

**OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
PELAKU INDUSTRI HANDICRAFT: KAJIAN MAQASHID SYARIAH**

***¹Fatimatuzzahro, ²Fakhri Arif Billah, ³Risanda A Budiantoro, ⁴Faishol Luthfi**

^{1,2}Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, ³Program studi
Ekonomi dan keuangan Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis, ⁴Program studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1,2}Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, ³Universitas Negeri Semarang,
⁴Universitas Tanjungpura Pontianak

*Corresponding Author: fatimatuz.zahro95@uinkhas.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Optimalisasi;
Peningkatan
Pendapatan;
Maqashid Syariah.*

Cara Sitasi:

Penulis,
Fatimatuzzahro.
"Optimalisasi
Ekonomi Kreatif
dalam Meningkatkan
Pendapatan
Pelaku Industri
Handicraft: Kajian
Maqashid Syariah."
Currency:
Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah
[Volume 05, Nomor 01](#)
Juli 2026

ABSTRAK

Ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi pembangunan yang berorientasi pada pemanfaatan kreativitas, inovasi, dan potensi lokal untuk menciptakan nilai tambah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Industri *handicraft* sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat pemberdayaan ekonomi berbasis kearifan lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pelaku industri *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember serta mengkajinya berdasarkan perspektif *maqashid syariah*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pelaku industri *handicraft* ditentukan oleh enam faktor utama, yaitu modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Modal usaha yang dikelola secara efisien, pengalaman usaha yang mendorong inovasi, tenaga kerja yang terampil, proses produksi yang menghasilkan nilai tambah, strategi pemasaran berbasis digital dan pelanggan tetap, serta pengelolaan keuangan yang baik terbukti berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa pencatatan keuangan masih belum dilakukan secara sistematis dan kemitraan usaha dengan pemerintah maupun sektor swasta masih terbatas sehingga menjadi kendala dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan. Ditinjau dari perspektif *maqashid syariah*, optimalisasi ekonomi kreatif telah mencerminkan terwujudnya lima tujuan pokok syariat, yaitu menjaga agama (*hifzh al-din*), jiwa

(*hifzh al-nafs*), akal (*hifzh al-'aql*), harta (*hifzh al-mal*), dan keturunan (*hifzh al-nasl*). Penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi ekonomi kreatif tidak hanya meningkatkan pendapatan pelaku industri *handicraft*, tetapi juga menciptakan kemaslahatan sosial melalui pemberdayaan masyarakat dan mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

*The creative economy is one of the development strategies that emphasizes the utilization of creativity, innovation, and local potential to generate added value and improve community welfare. The handicraft industry, as one of the creative economy subsectors, plays a significant role in increasing community income while strengthening local wisdom-based economic empowerment. This study aims to analyze the optimization of the creative economy in improving the income of handicraft industry entrepreneurs in Tutul Village, Balung District, Jember Regency, and to examine it from the perspective of Maqashid Sharia. This study employed a qualitative approach using a phenomenological research design. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving five handicraft business owners. Data were analyzed using the interactive analysis model of Miles, Huberman, and Saldaña, which consists of data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The trustworthiness of the data was ensured through source triangulation and methodological triangulation. The findings reveal that the optimization of the creative economy in improving the income of handicraft entrepreneurs is determined by six key factors: business capital, business experience, labor, production, marketing, and financial management. Efficient capital management, extensive business experience that fosters innovation, skilled labor, value-added production processes, digital marketing strategies supported by loyal customers, and sound financial management significantly contribute to increasing business income. However, the study also found that financial record-keeping has not yet been systematically implemented and that business partnerships with government institutions and the private sector remain limited, thereby constraining sustainable business development. From the perspective of Maqashid Sharia, the optimization of the creative economy reflects the realization of the five essential objectives of Islamic law: the protection of religion (*hifzh al-din*), life (*hifzh al-nafs*), intellect (*hifzh al-'aql*), wealth (*hifzh al-mal*), and progeny (*hifzh al-nasl*). This study concludes that optimizing the creative economy not only enhances the income of handicraft entrepreneurs but also promotes social welfare through community empowerment and supports sustainable*

economic development in accordance with the principles of Islamic economics.

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi global yang semakin dinamis menuntut setiap negara untuk membangun strategi pembangunan yang mampu beradaptasi terhadap perubahan teknologi, pola konsumsi masyarakat, dan persaingan pasar. Salah satu pendekatan yang berkembang dalam beberapa dekade terakhir adalah ekonomi kreatif, yaitu konsep pembangunan ekonomi yang menempatkan kreativitas, inovasi, pengetahuan, dan pemanfaatan budaya lokal sebagai sumber utama penciptaan nilai tambah ekonomi (Howkins, 2024). Berbeda dengan sektor ekonomi konvensional yang bertumpu pada eksploitasi sumber daya alam, ekonomi kreatif mengandalkan kualitas sumber daya manusia sebagai faktor utama dalam menghasilkan produk dan jasa yang memiliki daya saing tinggi. Oleh karena itu, ekonomi kreatif dipandang sebagai salah satu instrumen strategis dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Perkembangan industri kreatif di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif. Aktivitas ekonomi kreatif yang tumbuh di wilayah perkotaan maupun pedesaan telah menjadi penggerak baru dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran. Peran tersebut selaras dengan agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya tujuan kedelapan (*Decent Work and Economic Growth*) yang menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi yang inklusif, produktif, dan berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan sektor ekonomi kreatif tidak hanya berorientasi pada peningkatan nilai ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan sosial yang berkeadilan dan berkelanjutan (Creswell, 2018).

