lebih. 3 dari 20 orang juga sudah ada yang bisa membuat produk sendiri. Pelatihan ini ada biayanya. Biaya tersebut nantinya untuk fasilitas yang diberikan selama pelatihan, seperti alat dan bahan untuk proses pembuatan ecoprint, konsumsi peserta, dan materi, biasanya saya Cuma pakai *print out* materi saja. Biaya pelatihan ada yang Rp. 100.000,00 hingga Rp. 350.000,00 per orang. Target pelatihan ya ibu-ibu sekitar sini saja (Desa Bajong), saya juga sering diberi kesempatan untuk menjadi narasumber di pelatihan ecoprint untuk ibu-ibu fatayat, muslimat, dan siswa SMK. Tahun 2023 ini sudah dua kali pelatihan

yang sudah dilakukan mba, bulan Maret dan bulan September di sini (Ecoprint Sekar Langit Bajong).”

Tabel 4.2 Target, Strategi, dan Sasaran Ecoprint Sekar Langit 2023

Waktu	Target	Strategi	Sasaran
18 Maret 2023	Kelompok PKK Desa Bajong	Meningkatkan pengetahuan ekonomi kreatif yang ramah lingkungan dan diharapkan mampu berpartisipasi dalam pembangunan dan meningkatkan peluang usaha.	Meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya ekonomi kreatif bagi UMKM yang ramah lingkungan .
28 September 2023	Ibu-ibu Desa Bajong	1. Melatih kemampuan dalam membuat produk ekonomi kreatif dengan mengedepankan inovasi-inovasi guna memiliki nilai jual. 2. Memberikan wawasan tentang pemanfaatan potensi	1. Mengembangkan kemampuan kreatif pelaku ekonomi kreatif. 2. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi lingkungan yang dimiliki dengan memanfaatkan

		lingkungan pengembangan <i>skill</i> bidang karya seni <i>ecoprint</i> .	nya secara bijak.
--	--	--	----------------------

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap kegiatan pelatihan, pelatihan *ecoprint* di Galeri Sekar Langit Bajong sudah berlangsung dengan baik, hal ini dapat dilihat dari tiga tahap dalam kegiatan pelatihan yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahp perencanaan merupakan tahap awal yang dilakukan sebelum melakukan sebuah pelatihan yaitu merupakan kegiatan merencanakan hal-hal yang diperlukan dalam kegiatan, hal ini dilakukan untuk dapat mencapai keberhasilan kegiatan yang terdiri dari menetapkan tujuan pelatihan, menetapkan kriteria peserta pelatihan, menentukan bahan ajar dan metode pelatihan. Kemudian tahap kedua yaitu pelaksanaan pelatihan yaitu kegiatan pembelajaran peserta pelatihan berupa praktik langsung yang mana peserta pelatihan langsung diberikan arahan untuk membuat produk *ecoprint*. Dalam pelaksanaan ini terdapat interaksi edukatif yaitu berupa hubungan timbal balik antara instruktur pelatihan dan peserta pelatihan. Dan tahap akhir adalah evaluasi yaitu kegiatan untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan. Keberhasilan ini bisa dilihat dari tercapainya tujuan pelatihan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Hasil yang diharapkan dari pelatihan ini adalah terbangunnya sikap berwirausaha peserta pelatihan. Dan untuk hasilnya dapat dikatakan baik dilihat dari aspek-aspek berwirausaha itu sendiri yaitu berupa rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan risiko dan suka tantangan, kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan. Sikap berwirausaha adalah kemampuan yang ada dalam

diri seseorang untuk wirausaha yang mengacu pada respon individu terhadap risiko dalam berbisnis dan mampu memnghadapi rintangan dalam dunia usaha.

Untuk itu hasil dari pelatihan ecoprint dalam upaya membangun sikap berwirausaha seperti yang dikatakan oleh (Yuyus Suryana, 2011) dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Percaya diri

Pada aspek percaya diri sebagian besar peserta pelatihan memiliki kepercayaan diri yang baik, percaya pada kemampuannya saat mengikuti pelatihan ecoprint karena proses ecoprint yang mudah dan sederhana sehingga mudah untuk dilakukan, serta aktif selama kegiatan pelatihan jika ada hal-hal yang tidak dipahami hal yang dilakukan adalah bertanya kepada instruktur pelatihan.

Kepercayaan diri ini merupakan salah satu kepribadian yang sangat berperan dalam kehidupan manusia. Oleh sebab itu kepercayaan diri menjadi kebutuhan diri yang sangat penting untuk berinteraksi dengan orang lain dan beradaptasi dengan lingkungan sosial.

b. Berorientasi pada tugas dan hasil

Pada aspek berorientasi pada tugas dan hasil dapat dilihat dari peningkatan pengetahuan serta pelatihan. Dalam kegiatan pelatihan ecoprint peserta pelatihan yang seblumnya belum mengetahui mengenai ecoprint seperti bagaimana sejarahnya, tekniknya serta alat dan bahan yang diperlukan dapat dengan cepat mampu memahami dan memiliki pengetahuan tersebut setelah mengikuti pelatihan.

Pengetahuan yang didapatkan oleh peserta pelatihan setelah mengikuti pelatihan ecoprint adalah berkaitan dengan alat dan

bahan ecoprint serta teknik ecoprint. Proses pembentukan pengetahuan kepada peserta pelatihan dilakukan dengan transfer informasi melalui materi yang sudah disusun sebelumnya.

c. Aspek pengambilan risiko

Dalam pelatihan ecoprint ini peserta pelatihan mampu mengambil risiko dan tantangan yang ada. Sebagian peserta pelatihan baru pertama kali mengikuti pelatihan ini bahkan ada yang baru tertarik di bidang craft karena keingintahuannya yang besar yang mendorongnya untuk mengikuti pelatihan ini. Tantangan yang ada dalam ecoprint ini adalah bagaimana mampu menghasilkan produk yang menarik dengan motif-motif yang unik. Sebagaimana yang diketahui bahwa hasil cetak motif dari ecoprint ini adalah hasil dari kreativitas dari setiap individu sehingga hasilnya pun akan berbeda-beda dan itulah yang menjadi ciri khas dari ecoprint ini.

Keberanian mengambil risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat wirausaha. Menjadi seorang wirausaha tentunya harus siap berani mengambil risiko semakin tinggi harapan wirausaha maka akan semakin tinggi pula niat seseorang untuk berwirausaha.

d. Kepemimpinan

Selama kegiatan pelatihan peserta pelatihan mampu bersikap tenang dan dewasa. Hal ini terlihat pada saat kegiatan fokus terhadap apa yang menjadi tugasnya yaitu mendengarkan dan mengikuti arahan dari instruktur pelatihan tanpa terpengaruhi oleh hal-hal di luar pelatihan. Dan beberapa dari peserta pelatihan juga aktif bertanya jika ada hal-hal yang kurang dimengerti.

