

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor ekonomi kreatif di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir dan menjadi salah satu pilar penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Ekonomi kreatif berperan dalam menciptakan nilai tambah melalui inovasi, kreativitas, dan budaya lokal yang menjadi ciri khas masyarakat Indonesia. Sektor ini juga memiliki kontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus menjadi wadah bagi pelestarian budaya nasional. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan pelaku usaha yang didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keberadaan UMKM dalam ekosistem ekonomi kreatif tidak hanya berfungsi sebagai penghasil produk dan jasa bernilai tambah tinggi, tetapi juga sebagai wahana pelestarian kekayaan budaya bangsa yang diintegrasikan dengan aktivitas ekonomi produktif (Bekraf, 2019).

Peran UMKM dalam perekonomian nasional Indonesia menunjukkan signifikansi yang tidak terbantahkan sebagai tulang punggung pembangunan ekonomi berkelanjutan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024), UMKM berkontribusi sebesar 61 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional atau setara dengan Rp9.580 triliun. Dalam aspek ketenagakerjaan, UMKM mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja Indonesia, yang mencerminkan kapasitas luar biasa sektor ini dalam

menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran. Dari sisi kuantitas unit usaha, UMKM mendominasi lanskap bisnis nasional dengan jumlah mencapai 65,5 juta unit usaha atau 99 persen dari total unit usaha di Indonesia (Data Kementerian UMKM, 2024). Dominasi numerik ini menegaskan bahwa UMKM bukan sekadar pelengkap dalam struktur ekonomi nasional, melainkan merupakan fondasi utama yang menopang resiliensi dan dinamika perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi gejolak ekonomi global dan krisis multidimensional.

Tabel 1.1 Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Nasional Indonesia

Tahun	Indikator	Nilai	Persentase
2024	Kontribusi terhadap PDB	Rp9.580 triliun	61 persen
2024	Penyerapan Tenaga Kerja	119,6 juta orang	97 persen
2024	Jumlah Unit Usaha	65,5 juta unit	99 persen
2024	Kontribusi Ekspor	USD 278,8 miliar	14,37 persen

Sumber: Data Kementerian UMKM (2024); BPS (2024)

Subsektor kerajinan dan fesyen menempati posisi strategis dalam panorama ekonomi kreatif nasional sebagai salah satu pilar utama yang menghubungkan dimensi budaya dengan aktivitas ekonomi produktif. Di antara berbagai komoditas dalam subsektor ini, batik menonjol sebagai komoditas unggulan nasional yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi tinggi, tetapi juga sarat dengan muatan filosofis dan identitas kultural bangsa Indonesia. Sejak diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda Dunia, batik semakin dikenal secara global dan memiliki daya tarik ekonomi yang kuat (UNESCO, 2009). Dalam konteks UMKM, batik telah menjadi salah satu produk andalan yang mengintegrasikan kearifan lokal dengan peluang pasar *modern*, menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus

melestarikan warisan budaya. Transformasi batik dari produk tradisional menjadi komoditas ekonomi kreatif yang kompetitif menunjukkan bagaimana UMKM dapat menjadi agen pembangunan ekonomi yang berbasis pada akar budaya lokal, sekaligus responsif terhadap dinamika pasar global. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan dan BPS, nilai ekspor batik Indonesia sepanjang Januari-November 2023 mencapai USD 326,57 juta, di mana 53,63 persen di antaranya diekspor ke Amerika Serikat (IDC, 2025). Angka ini menunjukkan besarnya potensi industri batik dalam mendukung ekspor nasional serta perannya dalam menciptakan lapangan kerja.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024), mencatat industri batik telah menyerap lebih dari 200 ribu tenaga yang tersebar di 201 sentra industri batik di berbagai wilayah Indonesia. Selain itu, jumlah unit usaha batik berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tanah air kini telah berkembang hingga mencapai lebih dari 47 ribu unit usaha. Ditjen Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian (2024) mencatat terdapat 201 sentra industri batik yang tersebar di 11 provinsi di Indonesia dengan total 5.946 industri batik aktif.