Meskipun demikian, Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan pembangunan ekonomi, terutama tingginya angka kemiskinan, pengangguran, serta rendahnya produktivitas masyarakat pada sektor informal. Permasalahan tersebut erat kaitannya dengan terbatasnya kesempatan kerja dan rendahnya tingkat pendapatan rumah tangga. (Nova Amelia, 2026) Dalam konteks tersebut, ekonomi kreatif menjadi salah satu alternatif solusi karena mampu mengoptimalkan potensi lokal melalui inovasi produk, kreativitas masyarakat, dan pengembangan kewirausahaan berbasis sumber daya yang tersedia di setiap daerah. Pemanfaatan kreativitas dalam menghasilkan produk bernilai tambah diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat.

Kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2025, sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar 7,44% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, menyerap 18,70% tenaga kerja, serta memberikan kontribusi 11,80% terhadap nilai ekspor Indonesia. Selain itu, terdapat sekitar 8,2 juta unit usaha kreatif yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia dengan tiga subsektor terbesar, yaitu kuliner, fesyen, dan kriya (*craft*). Data tersebut menunjukkan bahwa ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus memperluas kesempatan kerja (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

Tabel 1. Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Produk Domestik Bruto

<i>Tahun</i>	<i>Kontribusi Terhadap PDB</i>
2013	Rp. 708, 27 T
2014	Rp. 784, 87 T

2015	Rp. 852, 56 T
2016	Rp. 922, 59 T
2017	Rp. 1.009 T
2018	Rp. 1.105 T
2019	Rp. 1.200 T
2020	Rp. 1.100 T
2021	Rp. 1.134 T
2022	Rp. 1.280 T
2023	Rp. 1.300 T
2024	Rp. 1.611 T
2025	Rp. 1.757 T

Sumber : Lokadata.id, 2026

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa ekonomi kreatif terbukti berperan besar terhadap ekonomi nasional. Tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif terbukti lebih cepat pulih dibandingkan rata-rata tenaga kerja di sektor lain secara nasional. Hal ini disebabkan oleh sifat sektor ekonomi kreatif yang lebih inklusif dan mudah diakses oleh pelaku usaha baru. Oleh karena itu, sektor ini berpotensi menjadi motor penggerak dalam penyerapan energi kerja sekaligus menciptakan lapangan usaha baru, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan.

Perkembangan ekonomi kreatif juga didukung oleh kebijakan pemerintah melalui penguatan kelembagaan, yang semula berada di bawah Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan selanjutnya diintegrasikan ke dalam Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023). Kebijakan tersebut memperkuat ekosistem industri kreatif melalui peningkatan promosi, pemasaran, pembinaan usaha, dan perluasan akses pasar. Salah satu subsektor yang memperoleh perhatian besar adalah industri kriya (*handicraft*), mengingat Indonesia memiliki kekayaan budaya dan kerajinan lokal yang sangat beragam. Produk kriya Indonesia bahkan telah dipromosikan melalui berbagai pameran internasional yang diselenggarakan oleh Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia (ASEPHI) sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global (Kotler et al., 2022).

Salah satu daerah yang memiliki potensi besar pada subsektor kriya adalah Kabupaten Jember, khususnya Desa Tutul, Kecamatan Balung, yang dikenal sebagai sentra industri kerajinan tangan. Masyarakat desa tersebut telah mengembangkan berbagai produk kerajinan berbasis kreativitas lokal yang mampu menyerap tenaga kerja dan menjadi sumber pendapatan utama masyarakat. Namun demikian, perkembangan industri *handicraft* masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal, lemahnya pengelolaan keuangan usaha, serta terbatasnya akses pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan pendapatan pelaku usaha belum berlangsung secara optimal meskipun potensi ekonomi yang dimiliki relatif besar.

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor ekonomi kreatif telah menunjukkan potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru di berbagai negara. Di Indonesia, industri kreatif khususnya dalam bidang kriya atau *handycraft* telah menjadi salah satu sektor yang semakin berkembang dan diminati oleh masyarakat. Namun, masih terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal pendapatan antara pelaku industri kriya dengan sektor-sektor kreatif lainnya seperti penerbitan, musik, dan desain grafis. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menunjukkan bahwa meskipun kontribusi sektor

kriya terhadap PDB nasional cukup signifikan, pendapatan rata-rata pelaku industri ini masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan sektor-sektor kreatif lainnya yang lebih modern dan teknologi-intensif.

Tabel 2. Perbandingan Pendapatan Sektor Ekonomi Kreatif

Sektor Ekonomi Kreatif	Kisaran Bulanan (IDR)	Pendapatan	Keterangan
<i>Penerbitan Musik</i>	Rp.5.000.000 Rp.15.000.000	s/d	Menggunakan platform digital untuk distribusi dan promosi musik.
<i>Desain Grafis</i>	Rp.6.000.000 Rp.20.000.000	s/d	Menggunakan perangkat lunak desain dan platform online untuk layanan dan produk.
<i>Film & Animasi</i>	Rp.8.000.000 Rp.25.000.000	s/d	Menggunakan teknologi canggih untuk produksi dan distribusi konten visual.
<i>Pengembangan Aplikasi & Game</i>	Rp.10.000.000 Rp.30.000.000	s/d	Mengandalkan teknologi tinggi dan platform digital untuk distribusi.
<i>Fotografi & Videografi</i>	Rp.5.000.000 Rp.18.000.000	s/d	Menggunakan peralatan modern dan media digital untuk produksi
<i>Penerbitan Buku & Konten Digital</i>	Rp.4.000.000 Rp.12.000.000	s/d	Menggunakan platform digital untuk penerbitan dan distribusi konten.