Hal ini lah yang membuat peserta pelatihan mampu menguasai teknik *ecoprint*. Kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi karena sebagian besar

keberhasilan dan kegagalan suatu organisasi ditentukan oleh kepemimpinan organisasi tersebut.

e. Keorisinilan

Keorisinilan dalam ecoprint dilihat dari kemampuan peserta pelatihan dalam menghasilkan produk-produk yang kreatif dan inovatif yaitu dengan menciptakan beragam motif di atas kain yang unik-unik karena motif di produk ecoprint ini bisa berbeda-beda setiap orangnya dan hal ini lah yang menjadi karakteristik dan daya tarik ecoprint. Semakin unik dan berbeda motif yang dibuat maka produk tersebut akan terlihat bagus dan bernilai jual tinggi.

Keorisinilan yang terdapat pada seseorang wirausaha yaitu kreatif dan inovatif. Kreatif merupakan kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk bertindak yang baru dan berbeda. Dan seorang wirausaha yang inovatif adalah yang tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya dan selalu ingin tampil beda atau selalu memanfaatkan perbedaan.

f. Berorientasi pada masa depan

Dalam aspek ini belum semua peserta pelatihan yang mengikuti pelatihan ini berminat untuk memanfaatkan keahlian yang didapatkan sebagai peluang usaha. Sebagian dari peserta pelatihan belum merasa yakin akan kemampuan yang dimilikinya karena ini baru pertama kali mengikuti pelatihan. Tetapi tidak menutup kemungkinan juga ke depannya peserta pelatihan berminat untuk terus menggali pengetahuan dan wawasan mengenai *ecoprint* ini sehingga bisa menjadi seorang wirausaha.

Diketahui juga bahwa sebagian dari binaan Ecoprint Sekar Langit Bajong ini ada yang sudah menjadi seorang wiausaha dan memiliki produknya sendiri. Produk-produk yang dihasilkan juga beragam seperti baju, syal, tas, kerudung, dan lain-lain. Produk-produk tersebut dijual melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Whatsapp*. Tidak hanya melalui media sosial, produk diperjualbelikan di beberapa event seperti bazar dan kegiatan besar lainnya. Dengan keuntungan yang didapat maka mampu meningkatkan perekonomiannya, hal ini sejalan dengan tujuan Ecoprint Sekar Langit yaitu tidak hanya memperkenalkan ecoprint saja melainkan memberdayakan peserta pelatihan dari segi keahlian dan perekonomiannya. Hal ini dapat dikatakan bahwa Ecoprint Sekar Langit Bajong sudah berupaya untuk tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan saja melainkan juga bagaimana agar semua yang didapatkan bisa digunakan sebagai peluang usaha, namun untuk praktiknya kembali lagi pada keputusan dari setiap peserta pelatihan dilihat dari kesiapannya.

Gambar 4.7 Program Pelatihan Ecoprint Sekar Langit Bajong



2. Strategi Produk

Strategi produk menurut Sayid Abas yaitu suatu cara yang akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya yang disebabkan karena adanya strategi produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang dipasarkan itu akan dapat menjual produknya sendiri (Mendrofa, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa menggunakan bahan produk yang berkualitas agar sesuai dengan keinginan konsumen. Tidak hanya itu, motif atau corak pada batik ecoprint ini tidak bisa dibuat sama persis berulang kali karena proses pembuatannya yang menggunakan tenaga manusia dengan menitikberatkan pada keterampilan tangan sehingga corak atau motif yang dihasilkan hanya dibuat dalam jumlah yang terbatas. Hal ini juga bertujuan untuk menarik perhatian para konsumen agar membeli produk Ecoprint Sekar Langit Bajong. Karena sebuah kualitas mempengaruhi sebuah harga, jika bahan produk berkualitas dan konsumen suka, maka konsumen akan datang kembali dan membeli lagi dengan produk yang diproduksi Ecoprint Sekar Langit Bajong.

3. Strategi Penjualan

Strategi penjualan merupakan rencana perusahaan mengenai sistem penjualan produk dan jasa untuk meningkatkan profit. Strategi penjualan yang disusun dengan baik dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan penjualan yang menakjubkan. Strategi penjualan merupakan petunjuk bagaimana menyampaikan produk kepada konsumen yang dikenal dengan istilah “*go to market*” secara efisien dan efektif (Elvie Mulia, 2015).

Ecoprint Sekar Langit Bajong menggunakan strategi penjualan dengan memanfaatkan media sosial untuk penjualan produknya. Dan juga secara langsung melalui *event* yang diselenggarakan oleh suatu pihak seperti bazar, expo, dan lain-lain. Media sosial yang digunakan untuk menjual produk yaitu *whatsapp* dan *instagram*.

4. Strategi Pasar

Strategi pasar adalah cara memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal oleh konsumen, dengan mempunyai tujuan yang diharapkan yaitu mengetahui karakteristik produk yang ingin dijual serta target pasarnya, mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi yang tepat untuk memasarkan produk, dan mengetahui tempat memasarkan produk yang akan dijual serta sistem pendistribusiannya (Imansari, 2023).

Ecoprint Sekar Langit Bajong melakukan strategi pemasaran bertujuan untuk mengenalkan produknya ke konsumen. Produk yang dihasilkan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong antara lain seperti hijab, mukenah, sajadah, gamis, daster, kemeja, dan lain sebagainya.

5. Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah bagaimana cara menyebar luaskan produk atau layanan kepada pengguna akhir. Strategi distribusi berkenaan dengan penentuan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan barang dan jasanya hingga sampai di tangan konsumen (Karyoto, 2021).

Ecoprint Sekar Langit Bajong melakukan strategi distribusi masih di wilayah Indonesia. Pelaku UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong saat ini belum mampu untuk mendistribusikan produknya ke luar negeri karena adanya beberapa keterbatasan seperti jumlah tenaga kerja yang masih kurang dan minim sekali pengetahuan mengenai ecoprint. Pengiriman barang atau produk Ecoprint Sekar Langit Bajong menggunakan jasa pengiriman JNE dan ada juga yang datang ke galeri secara langsung.

D. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong dalam Memberdayakan Perekonomian Masyarakat Melalui Basis Kreatif

1. Faktor-Faktor Pendukung

a. Modal usaha yang cukup

Ecoprint Sekar Langit Bajong ini awal mulanya Ibu Siti Sri Hidayati mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Ketenagakerjaan. Setelah pelatihan, Ibu Siti Sri Hidayati dan teman-teman dari Muslimat Cabang mengajukan modal awal kepada Dinas Ketenagakerjaan. Setelah Ecoprint Sekar Langit Bajong mulai berkembang, modal yang didapatkan berasal dari perputaran penjualan produk.

b. Tenaga kerja terdidik dan terampil

Ecoprint Sekar Langit Bajong membutuhkan jiwa seni yang bagus dan terampil, Pelaku UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong awalnya berjumlah 20 karyawan. Dan saat ini hanya 4 karyawan yang tersisa. 4 karyawan ini memiliki jiwa seni yang bagus dan terampil, sudah terdidik dan mampu berinovasi serta sudah bisa memproduksi produk ecoprintnya sendiri. Walaupun ada juga karyawan yang masih belajar dalam produksi ecoprint.

c. Pengalaman yang cukup

Dari wawancara dengan Ibu Siti Sri Hidayati, dalam produksi Ecoprint Sekar Langit Bajong tidak terlalu mementingkan pengalaman yang cukup. Karena siapa saja memiliki hak untuk belajar. Namun alangkah baiknya sudah memiliki pengalaman yang cukup dengan mengikuti pelatihan terlebih dahulu agar meningkatkan *skill* para pelaku UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong untuk berinovasi dan berkarya untuk ke depannya agar usahanya dapat terus berkembang.

2. Faktor-Faktor Penghambat

Berdasarkan wawancara dengan para informan, terdapat faktor-faktor penghambat yang dialami oleh pelaku UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong yaitu turunnya pendapatan saat ini karena adanya pesaing dari luar kota yang menyebabkan harga menjadi turun. Di Desa Bajong untuk keterampilan seseorang itu disebar diganti profesinya seperti buruh pabrik, pegawai, dan lain sebagainya sehingga para pelaku UMKM di Desa Bajong menurun. Pelaku UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong harus mampu bersaing dengan daerah lain agar keuntungan yang didapatkan bisa kembali lagi seperti semula (Fatimah, Wawancara, 2023).

E. Dampak Strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong dalam Memberdayakan Perekonomian Masyarakat Melalui Basis Ekonomi Kreatif

Berdasarkan wawancara dengan para informan diperoleh bahwa seperti yang dikatakan oleh Ibu Siti Sri Hidayati:

“Dengan adanya pelatihan UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong ini diharapkan mampu memberikan ilmu dan keterampilan batik ecoprint sehingga berdampak positif bagi masyarakat Desa Bajong ini, karena kami sebagai pelaku UMKM berharap ibu-ibu yang tidak memiliki pekerjaan bisa menjadikan Ecoprint Sekar Langit Bajong sebagai pekerjaan sampingan, sehingga mampu membantu memberikan pendapatan tambahan dalam rumah tangga juga menjadi terampil dan kreatif serta mampu berinovasi ke depannya.” (Hidayati, 2023).

Ibu Ayu Nur Fatimah juga mengemukakan:

“Saya bekerja Ecoprint Sekar Langit Bajong sejak tahun 2019 mba, awalnya saya juga mengikuti pelatihan ecoprint di sini. Karena dulu saya satu-satunya yang bisa mengelola media sosial di Sekar Langit, jadi Ibu Yati memilih saya sebagai staff *online marketing* sampai sekarang.” (Fatimah, Wawancara, 2023).

Ibu Sartini mengatakan:

“Walaupun saya sudah berusia 56 tahun saya masih bisa bekerja sampingan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saya dan keluarga. Menurut saya UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong ini memberikan dampak positif bagi kehidupan saya karena tidak perlu mencari pekerjaan sampingan sampai keluar desa.” (Sartini, 2023).

Berdasarkan wawancara dengan beberapa peserta pelatihan ecoprint di Ecoprint Sekar Langit Bajong diperoleh informasi bahwa:

Ibu Nur Rohimah mengatakan:

“Saya ini hanya ibu rumah tangga, mba. Awalnya saya memiliki keterbatasan ekonomi untuk menghidupi keluarga saya. Sempat ada pikiran untuk membuka usaha kecil-kecilan, tapi karena keterbatasan modal, saya mengurungkan niat tersebut. Setelah itu saya mengetahui ada pelatihan ecoprint di Ecoprint Sekar Langit Bajong, akhirnya saya mencoba untuk mempraktikkannya bersama dengan Ibu Yati dan teman-teman. Akhirnya saya memutuskan untuk membuat ecoprint hasil usaha sendiri, dan produk yang saya buat sebagian saya jual sendiri, sebagian saya titipkan di Ecoprint Sekar Langit Bajong. Alhamdulillah sekarang saya ada pendapatan yang lumayan bisa untuk kehidupan sehari-hari mba. Jadi menurut saya dengan adanya pelatihan yang diadakan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong sangat bermanfaat.” (Rohimah, 2023).

Ibu Ismawati mengatakan:

“Saya mengikuti pelatihan ini baru pertama kali dan langsung tertarik dengan ecoprint. Alasan pertama karena lokasi pelatihan ini dekat dari rumah, lalu dari proses pembuatannya yang sangat ramah lingkungan dan bahan-bahannya juga ada di sekitar kita. Dari pelatihan ecoprint saya jadi tahu bahwa batik seperti ini tidak semudah yang saya lihat. Butuh ekstra waktu yang banyak, sabar, dan nilai seni. Karena menurut saya untuk membuat motif atau corak perlu kreativitas dan ada nilai seninya, mba. Dari pelatihan ini saya sudah menghasilkan beberapa produk ecoprint sendiri, dan produknya saya titipkan di Ecoprint Sekar Langit Bajong.” (Ismawati, 2023).

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ecoprint Sekar Langit Bajong tersebut memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Bajong terutama para ibu rumah tangga. Dengan adanya pelatihan tersebut, ibu-ibu rumah tangga merasa mendapatkan ilmu baru serta meningkatkan keterampilan dalam membuat batik ecoprint sehingga menjadi peluang usaha dan menambah