Tabel 1. 2 Persebaran Sentra Industri Batik di Indonesia Tahun 2024

No	Provinsi	Jumlah Sentra Industri Batik
1	Jawa Tengah	72
2	Jawa Timur	62
3	Daerah Istimewa Yogyakarta	23
4	Jambi	20
5	Jawa Barat	16
6	DKI Jakarta	2
7	Sumatera Utara	2
8	Kalimantan Timur	1
9	Kalimantan Selatan	1
10	Bali	1
11	Sulawesi Tengah	1
	Total	201 Sentra Industri Batik

Sumber: Ditjen IKMA Kemenperin (2024)

Provinsi dengan jumlah sentra industri batik terbesar adalah Jawa Tengah sebanyak 72 sentra, disusul Jawa Timur sebanyak 62 sentra, dan Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 23 sentra. Data tersebut menunjukkan bahwa Jawa Timur menjadi salah satu pusat perkembangan industri batik nasional dengan jumlah sentra terbesar kedua di Indonesia. Besarnya jumlah sentra industri batik di Jawa Timur menunjukkan bahwa provinsi ini memiliki potensi yang kuat dalam pengembangan industri batik nasional. Selain dikenal sebagai daerah dengan aktivitas industri dan perdagangan yang berkembang pesat, Jawa Timur juga memiliki keberagaman batik khas daerah yang tersebar di berbagai wilayah, salah satunya adalah Pulau Madura.

Tabel 1.3 Kontribusi UMKM di Provinsi Jawa Timur

Tahun	Indikator	Nilai	Persentase
2024	Jumlah Sentra Industri Batik	62 sentra industri	30,8 persen
2024	Jumlah Unit UMKM	9,78 juta unit	-
2024	Kontribusi terhadap PDRB	Rp1,714 triliun	59,2 persen
2024	Penyerapan Tenaga Kerja	9,62 juta orang	74,1 persen
2024	UMKM Sektor Kerajinan	512.150 unit	5,23 persen

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur (2024); BPS Jawa Timur (2024)

Data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur (2024) mencatat bahwa terdapat 9,78 juta unit UMKM yang tersebar di seluruh kabupaten/kota, dengan kontribusi terhadap PDRB Jawa Timur mencapai 74,1 persen atau senilai Rp1.714 triliun. Sektor UMKM di Jawa Timur juga mampu menyerap 74,1 persen dari total tenaga kerja provinsi, yang menunjukkan peran vitalnya dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi disparitas ekonomi antar wilayah (Diskop UKM Jatim, 2024).

Di lingkup geografis Jawa Timur, Pulau Madura memiliki karakteristik unik sebagai wilayah kepulauan dengan potensi ekonomi kreatif yang belum teroptimalkan secara maksimal. Pulau Madura merupakan salah satu wilayah

pusat batik tulis tradisional yang paling khas di Jawa Timur. Masyarakat Madura dikenal memiliki tradisi kerajinan yang kuat, terutama dalam produksi batik tulis yang menjadi salah satu identitas kultural dan ekonomi masyarakat lokal. Aktivitas industri batik di Madura sendiri tersebar di empat kabupaten, yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Di antara keempat kabupaten tersebut, berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Bangkalan tahun 2024, jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) yang terdaftar di Kabupaten Bangkalan mencapai 1.513 unit usaha, yang terdiri dari sektor agro dan non-agro, termasuk usaha batik tulis sebagai salah satu produk unggulan daerah. Selain itu, terdapat 46 IKM batik yang memperoleh bantuan modal usaha dari pemerintah daerah pada tahun 2024.