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha mikro dan pengembangan ekonomi lokal. Akan tetapi, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek ekonomi dan strategi pemasaran, sedangkan kajian yang mengintegrasikan optimalisasi ekonomi kreatif dengan perspektif maqashid syariah, khususnya pada industri handicraft di Desa Tutul Kabupaten Jember, masih relatif terbatas. Padahal, perspektif maqashid syariah memberikan dimensi yang lebih komprehensif dalam menilai keberhasilan suatu aktivitas ekonomi, tidak hanya dari aspek peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kemaslahatan yang diwujudkan melalui perlindungan agama (*hifzh al-din*), jiwa (*hifzh al-nafs*), akal (*hifzh al-'aql*), harta (*hifzh al-mal*), dan keturunan (*hifzh al-nasl*). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi ekonomi kreatif sebagai strategi peningkatan pendapatan pelaku industri handicraft di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, serta mengkajinya berdasarkan perspektif maqashid syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian ekonomi kreatif berbasis ekonomi Islam serta menjadi rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi pengembangan industri kreatif yang berkelanjutan (Muhammad Al-Tahir, 2006).

Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis

Ekonomi kreatif merupakan paradigma pembangunan ekonomi yang menempatkan kreativitas, inovasi, pengetahuan, serta pemanfaatan kekayaan intelektual sebagai sumber utama penciptaan nilai tambah. Berbeda dengan ekonomi berbasis sumber daya alam, ekonomi kreatif bertumpu pada kemampuan sumber daya manusia dalam menghasilkan produk dan jasa yang memiliki keunikan, daya saing, serta nilai ekonomi yang tinggi. Menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD)(Howkins, 2024), ekonomi kreatif mencakup seluruh aktivitas ekonomi yang berasal dari penciptaan, produksi, distribusi, dan komersialisasi barang maupun jasa yang berbasis kreativitas, budaya, serta hak kekayaan intelektual.

Di Indonesia, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi sektor ini tidak hanya tercermin dari peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga dari kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, memperluas kesempatan berusaha, dan mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Di antara berbagai subsektor ekonomi kreatif, industri kriya (*handicraft*) memiliki karakteristik yang unik karena mengintegrasikan kreativitas, kearifan lokal, nilai budaya, serta keterampilan masyarakat menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, optimalisasi ekonomi kreatif pada subsektor *handicraft* tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga menjadi instrumen pelestarian budaya lokal dan pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan (Suciu, 2001).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain inovasi produk, kualitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, akses pasar, jejaring bisnis, serta dukungan kebijakan pemerintah. Optimalisasi faktor-faktor tersebut akan meningkatkan daya saing usaha dan menciptakan nilai tambah yang berdampak langsung terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku industri kreatif.

1. Pendapatan Pelaku Industri Handicraft

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan ekonomi yang diperoleh individu atau kelompok usaha dalam periode tertentu sebagai hasil dari aktivitas produksi maupun perdagangan barang dan jasa. Dalam perspektif ekonomi mikro, peningkatan pendapatan mencerminkan keberhasilan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif sehingga mampu menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan.

Pada industri *handicraft*, tingkat pendapatan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, inovasi desain, efisiensi proses produksi, strategi pemasaran, akses terhadap teknologi digital, serta kemampuan membangun jaringan pemasaran. Produk kerajinan yang memiliki diferensiasi tinggi dan mampu mengikuti perkembangan preferensi konsumen cenderung memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan produk yang bersifat konvensional.

Selain aspek ekonomi, peningkatan pendapatan juga memiliki implikasi sosial yang luas, yaitu meningkatkan kesejahteraan keluarga, memperluas kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, optimalisasi ekonomi kreatif pada industri *handicraft* tidak hanya dipandang sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

2. Maqashid Syariah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif

Maqashid syariah merupakan tujuan utama syariat Islam yang berorientasi pada terwujudnya kemaslahatan (*maslahah*) dan pencegahan kerusakan (*mafsadah*) dalam kehidupan manusia. Menurut Al-Syatibi dan dikembangkan lebih lanjut oleh Auda, *maqashid*

syariah menjadi kerangka normatif dalam menilai seluruh aktivitas ekonomi agar tidak hanya menghasilkan keuntungan material, tetapi juga memberikan manfaat sosial yang berkelanjutan.

Lima tujuan pokok *maqashid syariah* meliputi perlindungan agama (*hifzh al-din*), perlindungan jiwa (*hifzh al-nafs*), perlindungan akal (*hifzh al-'aql*), perlindungan harta (*hifzh al-mal*), dan perlindungan keturunan (*hifzh al-nasl*). Dalam konteks ekonomi kreatif, kelima dimensi tersebut dapat diimplementasikan melalui praktik usaha yang halal, jujur, adil, serta berorientasi pada keberlanjutan.

Prinsip *hifzh al-din* diwujudkan melalui kepatuhan pelaku usaha terhadap nilai-nilai syariah dalam proses produksi maupun transaksi. *Hifzh al-nafs* tercermin dalam penciptaan lapangan kerja yang layak dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Hifzh al-'aql* diwujudkan melalui peningkatan kompetensi, kreativitas, inovasi, dan penguasaan teknologi oleh pelaku usaha. Selanjutnya, *hifzh al-mal* menekankan pentingnya pengelolaan aset, pencatatan keuangan, dan transaksi yang transparan sehingga mampu menjaga keberlangsungan usaha. Adapun *hifzh al-nasl* diwujudkan melalui pengembangan usaha yang berkelanjutan sehingga dapat diwariskan kepada generasi berikutnya serta tetap mempertahankan nilai budaya lokal.