penghasilan. Ecoprint Sekar Langit Bajong juga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, yang berkontribusi positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Bajong. Hal ini merupakan contoh nyata bagaimana inisiatif UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat melalui pelatihan, penciptaan lapangan pekerjaan dan peluang bisnis.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait strategi usaha mikro kecil dan menengah ecoprint Sekar Langit Bajong dalam memberdayakan perekonomian masyarakat melalui basis ekonomi kreatif, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha yang dilakukan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong berdasarkan hasil wawancara, pertama membuat dan menjual produk berbasis ecoprint seperti mukenah, gamis, hijab, sajadah, dan lain sebagainya yang tentunya berfokus pada bahan-bahan alami yang ramah lingkungan. Kedua, usaha yang dilakukan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong untuk mengoptimalkan produksinya dengan melakukan riset pasar untuk memahami permintaan konsumen, tren *fashion*, dan preferensi warna. Tidak hanya melakukan riset pasar, ketiga, Ecoprint Sekar Langit Bajong juga melakukan diversifikasi produk sesuai permintaan konsumen. Ecoprint Sekar Langit Bajong juga selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya dengan memilih bahan-bahan yang berkualitas agar mencapai kepuasan konsumen. Hal yang menarik pada batik ecoprint ini adalah tidak membuat pola terlebih dahulu seperti batik pada umumnya, namun motifnya dibuat dengan cara meletakkan dedaunan dan macam-macam bunga sesuai yang kita inginkan dan motif yang dihasilkan sangat terbatas (*limited edition*). Karena menggunakan tenaga manusia, sehingga membuat batik ecoprint ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi.
2. Strategi yang dilakukan Ecoprint Sekar Langit Bajong ini adalah melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat dengan program pelatihan berupa kegiatan pembuatan ecoprint yang bertujuan untuk memberikan wawasan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya usaha dengan memanfaatkan potensi alam yang memiliki nilai jual dalam meningkatkan pendapatan di Desa Bajong, Kecamatan

Bukateja, Kabupaten Purbalingga. Tidak hanya itu, program ini selain untuk pelatihan keterampilan juga untuk melakukan pemberdayaan perekonomian masyarakat agar mampu membangkitkan dan atau menjadikan keterampilan tersebut menjadi sebuah peluang usaha. Yang menjadi tolak ukur di sini adalah sumber daya manusia (SDM)-nya yang semakin meningkat dan semangat untuk berwirausaha juga semakin meningkat. Target UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong yang diharapkan menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan kualitas diri dan membuka peluang usaha sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

3. Strategi yang dilakukan oleh Ecoprint Sekar Langit Bajong yaitu melalui pelatihan sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan kepada ibu-ibu rumah tangga di Desa Bajong, strategi produk dengan menggunakan bahan yang berkualitas dan menciptakan motif yang berbeda dengan motif ecoprint yang lain, strategi penjualan dengan memanfaatkan media sosial dan event yang diselenggarakan oleh suatu pihak seperti bazar, expo, dan lain-lain untuk penjualan produknya, strategi pasar dengan mengenalkan produk kepada konsumen seperti hijab, mukenah, gamis, dan lain sebagainya, dan strategi distribusi dilakukan di wilayah Kabupaten Purbalingga dan sekitarnya.
4. Faktor-faktor pendukung strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong antara lain modal usaha yang cukup, tenaga kerja terdidik dan terampil, dan pengalaman yang cukup. Faktor-faktor penghambat strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong yaitu adanya pesaing dari luar kota.
5. Dampak strategi UMKM Ecoprint Sekar Langit Bajong berdampak positif bagi masyarakat Desa Bajong terutama para ibu rumah tangga. Dengan adanya pelatihan, ibu-ibu rumah tangga merasa mendapatkan ilmu baru serta meningkatkan keterampilan dalam membuat batik ecoprint sehingga menjadi peluang usaha dan menambah penghasilan. Ecoprint Sekar Langit Bajong juga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, yang

berkontribusi positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Bajong.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penulis memberikan saran untuk masukan sebagai acuan di bagian akhir tulisan ini. Beberapa sarannya adalah sebagai berikut:

1. Pemberdayaan pembatik ecoprint sudah cukup aktif dilakukan, akan tetapi minat dari generasi muda masih kurang tertarik dengan kebudayaan batik. Perlu adanya pelatihan yang interaktif untuk generasi muda.
2. Meningkatkan pelayanan agar dapat mempertahankan konsumen dan dapat bersaing dengan kompetitor.
3. Mengaktifkan kembali media sosial, seperti *Instagram* dan *Facebook*, dan *e-commerce* seperti *Shopee*, *Toko Pedia*, dan lain sebagainya. Agar ecoprint Sekar Langit Bajong dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai daerah.
4. Penelitian ini sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya pada tema penelitian yang serupa dan diharapkan dapat mengembangkannya pada sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Wafa Abdullah Faqih A. (2019). Strategi Pengembangan SDM Dalam Persaingan Bisnis Industri Kreatif di Era Digital. *Jurnal 'Adliya*, Vol. 13, No. 1, 116.
- (KSDAE), D. J. (2019, Mei 02). *ksdae.menlhk.go.id*. Diambil kembali dari <https://ksdae.menlhk.go.id/info/5946/ecoprint-eksplorasi-keindahan-cetakan-alam.html>: <https://ksdae.menlhk.go.id/info/5946/ecoprint-eksplorasi-keindahan-cetakan-alam.html#:~:text=Ecoprint%20sendiri%20adalah%20teknik%20memberi.biasanya%20berjenis%20katun%20dan%20sutera.>
- Abas, S. (2017). *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Abdurohim, D. (2021). *Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM)*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ahmad Suminto, e. a. (2021). Ekonomi Dalam Pandangan Islam: Serta Perannya Dalam Peningkatan Sumber Daya Manusia dan Ekonomi Pembangunan Islam. *Journal of Sharia and Economic Law*, Vol. 1, No. 1, 1-28.
- Ajeng Pipit Fitriani, et al. (2022). Strategi Pemasaran Dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 103.
- Al-Hikmah. (2014). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Amin Dwi Ananda, et al. (2018). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. X, no. X*, 120.
- Ardianto, P. (2021). Optimalisasi Produksi Ecoprint di UMKM. *Webinar Abdimas 4*.
- Bank Indonesia. (2020). *Pengembangan UMKM*. Diambil kembali dari www.bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-umkm/default.aspx#:~:text=UMKM%20memiliki%20penting%20bagi.stabilitas%20sistem%20keuangan%20dan%20perekonomian.>
- BPS, B. P. (2021, Desember 31). *www.purbalinggakb.bps.go.id*. Diambil kembali dari <https://www.purbalinggakb.bps.go.id>: <https://www.purbalinggakb.bps.go.id/indicator/9/186/1/jumlah-usaha-menengah-kecil-dan-mikro-umkm-menurut-kecamatan-di-kabupaten-purbalingga.html>
- Cecep Supendi, et al. (2021). Pengembangan Platform Warung Online Berbasis Prestashop Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM Kabupaten Kuningan.

ICT Learning Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi Vol 5, no. 2, 4.