Dengan demikian, *maqashid syariah* memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam menilai keberhasilan ekonomi kreatif. Keberhasilan usaha tidak hanya diukur berdasarkan peningkatan pendapatan, tetapi juga berdasarkan sejauh mana aktivitas ekonomi tersebut mampu menciptakan kemaslahatan bagi individu, masyarakat, dan lingkungan secara berkelanjutan.

3. Penelitian Terdahulu dan Research Gap

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian Lismiatun menemukan bahwa inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha kreatif. Penelitian Rahman dkk. juga menyimpulkan bahwa pengembangan industri kreatif mampu memperkuat ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan nilai tambah produk (Lismiatun, 2026).

Di sisi lain, penelitian Kumbara. menegaskan bahwa strategi pemasaran digital menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kinerja usaha kreatif. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih menitikberatkan pada aspek ekonomi dan pemasaran tanpa mengintegrasikan dimensi nilai-nilai Islam sebagai indikator keberhasilan pembangunan ekonomi (Kumbara, 2025).

Berdasarkan telaah literatur tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*), yaitu terbatasnya kajian yang menganalisis optimalisasi ekonomi kreatif pada subsektor *handicraft* dengan menggunakan perspektif *maqashid syariah*. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana strategi optimalisasi ekonomi kreatif tidak hanya meningkatkan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga mewujudkan kemaslahatan melalui pemenuhan lima tujuan utama *maqashid syariah*

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, serta makna yang dibangun oleh pelaku industri *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember dalam mengoptimalkan ekonomi kreatif sebagai strategi peningkatan pendapatan usaha yang ditinjau dari perspektif *maqashid syariah*. Melalui

pendekatan ini, peneliti berupaya mengungkap realitas sosial berdasarkan pengalaman hidup (*lived experience*) para informan sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti (Matthew B. Miles A. Michael Huberman, 1994).

Objek penelitian adalah pelaku industri *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam aktivitas ekonomi kreatif. Informan terdiri atas pemilik usaha, pengrajin, perangkat desa, serta pihak lain yang relevan dengan pengembangan industri *handicraft*. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi terhadap pelaku industri *handicraft*. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen, laporan pemerintah, publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, artikel ilmiah, serta berbagai literatur yang berkaitan dengan ekonomi kreatif, pendapatan usaha, dan *maqashid syariah* (Nurlia et al., 2023).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode. Pertama, observasi, yaitu mengamati secara langsung aktivitas produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha *handicraft*. Kedua, wawancara mendalam, yang dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi mengenai strategi optimalisasi ekonomi kreatif, faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan pendapatan, serta implementasi nilai-nilai *maqashid syariah* dalam kegiatan usaha. Ketiga, dokumentasi, yaitu pengumpulan berbagai dokumen pendukung berupa profil usaha, catatan kegiatan, foto, arsip, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Definisi operasional penelitian difokuskan pada dua konsep utama. Optimalisasi ekonomi kreatif dimaknai sebagai berbagai strategi yang dilakukan pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usaha melalui inovasi produk, peningkatan kualitas produk, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan jaringan pemasaran. Adapun peningkatan pendapatan diartikan sebagai bertambahnya penerimaan usaha yang diperoleh dari aktivitas produksi dan penjualan produk *handicraft*. Selanjutnya, implementasi *maqashid syariah* dianalisis berdasarkan lima dimensi utama, yaitu perlindungan agama (*hifzh al-din*), jiwa (*hifzh al-nafs*), akal (*hifzh al-'aql*), harta (*hifzh al-mal*), dan keturunan (*hifzh al-nasl*) sebagai indikator kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang meliputi tiga tahapan, yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*). Analisis dilakukan secara berulang sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai sehingga diperoleh interpretasi yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti (Matthew B. Miles A. Michael Huberman, 1994).

Untuk menjamin kredibilitas hasil penelitian, uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan dan dokumen penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga validitas dan konsistensi data dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Hasil Penelitian

Optimalisasi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Industri Handicraft

Berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap lima pelaku industri *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, ditemukan bahwa optimalisasi ekonomi kreatif telah menjadi strategi utama dalam meningkatkan

pendapatan pelaku usaha. Strategi tersebut diwujudkan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas produksi, pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran, penguatan hubungan dengan pelanggan tetap, serta pengelolaan sumber daya produksi secara efektif. Temuan ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh pelaku usaha merupakan pendapatan permanen yang berasal dari aktivitas usaha kerajinan yang dijalankan secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri *handicraft* mampu menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat Desa Tutul sekaligus meningkatkan ketahanan ekonomi rumah tangga.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugroho dan Widodo yang menyatakan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM melalui penciptaan nilai tambah produk dan peningkatan daya saing usaha. (Manurung et al., 2025) Demikian pula Rahman et al. menemukan bahwa industri kreatif mampu memperkuat ekonomi lokal melalui peningkatan produktivitas dan penyerapan tenaga kerja. Akan tetapi, penelitian ini memberikan temuan yang lebih spesifik bahwa peningkatan pendapatan tidak hanya dipengaruhi oleh inovasi produk, tetapi juga oleh keberhasilan pelaku usaha mempertahankan pelanggan tetap dan memanfaatkan potensi budaya lokal sebagai identitas produk kerajinan. (Gustina Masitoh et al., 2026)

1. Modal Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha menggunakan modal yang berasal dari dana pribadi dan melakukan pengembangan usaha secara bertahap melalui keuntungan yang diperoleh. Keterbatasan modal menyebabkan kapasitas produksi belum berkembang secara optimal, terutama dalam pembelian peralatan produksi modern dan diversifikasi produk.