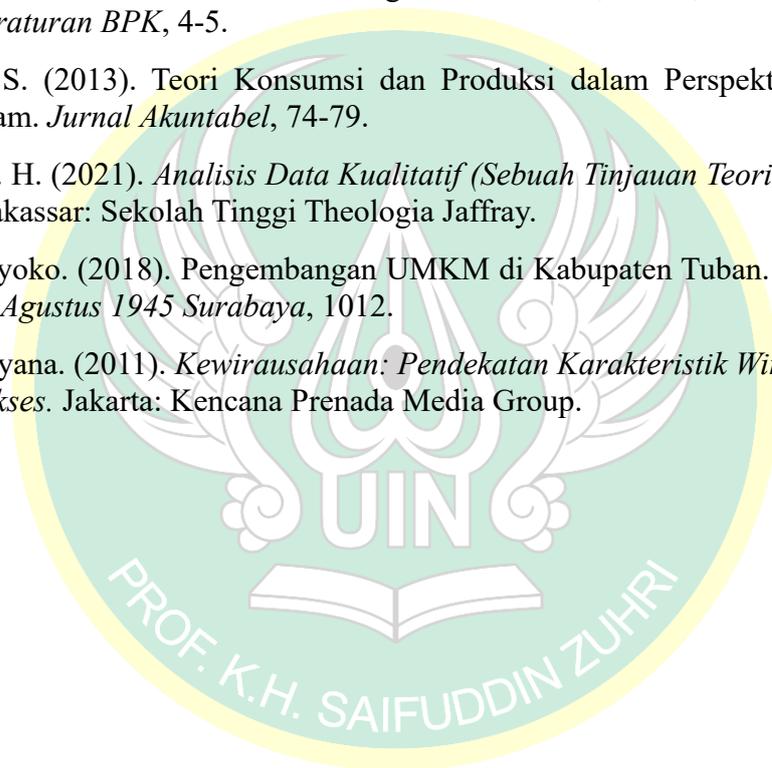
- Darmanto, et al. (2018). *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2013). *Kamus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dian Ayu L, d. (2023). Program Pelatihan Ecoprint Dalam Upaya Membangun Sikap Berwirausaha Perempuan di Galeri 37 Kota Tangerang Selatan. *Adijaya: Jurnal Multidisplin, Vol.1, No. 1*, 201-212.
- Direktorat Jenderal Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Departemen dalam Negeri. (2009). *Pedoman Umum Pemberdayaan Masyarakat dan Desa*. Jakarta: Gaung Persada.
- Eddy Yunus. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Edi Suharto. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Elvie Mulia. (2015). *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual*. Jakarta: Gramedia.
- Faridatun. (2022). Ecoprint; Cetak Motif Alam Ramah Lingkungan. *Jurnal Prakarsa Paedagogia, Vol. 5, No. 1*, 230-234.
- Fatimah, A. N. (2023, September 27). Wawancara. (U. N. Lathifah, Pewawancara)
- Fatimah, A. N. (2023, Oktober 1). Wawancara. (U. N. Lathifah, Pewawancara)
- Ferdiansyah, M. (2015). *Dasar Penelitian Kualitatif*. Palembang: Herya Media.
- Gramedia Blog. (2021). Pengertian Pertumbuhan Ekonomi: Ciri-Ciri, Faktor dan Metode Pengukurannya. *Gramedia Blog*, 10.
- Harto, A. M. (2023). Strategi Pelatihan dan Pengembangan SDM di Perusahaan di Era Digital. *Atrabis: Jurnal Strategi Pelatihan dan Pengembangan*.
- Hidayati, S. S. (2023, 10 07). Wawancara. (U. N. Lathifah, Pewawancara)
- Hutomo, M. Y. (2000). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi*. Bappenas.
- Imansari, N. I. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat.
- Irawati, R. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil. *Jurnal JIBEKA Vol 12, no 1*, 74-82.

- Ishak, K. (2015). Konsep Etika Produksi dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Afzalur Rahman dan Yusuf Qordhowi. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol. 4, No. 1, 40-69.
- Ismawati. (2023, Oktober 1). Wawancara. (U. N. Lathifah, Pewawancara)
- Jerry Glenn Jeffrey, e. a. (2019). Fasilitas Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Jawa Timur di Surabaya. *Jurnal eDimensi Arsitektur*, Vol VII, No. 1, 882.
- Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak Vol 3*, no. 2, 24-25.
- Kadir, A. (2014). Konsep Produksi dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *EcceS (Economics, Social, and Development Studies)*, Vol. 1, No. 1, 1-11.
- Karyoto. (2021). *Proses Pengembangan Usaha*. Batang.
- Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2023, November 4). [www.setneg.go.id](https://setneg.go.id). Diambil kembali dari https://setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan_umkm_dan_pertumbuhan_ekonomi: https://setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan_umkm_dan_pertumbuhan_ekonomi
- Khotimah, K. (2020). Efektivitas E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Store CP-SHOPONLINE29 Pasir Pangairan. *Skripsi*, 20.
- Kumparan. (2023, Agustus 19). Mengenal Sejarah Ecoprint Yang Muncul Tahun 2000. *Sejarah dan Sosial*.
- Kurnia, G. S. (2021). Evolusi Eco Print: Pengembangan Desain dan Motif Eco Print. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, Vol. 10, No. 2, 214.
- Kusnadi, d. (2005). *Pendidikan Keaksaraan; Filosofi, Strategi dan Implementasi*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Lathifah Hanim, e. a. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unissula Press.
- Lilik Rahmawati, e. a. (2020). Fintech Syariah: Manfaat dan Problematika Penerapan Pada UMKM. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1, 78.
- Martin Amnillah, et al. (2023). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- Melisa Setiani, d. (2020). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 5, No. 1.

- Mendrofa, Y. (2021). Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli. *Jurnal EMBA, Vol. 9, No. 2, 15.*
- Mendrofa, Y. (2021). Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli, Vol 9, no 2. *Jurnal EMBA, 13-22.*
- Moeliono. (1988). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moh. Idil Ghufro, e. a. (2019). Peran Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran. *Jurnal Ilmiah FE-UMM, 6.*
- Moleong, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mubyarto. (2000). *Ekonomi Rakyat dan Program IDT*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Muhammad, S. (2018). *Strategi Pemerintahan*. Jakarta: Erlangga.
- Mustafa Edwin Naution, e. a. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Ni Nyoman Murtini Lestari, S. U. (2023). Penerapan Ecoprint Menggunakan Teknik Block Print (Studi Kasus: Desain Busana Ready To Wear Wanita). *Jurnal Fashionista, Juni.*
- Nissa Pressinawangi, e. a. (2014). Eksplorasi Teknik Ecoprint Dengan Menggunakan Limbah Besi dan Pewarna Alami Untuk Produk Fashion. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Senirupa dan Desain, 1-7.*
- Nur, M. (2020). Produksi dalam Islam. *Jurnal El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Perbankan Syariah, Vol. 4, No. 1.*
- Nuramalia Hasanah, e. a. (2020). Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Uwais Inspirasi Indonesia, 24-25.*
- Nurul Imamah, e. a. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor "Nya'Oemi" dalam meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Benchmark, Vol. 3, No. 2, 67-74.*
- Prawirosentono, S. (2001). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus & Analisis*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Prima Nur. (2021, Mei 5). *Eco print: Kerajinan Yang Tak Sekedar Eco Friendly Tapi Juga Menawan*. Diambil kembali dari [www.lemkayu.net: https://www.lemkayu.net/eco-print-kerajinan-yang-tak-sekedar-eco-friendly-tapi-juga-menawan-7613.html](https://www.lemkayu.net/eco-print-kerajinan-yang-tak-sekedar-eco-friendly-tapi-juga-menawan-7613.html)
- Putri W. Arnold, et al. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 2, no. 1, 34.*

- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM Terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam Tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomika Syariah*, 152.
- Ramdania, W. (2020). Etika Bisnis pada Perilaku Pemasaran dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Asy-Syari'ah*, Vol. 22, No. 2.
- Riyanthi Idayu, et al. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo Vol.7, no. 1, 74.*
- Rohimah, N. (2023, Oktober 1). Wawancara. (U. N. Lathifah, Pewawancara)
- Sartini. (2023, Oktober 1). Wawancara. (U. N. Lathifah, Pewawancara)
- Shyla Shinta, M. C. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Geti UD Primadona Tulungagung. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, Vol. 3, No. 4, 191-201.
- Silviana Batubara, et al. (2022). Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 2, no. 1, 1025-26.*
- Siyoto, e. a. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018: 241). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. (2017). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *ADAARA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol.9, No.2, 952-962.
- Susmiati. (2023, 1 Oktober). Wawancara. (U. N. Lathifah, Pewawancara)
- Syamsu Rijal, e. a. (2023). *Ekonomi Kreatif: Studi dan Pengembangannya*. Sukoharjo: CV. Tahta Media Group.
- Tadjuddin, N. M. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussines*, Vol.2, No. 1, 9-22.

- Tampubolon, H. (2016). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perannya Dalam Pengembangan Keunggulan Bersaing*. Depok Timur: Papas Sinar Sinanti.
- Tanjung, D. H. (2003). *Manajemen Syariah Dalam Produk*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ulfi Jefri, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol. 7, No. 1, 86-99.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Peraturan BPK*, 4-5.
- Wahyuni, S. (2013). Teori Konsumsi dan Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akuntabel*, 74-79.
- Wijaya, H. H. (2021). *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Tinjauan Teori & Praktik)*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yusuf Haryoko. (2018). Pengembangan UMKM di Kabupaten Tuban. *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 1012.
- Yuyus Suryana. (2011). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

Hari/tanggal : Selasa, 26 September 2023

Waktu : 09.00 WIB

Narasumber : Siti Sri Hidayati

Tempat: Galeri Ecoprint Sekar Langit

Status : Pemilik (*Owner*)

Aspek	Uraian
UKM / Usaha	<ol style="list-style-type: none">1. Siapa nama lengkap Anda?2. Jenis produk seperti apa yang Anda jual?3. Menurut Anda, apa yang memotivasi Anda sehingga memilih usaha ini?4. Dari mana sumber modal usaha Anda?5. Bagaimana awal mulanya sehingga Anda memilih usaha ini?6. Menurut Anda, tantangan seperti apa yang anda alami?7. Sejak kapan Anda mulai merintis usaha ini?8. Berapa harga per meter dari produk yang Anda jual?9. Bagaimana ciri khas atau keunikan dari produk yang Anda jual?10. Bagaimana cara Anda menjaga kualitas produk yang Anda jual?11. Dalam setahun berapa kali Anda mengadakan program pelatihan <i>ecoprint</i>?
Ekonomi Kreatif	<ol style="list-style-type: none">1. Menurut Anda, bagaimana respon konsumen terhadap produk Anda?

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Bagaimana cara Anda terus mempertahankan keunikan dari produk Anda? 3. Menurut Anda ancaman seperti apa saja yang Anda alami selama mengembangkan usaha Anda? 4. Bagaimana cara Anda memanfaatkan peluang pasar? 5. Menurut Anda apa saja hambatan yang Anda alami selama mengembangkan usaha Anda? 6. Menurut Anda apakah pengalaman sangat penting dalam melakukan inovasi dari produk Anda? 7. Bagaimana cara Anda mengembangkan kreativitas Anda? 8. Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari pandemi Covid-19 terhadap usaha Anda? 9. Menurut Anda, apa saja hambatan-hambatan yang terjadi selama Anda menjanlani usaha ini?
--	--

Lampiran Transkrip Wawancara

Hari/tanggal : Rabu, 27 September 2023

Waktu : 10.00 WIB

Narasumber : Ayu Nur Fatimah

Tempat : Galeri Ecoprint Sekar Langit

Status : Staff Online Marketing

Aspek	Uraian
UKM / Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa nama lengkap Anda? 2. Sudah berapa lama Anda bekerja di sini?

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Apakah ada perbedaan mendasar antara batik biasa dengan batik ecoprint? 4. Menurut Anda faktor apa saja yang membuat batik ecoprint banyak diminati?
Digital Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosial media apa saja yang digunakan oleh ecoprint Sekar Langit dalam memasarkan produknya? 2. Apakah ecoprint Sekar Langit memiliki platform e-commerce? 3. Menurut Anda, apakah promosi produk itu penting?

Lampiran Transkrip Wawancara

Hari/tanggal : Minggu, 1 Oktober 2023

Waktu : 11.00 WIB

Narasumber : Sartini

Tempat : Galeri Ecoprint Sekar Langit

Status : Karyawan

Aspek	Uraian
UMK / Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa nama lengkap Anda? 2. Sudah berapa lama Anda bekerja di ecoprint Sekar Langit? 3. Bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh ecoprint Sekar Langit bagi kehidupan sehari-hari Anda? 4. Menurut Anda apakah batik ecoprint memiliki keunikan? Apa saja?

	<p>5. Sejauh mana usaha ecoprint dalam memberdayakan perekonomian masyarakat?</p> <p>6. Apakah Anda pernah mengalami hambatan-hambatan dalam proses pembuatan ecoprint Sekar Langit?</p>
--	--

Lampiran Transkrip Wawancara

Hari/tanggal : Minggu, 1 Oktober 2023

Waktu : 17.00 WIB

Narasumber : Nur Rohimah

Tempat : Galeri Ecoprint Sekar Langit

Status : Peserta pelatihan

Aspek	Uraian
Pelatihan Ecoprint	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa nama lengkap Anda? 2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti pelatihan ini? 3. Apakah Anda memiliki pengalaman sebelumnya dalam seni tekstil atau pengolahan alam yang dapat mendukung pemahaman Anda tentang ecoprint? 4. Sudah berapa kali Anda mengikuti pelatihan ecoprint? 5. Bagaimana Anda melihat dampak positif dari penggunaan ecoprint? 6. Apakah Anda memiliki proyek kreatif khusus yang ingin Anda lakukan dengan bantuan ecoprint?

	<p>7. Bagaimana Anda berencana untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan ecoprint dengan orang lain setelah menyelesaikan pelatihan?</p> <p>8. Apa harapan utama Anda dari pelatihan ini?</p>
--	--

Lampiran Transkrip Wawancara

Hari/tanggal : Minggu, 1 Oktober 2023

Waktu : 18.00 WIB

Narasumber : Ismawati

Tempat : Galeri Ecoprint Sekar Langit

Status : Peserta Pelatihan

Aspek	Uraian
Pelatihan Ecoprint	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa nama lengkap Anda? 2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti pelatihan ini? 3. Apakah Anda memiliki pengalaman sebelumnya dalam seni tekstil atau pengolahan alam yang dapat mendukung pemahaman Anda tentang ecoprint? 4. Sudah berapa kali Anda mengikuti pelatihan ecoprint? 5. Bagaimana Anda melihat dampak positif dari penggunaan ecoprint? 6. Apakah Anda memiliki proyek kreatif khusus yang ingin Anda lakukan dengan bantuan ecoprint? 7. Bagaimana Anda berencana untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan ecoprint dengan orang lain setelah menyelesaikan pelatihan? 8. Apa harapan utama Anda dari pelatihan ini?

Lampiran 2: Dokumentasi Proses Pembuatan Ecoprint





Lampiran 2: Dokumentasi dengan Pemilik dan Peserta Pelatihan



Lampiran 3: Izin Riset Individual



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-638624, Fax: 0281-638553; Website: febi.uinselzu.ac.id

Nomor : 4444/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/10/2023

Purwokerto, 9 Oktober 2023

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.
Wirausaha Ecoprint "Sekar Langit Bajong"
Di
Purbalingga

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Tbu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Ummi Nur Lathifah
2. NIM : 1917201108
3. Semester / Program Studi : IX/Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022/2023
5. Alamat : Cipawon, Rt 003 Rw 003, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga
6. Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada Kelompok Wirausaha Ecoprint "Sekar Langit Bajong")

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Ecoprint Sekar Langit Bajong
2. Tempat/ Lokasi : Bajong, Rt 002 Rw 003, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga
3. Waktu Penelitian : 7 November 2023 s/d selesai
4. Metode Penelitian : Kualitatif

Tambahan Yth.

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsatzu.ac.id

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.



Koord. Prodi Ekonomi Syariah

Demi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Karubag Akademik
3. Arsip

Lampiran 4: Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-639624, Fax: 0281-639553; Website: febu@uinszu.ac.id

Nomor : 3671/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/10/2022 Purwokerto, 27 Oktober 2022
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. Shofiyulloh, M.H.I
Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 8 Juli 2022 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 25 Juli 2022 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Semester : 7 (Tujuh)
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengupahan Tenaga Kerja Pada PT. Serasi Gaya Busana Berdasarkan Perspektif Teori Pengupahan Ibnu Taimiyah

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaihun Wr. Wb.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 5: Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-639624, Fax: 0281-639553; Website: febi.uimszu.ac.id

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 3671/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/10/2022 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Ummi Nur Lathifah

NIM :1917201108

Judul Skripsi : Analisis Sistem Upah Tenaga Kerja Budi Daya Telur Ayam WD Farm
Berdasarkan Teori Ekonomi Ibnu Taimiyah

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 27 Oktober 2022

Sho'fyulloh, M.H.I
NIP. 19870703 201903 1 004

Catatan: *Coret yang tidak perlu

Lampiran 6: Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febl.uinsalzu.ac.id

Nomor: 3712/Un.19/FEBLJES/PP.009/10/2021

Purwokerto, 31 Oktober 2022

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak/ Ibu Shofiyulloh, M.H.I.
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Semester : VII
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengupahan Tenaga Kerja Pada PT. Serasi Gaya Busana Berdasarkan Perspektif Teori Pengupahan Ibnu Taimiyah

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 31 Oktober 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 7: Rekomendasi Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febl.uinsalzu.ac.id

REKOMENDASI SEMINAR PROPOSAL

Dengan ini kami Dosen Pembimbing Skripsi Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Semester : IX
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Proposal Skripsi : ANALISIS PEMBERDAYAAN TENAGA KERJA BUDI DAYA TELUR AYAM WD FARM MELALUI SISTEM UPAH BERDASARKAN TEORI EKONOMI IBNU TADMIYAH

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar seminar proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 29 Agustus 2023
Dosen Pembimbing



Shofivulloh, M.H.I.

Lampiran 8: Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, Fax. 0281-636553, Website: febi.unsatu.ac.id

SURAT KETERANGAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Semester : VIII
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah mengikuti seminar proposal pada:

NO	HARI/TANGGAL	PRESENTER	TANDA TANGAN PRESENTER
1	Semin, 24 Juni 2023	Hannah Fitriya Aqsa	1
2	Semin, 24 Juli 2023	Farida Muna Listanto	2
3	Semin, 14 Agustus 2023	Lahqabul Munah	3
4	Semin, 14 Agustus 2023	Ajastirangih	4
5	Semin, 14 Agustus 2023	Rahm, Yafurrahman	5

Pernah menjadi pembahas mahasiswa atas nama:

Nama/ NIM : Hannah Fitriya Aqsa / 1917201094
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Brand Pembacaan Terhadap Minat Beli Produk MS-Glow di Kota Tegal
Materi yang dibahas/ pertanyaan : Faktor yang mempengaruhi persepsi harga MS-Glow, kualitas produk, branding, bahan dan teknologi, penawaran produk lainnya

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar seminar proposal skripsi.

14 Agustus 2023
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Mulyatin, M.S.I.

Catatan:

1. Mahasiswa dapat mencetak surat ini secara mandiri;
2. Mahasiswa meminta tanda tangan presenter setelah mengikuti seminar proposal sampai selesai;
3. Mahasiswa meminta tanda tangan basah kepada Koord. Prodi setelah mengikuti seminar minimal 3 kali dan 1 kali menjadi pembahas;
4. Mahasiswa dapat meminta stempel di ruang akademik FEBI setelah semua tanda tangan terpenuhi.