Tabel 3. Modal Pengrajin *Handycraft*

No.	Nama Pengrajin	Nama Usaha	Modal	Sumber Modal
1.	Eko Hadi P	Aren <i>Handycraft</i>	0	Warisan Usaha Keluarga
2.	Budi Yuli W	<i>Handycraft</i> Budi Dolaris	1.500.000	Tabungan Pribadi
3.	Mulyadi	PT. Nuansa Alam Oil	0	Usaha Mandiri Tanpa Modal Awal
4.	Hasbullah Hasbi	UD. TMH <i>Handycraft</i>	1.000.000	Tabungan Pribadi
5.	Abdul Hadi	Hadi <i>Handycraft</i>	500.000	Tabungan Pribadi

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Hasil ini mendukung penelitian Tambunan yang menjelaskan bahwa keterbatasan akses pembiayaan masih menjadi kendala utama perkembangan UMKM di Indonesia. Penelitian Wulandari et al. juga menemukan bahwa keterbatasan modal menghambat adopsi teknologi digital pada industri kreatif. Namun demikian, berbeda dengan penelitian tersebut, pengrajin di Desa Tutul tetap mampu mempertahankan keberlangsungan usaha melalui pengelolaan modal secara mandiri dan efisiensi biaya produksi. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mengelola modal memiliki peran yang sama pentingnya dengan besarnya modal yang dimiliki.

2. Pengalaman Usaha

Pengalaman menjalankan usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan. Seluruh informan telah menjalankan usaha selama bertahun-tahun sehingga

memiliki kemampuan membaca kebutuhan pasar, menjaga kualitas produk, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Tabel 4. Informasi Pendapatan Per Tahun Pengrajin *Handycraft*

No.	Nama Pengrajin	Nama Usaha	Jumlah Pendapatan
1.	Eko Hadi Purnomo	Aren <i>Handycraft</i>	100-200 Juta
2.	Budi Yuli Winarso	Budi Dolaris <i>Handycraft</i>	25 Juta
3.	Mulyadi	PT. Nuansa Alam Oil	30 Juta
4.	Hasbullah Hasbi	UD. TMH <i>Handycraft</i>	200 Juta
5.	Abdul Hadi	Hadi <i>Handycraft</i>	90 Juta

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Temuan ini konsisten dengan teori Schumpeter yang menempatkan pengalaman dan inovasi sebagai faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha. Penelitian Rahman et al. juga menunjukkan bahwa pengalaman usaha berpengaruh terhadap kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi produk. Penelitian ini melengkapi temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pengalaman usaha juga berperan dalam membangun kepercayaan pelanggan, yang menjadi modal sosial penting bagi keberlanjutan industri *handicraft*.

3. Tenaga Kerja

Sebagian besar tenaga kerja berasal dari masyarakat sekitar Desa Tutul yang memiliki keterampilan mengolah kayu menjadi berbagai produk kerajinan. Keterampilan tersebut diperoleh melalui proses pembelajaran secara turun-temurun sehingga kualitas produk tetap terjaga.

Temuan ini memperkuat penelitian *Local Economic and Employment Development* (Local Economic and Employment Development, 2022) yang menyatakan bahwa ekonomi kreatif memiliki kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja berbasis keterampilan lokal. Selain itu, penelitian Azam dan Abdullah menunjukkan bahwa industri kreatif mampu meningkatkan pembangunan ekonomi yang inklusif melalui pemberdayaan masyarakat. Pada penelitian ini, pemberdayaan tersebut terlihat dari meningkatnya kesempatan kerja bagi masyarakat desa tanpa harus meninggalkan daerah asalnya.

4. Produksi

Implementasi ekonomi kreatif pada aspek produksi diwujudkan melalui diversifikasi produk, peningkatan kualitas bahan baku, serta inovasi desain yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Meskipun seluruh pengrajin menggunakan bahan baku utama berupa kayu, setiap pelaku usaha mampu menghasilkan produk dengan karakteristik dan nilai estetika yang berbeda sehingga memiliki daya saing di pasar.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Howkins yang menyatakan bahwa kreativitas merupakan sumber utama penciptaan nilai tambah dalam ekonomi kreatif. Penelitian Meidyasari juga menunjukkan bahwa inovasi produk merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha kreatif. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa diferensiasi produk berbasis budaya lokal menjadi keunggulan kompetitif industri *handicraft* di Desa Tutul (Meidyasari, 2024).