Lampiran 9: Berita Acara Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-835824, Fax: 0281-836553; Website: febi.uinsoizu.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Seminar : 25 September 2023
Pembimbing Skripsi : Shofiyulloh, M.H.I.
Judul : Analisis Pemberdayaan Tenaga Kerja Budi Daya Telur Ayam WD Farm Melalui Sistem Upah Berdasarkan Teori Ekonomi Ibnu Taimiyah

Berdasarkan hasil seminar proposal, Anda dinyatakan LULUS dengan nilai 75 / B

No	Aspek	Uraian
1	Substansi Materi	Memilih salah satu fokus penelitian, fokus ke pemberdayaannya atau sistem upah berdasarkan teori ekonomi ibnu taimiyah;
2	Metode Penelitian	
3	Teknik Penulisan	
4	Lain-lain	
5	Saran	Menyertakan kitab majmu fatawa ibnu taimiyah

Purwokerto, 25 September 2023
Penguji



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

Lampiran 10: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0261-835824, Fax: 0261-836553; Website: febi.uinszu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 4208/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Shofiyulloh, M.H.I.
Judul : Analisis Pemberdayaan Tenaga Kerja Budi Daya Telur Ayam WD Farm Melalui Sistem Upah Berdasarkan Teori Ekonomi Ibnu Taimiyah

Pada tanggal 25 September 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 25 September 2023
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 11: Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah Selain Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febl.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 2994/Un.19/FEBLJ.EB/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Semester/ SKS : VIII/ 142 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2022/2023

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian komprehensif dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 20 Juni 2023
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 12: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : Rabu, 26 Juli 2023
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	16,6
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	24,9
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	41,5
TOTAL NILAI		0 - 100	83 / A-

Penguji I,



Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I

Purwokerto, 26 Juli 2023

Penguji II,



Miftaakhul Amri, S.Sy., M.H.

Lampiran 12: Surat Keterangan Sumbangan Buku



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
UPT PERPUSTAKAAN**

Jalan Jenderal A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 639624 Faksimili (0281) 636553
Website: <http://lib.uinsatku.ac.id>, Email: lib@uinsatku.ac.id

SURAT KETERANGAN SUMBANGAN BUKU

Nomor : B-4838/Un.19/K.Pus/PP.06.1/11/2023

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : UMMI NUR LATHIFAH
NIM : 1917201108
Program : SARJANA / S1
Fakultas/Prodi : FEBI / ES

Telah menyumbangkan (menghambakan) buku ke Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan Judul, Pengarang, Tahun dan Penerbit ditentukan dan atau disetujui oleh Kepala Perpustakaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sepenuhnya.

Purwokerto, 20 November 2023



Kepala,

Indah Wijaya Antasari

Lampiran 14: Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: fobi.unsaiwu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Prodi/semester : ES/IX
Desen Pembimbing : Shofiyulloh, M.H.I
Judul Skripsi : Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ecoprint Sekar Langit Dalam Memberdayakan Perekonomian Masyarakat Melalui Basis Ekonomi Kreatif

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	28 September 2023	Konsultasi judul (ganti judul)		
2	29 September 2023	Konsultasi latar belakang masalah + rumusan masalah		
3	3 Oktober 2023	Cover revisi + spasi pada kutipan langsung diperbaiki		
4	5 Oktober 2023	Tabel target, strategi, dan sasaran (dibuat)		
5	11 Oktober 2023	Langkah-langkah pembuatan ecoprint harus jelas. (bahan t)		
6	16 Oktober 2023	Macam-macam daun dan bunga ecoprint (ditambah)		
7	19 Oktober 2023	Ukuran kain harus jelas		
8	20 Oktober 2023	Kepenulisan strategi, genrek spasinya dibenarkan.		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: fobi.unsaiwu.ac.id

9	23 Oktober 2023	Menambahkan data strategi, UMKM, dan ekonomi kreatif.		
10	24 Oktober 2023	Logo ecoprint sekar langit (saran)		
11	26 Oktober 2023	Abstrak		
12	30 Oktober 2023	Abstrak dan simpulan tidak menggunakan definisi		
13	1 November 2023	Landasan teor. → ayat al-Qur'an dibetulkan		
14	6 November 2023	Membuat persambutan + Motto		
15	10 November 2023	Pedoman transliterasi (italic) + membuat kata pengantar		
16	13 November 2023	ACC Munaqosah		

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
**) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 15 Nov 2023

Pembimbing

Shofiyulloh, M.H.I

NIP. 19870703 201903 1 004

Lampiran 15: Surat Rekomendasi Munaqosah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febl.uinsalzu.ac.id

REKOMENDASI MUNAQASAH

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Semester/ SKS : IX/ 142 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 14 November 2023
Dosen Pembimbing



Shofiyulloh, M.H.I.

Lampiran 15: Surat Rekomendasi



ECOPRINT SEKAR LANGIT BAJONG

Jl. Raya PUK No.4, Dusun No. 3 Rt 002 Rw 003, Dusun 3, Bajorng,
Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga
Kode Pos. 53383 Telp. +89618401527

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor: 001/ESL/X/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Sri Hidayati
Jabatan : Ketua
Alamat : Jl. Raya PUK No.4, Dusun No. 3 Rt 002 Rw 003, Dusun 3, Bajorng,
Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga, Kode Pos. 53382

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa/i yang beridentitas:

Nama : Ummi Nur Lathifah
NIM : 1917201108
Jurusan : Ekonomi Syariah
Perguruan tinggi : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Telah selesai melaksanakan penelitian mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di *Ecoprint* Sekar Langit, terhitung mulai tanggal 7 Oktober 2023 sampai dengan 18 Oktober 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "STRATEGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH *ECOPRINT* SEKAR LANGIT DALAM MEMBERDAYAKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT MELALUI BASIS EKONOMI KREATIF".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Purbalingga, 29 Oktober 2023
Ketua *Ecoprint* Sekar Langit



Lampiran 16: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Ummi Nur Lathifah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Purbalingga, 9 Maret 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Cipawon Rt 003 Rw 003, Kecamatan Bukateja,
Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53382
5. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Karsono
 - b. Ibu : Sukini
6. Pekerjaan Orang Tua
 - a. Ayah : Petani
 - b. Ibu : Ibu Rumah Tangga
7. Pendidikan Formal
 - a. SD Negeri 1 Cipawon (2007 - 2013)
 - b. SMP Negeri 2 Bukateja (2013 - 2016)
 - c. SMK Negeri 1 Bukateja (2016 - 2019)
8. Pendidikan Non Formal : Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an 2 Ciwarak
(2019 – 2023)
9. Pengalaman Organisasi
 - a. Pengurus Keamanan Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an 2 Ciwarak (2021 - 2022)
 - b. Sekretaris Taekwondo Garuda Skansika (2017 - 2019)
 - c. Fospura UIN Saizu (2019 - 2020)
10. Pengalaman Kerja
 - a. Content Creator Vindeco Florist Purbalingga (2022 - 2023)
 - b. Tentor privat Sekolah Dasar (SD) (2022 s/d sekarang)

Purwokerto, 13 November 2023



Ummi Nur Lathifah