5. Pemasaran

Pada aspek pemasaran, pelaku usaha memanfaatkan kombinasi pemasaran konvensional dan digital. Sebagian besar produk dipasarkan melalui pelanggan tetap, pameran, media sosial, dan aplikasi komunikasi digital. (Rahmi Darmansyah et al., 2025)

Tabel 5. Bahan Dasar Produksi Industri *Handycraft* Di Desa Tutul

No.	Nama Pengrajin	Jenis Usaha	Bahan Dasar Utama
-----	----------------	-------------	-------------------

1.	Eko Hadi Purnomo	Alat Dapur	• Kayu Aren • Kayu Jati • Kayu Mahoni
2.	Budi Yuli Winarso	Manik-Manik	• Kayu Gaharu • Kayu Kelengkeng • Kayu Kopi
3.	Mulyadi	Pipa Rokok, Tasbih, Minyak Parfum	• Kayu Gaharu • Kayu Cendana
4.	Hasbullah Hasbi	Tasbih, Tongkat Komando	• Kayu Nagasari • Kayu Gaharu • Kayu Nusantara Lainnya
5.	Abdul Hadi	Tasbih, Pipa Rokok, Tongkat Komando	• Kayu Kelor Hitam • Kayu Galeh Asem • Tulang Sapi dan Tanduk Sapi

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Gambar 1.1
Proses Pembuatan & Produk Handycraft Di Desa Tutul



Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Temuan ini sejalan dengan penelitian virgin (Virgin Junio Arizona & Dwi Astuti, 2025). yang menjelaskan bahwa pemanfaatan pemasaran digital meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing UMKM. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media digital, tetapi juga dipengaruhi oleh loyalitas pelanggan serta promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), yang masih menjadi strategi pemasaran utama bagi pengrajin di Desa Tutul.

6. Manajemen Keuangan

Aspek manajemen keuangan masih menjadi kelemahan utama pelaku usaha. Sebagian besar informan belum melakukan pencatatan keuangan secara sistematis sehingga pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga belum dilakukan secara optimal.

Temuan ini mendukung penelitian World Bank yang menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu hambatan utama pengembangan UMKM di negara

berkembang. Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Tambunan bahwa lemahnya administrasi keuangan menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menyusun strategi pengembangan usaha. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas manajemen keuangan menjadi kebutuhan penting bagi keberlanjutan industri *handicraft* (Syah Budi, 2023).

7. Kondisi Ekonomi

Seluruh informan menyatakan bahwa implementasi ekonomi kreatif telah meningkatkan pendapatan usaha dibandingkan pada masa awal menjalankan bisnis. Peningkatan tersebut berdampak pada bertambahnya kesejahteraan keluarga, meningkatnya daya beli masyarakat, serta terbukanya kesempatan kerja baru di lingkungan sekitar.

Tabel 7. Fluktuatif Pendapatan Per Tahun Pengrajin *Handycraft*

No.	Nama Pengrajin	Sebelum Mengenal Ekonomi Kreatif	Sesudah Mengenal Ekonomi Kreatif	Fluktuasi Pendapatan
1.	Eko Hadi P	3.000.000	100-200 Juta	Naik
2.	Budi Yuli W	5.000.000	≤ 25 Juta	Tetap
3.	Mulyadi	2.500.000	30 Juta	Naik
4.	Hasbi	5.000.000	200 Juta	Naik
5.	Abdul Hadi	2.500.000	90 Juta	Naik

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Temuan ini konsisten dengan laporan UNCTAD yang menegaskan bahwa ekonomi kreatif memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif dan pembangunan berkelanjutan. Penelitian *Local Economic and Employment Development* juga menunjukkan bahwa industri kreatif mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan nilai ekonomi berbasis budaya lokal.

8. Kemitraan Usaha

Penelitian menunjukkan bahwa pola kemitraan yang dilakukan pelaku usaha masih terbatas pada hubungan dengan pemasok bahan baku dan pelanggan tetap. Belum terdapat kerja sama formal dengan pemerintah, koperasi, lembaga keuangan, maupun sektor swasta dalam pengembangan usaha.

Hasil ini berbeda dengan penelitian Sulthon (Sulton et al., 2025) yang menemukan bahwa kemitraan strategis menjadi faktor penting dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan kapasitas produksi industri kreatif. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan industri *handicraft* di Desa Tutul masih memiliki peluang besar untuk ditingkatkan melalui kolaborasi multipihak. Penguatan kemitraan diharapkan mampu memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan inovasi produk, serta memperkuat daya saing usaha pada tingkat nasional maupun internasional.

Analisis Maqashid Syariah Dalam Menganalisis Optimalisasi Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, implementasi ekonomi kreatif pada industri *handicraft* di Desa Tutul tidak hanya memberikan dampak ekonomi berupa peningkatan pendapatan, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas usaha. Seluruh informan menyatakan bahwa usaha kerajinan yang dijalankan merupakan sumber pendapatan utama keluarga yang diperoleh melalui proses produksi dan transaksi yang halal, mengedepankan kejujuran, kualitas produk, serta tanggung jawab kepada

konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan tidak hanya diukur dari aspek material, tetapi juga dari keberkahan usaha yang diperoleh melalui aktivitas ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi ekonomi kreatif dapat dianalisis melalui perspektif *maqashid syariah* yang meliputi lima tujuan pokok syariat (*al-dharuriyyat al-khams*), yaitu *hifzh al-din*, *hifzh al-nafs*, *hifzh al-'aql*, *hifzh al-mal*, dan *hifzh al-nasl*.

1. Hifzh al-Din (Perlindungan Agama)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku industri *handicraft* menjalankan aktivitas usaha berdasarkan prinsip kejujuran (*sidq*), amanah, serta menghindari praktik yang bertentangan dengan syariat, seperti penipuan, manipulasi kualitas produk, maupun transaksi yang mengandung unsur riba. Seluruh informan memandang bahwa usaha merupakan bagian dari ibadah sehingga keuntungan yang diperoleh harus berasal dari cara-cara yang halal. Dengan demikian, optimalisasi ekonomi kreatif tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pemeliharaan nilai-nilai keagamaan dalam aktivitas bisnis. (Ahmad Tadjudin, 2020)

Temuan ini sejalan dengan penelitian Chapra (2008) yang menegaskan bahwa aktivitas ekonomi dalam Islam harus diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) melalui penerapan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

2. Hifzh al-Nafs (Perlindungan Jiwa)

Optimalisasi ekonomi kreatif terbukti meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan tenaga kerja. Meningkatnya pendapatan memungkinkan pelaku usaha memenuhi kebutuhan dasar keluarga, seperti pangan, sandang, papan, kesehatan, dan kebutuhan hidup lainnya. Selain itu, berkembangnya industri *handicraft* juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar sehingga mampu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Desa Tutul.

Temuan ini mendukung laporan UNCTAD (2022) yang menyatakan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang inklusif melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

3. Hifzh al-'Aql (Perlindungan Akal)

Peningkatan kreativitas dan inovasi merupakan karakteristik utama ekonomi kreatif yang ditemukan dalam penelitian ini. Para pengrajin terus mengembangkan desain produk, meningkatkan kualitas produksi, memanfaatkan pemasaran digital, serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Proses tersebut menunjukkan adanya upaya peningkatan kapasitas pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar.

Hasil ini memperkuat pandangan Howkins (2013) bahwa kreativitas merupakan modal utama dalam menghasilkan nilai tambah dan meningkatkan daya saing industri kreatif.

4. Hifzh al-Mal (Perlindungan Harta)

Aspek perlindungan harta tercermin dari kemampuan pelaku usaha mengelola sumber daya ekonomi untuk memperoleh pendapatan yang halal dan berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh pengelolaan modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, proses produksi, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana sehingga belum sepenuhnya mendukung pengelolaan aset usaha secara profesional. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan menjadi langkah

penting dalam menjaga keberlanjutan usaha dan mengoptimalkan pemanfaatan harta sesuai prinsip syariah.

5. *Hifzh al-Nasl* (Perlindungan Keturunan)

Keberlangsungan industri *handicraft* memberikan manfaat jangka panjang bagi keluarga dan masyarakat. Sebagian besar pelaku usaha melibatkan anggota keluarga dalam proses produksi sekaligus mentransfer keterampilan kerajinan kepada generasi berikutnya. Selain menjaga keberlanjutan usaha, proses tersebut juga berkontribusi dalam melestarikan budaya lokal sebagai identitas ekonomi kreatif Desa Tutul. Dengan demikian, industri *handicraft* tidak hanya menghasilkan manfaat ekonomi bagi generasi saat ini, tetapi juga menjadi aset produktif yang dapat diwariskan kepada generasi mendatang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi ekonomi kreatif pada industri *handicraft* di Desa Tutul telah memenuhi lima dimensi *maqashid syariah*. Keberhasilan peningkatan pendapatan tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi berupa modal usaha, pengalaman usaha, tenaga kerja, produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan, tetapi juga oleh penerapan nilai-nilai syariah yang mendorong terciptanya kemaslahatan (*maslahah*) bagi individu, keluarga, dan masyarakat. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan ekonomi kreatif dalam perspektif Islam tidak semata-mata diukur dari peningkatan pendapatan, melainkan juga dari kontribusinya dalam mewujudkan kesejahteraan yang berkeadilan, berkelanjutan, dan sesuai dengan tujuan syariat.

Tabel 8. Analisis Maqashid Syariah Dalam Menganalisis Optimalisasi Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan

<i>No.</i>	<i>Aspek</i>	<i>Unsur</i>	<i>Hasil</i>
1.	Dharuriyat	Agama (<i>Hifz Ad-diin</i>)	Ekonomi kreatif mendukung nilai-nilai syariah dengan menyediakan produk dan layanan yang halal dan etis.
		Akal (<i>Hifz Al-aql</i>)	Mendorong inovasi dan kreativitas, yang sejalan dengan pemeliharaan akal, pendidikan yang baik dan angka melek huruf meningkat.
		Harta (<i>Hifz Al-mal</i>)	Ekonomi kreatif membuka peluang pekerjaan dan sumber penghasilan baru.
		Jiwa (<i>Hifz An-nafs</i>)	Mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan, terjadinya peningkatan pendapatan dan terpenuhinya tujuan SDGs.
		Keturunan (<i>Hifz-nasl</i>)	Ekonomi kreatif yang berkelanjutan memberikan jaminan kesejahteraan bagi generasi selanjutnya.
2.	Hajiyat	Kebutuhan Sekunder	Memenuhi kebutuhan menyesuaikan dengan kebutuhan dharuriyat.
3.	Tahsiniyat	Kebutuhan Tersier	Memenuhi kebutuhan menyesuaikan dengan kebutuhan hajiyat.

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa optimalisasi ekonomi kreatif pada industri *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Optimalisasi tersebut diwujudkan melalui diversifikasi produk, peningkatan kualitas produk, pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran, serta penguatan hubungan dengan pelanggan dan pemasok. Strategi tersebut tidak hanya meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun internasional, tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi pengangguran, dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat desa. Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa pengembangan industri *handicraft* masih menghadapi beberapa kendala, terutama pada aspek manajemen keuangan yang belum terdokumentasi secara sistematis serta terbatasnya kemitraan strategis dengan pemerintah, lembaga keuangan, maupun sektor swasta. Oleh karena itu, penguatan kapasitas manajerial dan perluasan jejaring kemitraan menjadi faktor penting dalam mewujudkan pengembangan industri *handicraft* yang berkelanjutan.

Ditinjau dari perspektif *maqashid syariah*, Optimalisasi ekonomi kreatif pada industri *handicraft* telah mencerminkan terwujudnya lima tujuan pokok syariat (*al-dharuriyyat al-khams*). Prinsip *hifzh al-din* diwujudkan melalui pelaksanaan aktivitas usaha yang berlandaskan nilai-nilai kejujuran, amanah, dan transaksi yang halal. *Hifzh al-nafs* tercermin dari meningkatnya kesejahteraan pelaku usaha dan terciptanya kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. *Hifzh al-'aql* diwujudkan melalui pengembangan kreativitas, inovasi, dan peningkatan keterampilan pengrajin. *Hifzh al-mal* tercermin pada kemampuan pelaku usaha dalam memperoleh pendapatan yang halal dan menciptakan nilai tambah ekonomi, sedangkan *hifzh al-nasl* diwujudkan melalui keberlanjutan usaha yang mampu diwariskan kepada generasi berikutnya sekaligus menjaga eksistensi kerajinan berbasis budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi ekonomi kreatif tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga menghasilkan kemaslahatan (*maslahah*) yang mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah daerah dan instansi terkait perlu memperkuat program pendampingan bagi pelaku industri *handicraft* melalui pelatihan inovasi produk, digitalisasi pemasaran, pengelolaan keuangan usaha, serta fasilitasi kemitraan dengan lembaga keuangan, dunia usaha, dan pasar ekspor. Penguatan kolaborasi antarpemangku kepentingan diharapkan mampu meningkatkan daya saing industri *handicraft* sekaligus memperluas kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi daerah.

Bagi pelaku usaha *handicraft*, diperlukan peningkatan kapasitas dalam menerapkan pembukuan keuangan yang sistematis, memperluas jaringan pemasaran digital, serta membangun kemitraan yang lebih strategis dengan berbagai institusi untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan tanpa mengabaikan prinsip-prinsip *maqashid syariah*.

Daftar Pustaka

- Ahmad Tadjudin, A. (2020). Corak Pemikiran Hukum Teologi Asy'ariyyah; Studi Pemikiran Hukum Abu Hâmid Al-Ghazâli (450 H - 505 H) Dalam Al-Mustashfâ Min 'Ilm Al-Ushûl. Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.52593/mtq.01.1.01>
- Howkins, J. (2024). Creative economy outlook 2024. United Nations.
- Creswell, J. W. , & P. C. N. (2018). CRESWELLQualitative-Inquary-and-Research-Design-Creswell.

- Gustina Masitoh, Thamara Idil Fitri Marlina, Angga Pratama, Chika Dwi Oktavianai, & Feri Kurniawan. (2026). Kontribusi Pemberdayaan UMKM Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah dan Penyerapan Tenaga Kerja (Kuantitatif). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 430–447. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v6i1.6856>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2023*.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kumbara, P. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Teknologi. <https://doi.org/10.55681/economina.v477.1556>
- Lismiatun, S. E. (2026). *Manajemen Sumber Daya Manusia Digital (Rekonstruksi Strategi Organisasi Berbasis Human Capital)*. www.mediapustakaindo.com
- Local Economic and Employment Development. (2022). *The Culture Fix*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/991bb520-en>
- Manurung, L., Harya Ningsi, E., Widodo, S., & Author, K. (2025). Peran Program Pemberdayaan Umkm Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Klambir Lima, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deliserdang. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v15i2.4021>
- Matthew B. Miles A. Michael Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis*.
- Meidyasari, S. (2024). The Impact Of Digital Economy In Driving Economic Growth And Development In Indonesia. <https://injury.pusatpublikasi.id/index.php/in>
- Muhammad Al-Tahir, S. (2006). *Ibn Ashur on Maqasid al-Shariah [IIIT (c)2012 - Ebook Edition (PDF) created by R.P.Reed]*.
- Nova Amelia. (2026). Optimizing the Competitiveness of MSMEs in the Society 5.0 Era: An Analysis of the Influence of Digital Marketing, Halal Certification, and Social Media Interactivity in Medan City.
- Nurlia, N., Iskandar, A., Susilowati, D., Yuliani, T., Moorcy, N. H., Yusuf, T., Saraswati, W., Kasanah, U., & Oktavia, K. (2023). Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Para Pelaku Usaha di Kabupaten Penajam Paser Utara. *Abdimas Universal*, 5(2), 345–349. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v5i2.357>
- Rahmi Darmansyah, M., Nurlaili, Y., Amrin, S., Hendro Hadityo, C., Sari Simanullang, E., Faradilla Inonu, M., Nurmadewi, D., Rachman, A., Elhan Gea, N., Anam, C., Wulan Dari, I., Fadhil Medha, M., Dewi Setia Tarigan, E., Masruroh, B., Laksmi Rithmaya, C., & Putera Damai Daeli, H. (2025). *Manajemen Pemasaran di Era Digital Strategi dan Inovasi di Era Teknologi PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL*.
- Suciu, M.-C. (2001). *The Creative Economy*.
- Sulton, A., Nur Azizah, H., & Islam Raden Rahmat Malang, U. (2025). Strategi Digital Marketing Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada UMKM Halal. *Journal of Golden Generation Economic*, (1), 378–391.
- Syah Budi, M. (2023). Indonesian Creative Economy 2025: Creative Industries MSMEs Competitiveness Strategy Towards International Markets Through Soar Analysis. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 11(1), 13–26. <https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2023.011.01.2>
- Virgin Junio Arizona, & Dwi Astuti. (2025). Strategi Pemasaran Digital dan Operasional dalam Meningkatkan Kinerja UMKM: Tinjauan Pustaka Kualitatif. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(3), 83–86. <https://doi.org/10.61132/menawan.v3i3.1397>