Tabel 1.4 Profil UMKM Batik di Kecamatan Tanjung Bumi

Tahun	Indikator	Nilai	Satuan
2023	Jumlah Pengrajin Batik	2.910	orang
2023	Jumlah Desa Sentra Batik	4	desa
2023	Nilai Produksi Tahunan	49,8	miliar rupiah
2023	Jumlah Home Industry Batik Tulis Madura	90	unit

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan (2023)

Mengerucut pada lingkup Kabupaten Bangkalan, aktivitas pengrajin batik tulis terbesar berpusat di Kecamatan Tanjung Bumi. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan, industri batik di Kecamatan Tanjung Bumi menjadi urat nadi perekonomian masyarakat pesisir yang melibatkan ribuan pengrajin dan mencatatkan nilai produksi tertinggi di tingkat kabupaten. Daerah ini dikenal dengan batik tulisnya yang memiliki motif khas dan proses pengerjaan yang masih sangat tradisional. Karakteristik Batik Madura ditandai dengan penggunaan warna-warna cerah dan berani, motif-motif naturalistik yang terinspirasi dari flora dan fauna lokal, serta dominasi teknik batik

tulis yang menghasilkan karya berkualitas tinggi dengan nilai seni yang tinggi (Suminto, 2015). Kecamatan Tanjung Bumi di Kabupaten Bangkalan telah lama dikenal sebagai sentra produksi utama Batik Madura, dengan konsentrasi pengrajin batik tulis terbesar di Pulau Madura. Keberadaan industri batik tersebut menjadi sumber penghidupan utama bagi masyarakat setempat dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan (2024), terdapat sekitar 2.910 pengrajin batik yang tersebar di 12 desa di Kecamatan Tanjung Bumi, dengan nilai produksi mencapai Rp49,4 miliar per tahun.

Keberadaan sentra batik di Kecamatan Tanjung Bumi tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat setempat, tetapi juga menjadi aset wisata budaya yang potensial dan wahana pelestarian kearifan lokal Madura. Namun demikian, di tengah besarnya potensi tersebut, para pengusaha batik di Tanjung Bumi masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, jumlah tenaga kerja yang terbatas, pemanfaatan teknologi pemasaran digital yang rendah, serta variasi lama usaha yang berbeda-beda di antara pengusaha batik tulis. Berbagai kendala tersebut secara langsung berimplikasi pada tingkat pendapatan yang diterima oleh unit usaha batik tulis. Sementara itu, dalam keberlangsungan usaha batik di Tanjung Bumi, pendapatan memegang peranan krusial bukan sekadar sebagai hasil aktivitas bisnis, melainkan sebagai indikator utama keberhasilan dan surplus ekonomi yang menentukan apakah usaha tersebut dapat terus bertahan atau justru tergerus zaman.

Teori ekonomi mikro menjelaskan bahwa pendapatan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti modal, tenaga kerja, teknologi, dan pengalaman usaha (Nicholson & Snyder, 2008). Lama usaha mencerminkan

pengalaman dan kemampuan adaptasi pengusaha batik tulis terhadap perubahan pasar. Dalam kajiannya, Sudaryono dalam (Kristin & Febrilyantri, 2024) menjelaskan bahwa semakin lama seseorang menjalankan suatu pekerjaan atau usaha, maka tingkat pengalaman, kematangan, dan keterampilannya akan semakin meningkat. Selain itu, pelaku usaha yang telah lama beroperasi umumnya memiliki jaringan pelanggan yang lebih luas. Berdasarkan teori tersebut, pengalaman usaha dapat memperkaya wawasan pelaku bisnis dalam mengenali peluang baru yang berpotensi mendorong inovasi dan kreativitas. Namun, realitas di lapangan sering kali tidak sesuai dengan teori. Walaupun pada awalnya usaha mampu menghasilkan pendapatan yang stabil, perubahan tren pasar serta meningkatnya persaingan produk sejenis menyebabkan permintaan menurun. Banyak pengusaha batik tulis di Tanjung Bumi yang telah berusaha selama bertahun-tahun, tetapi pendapatannya tidak mengalami peningkatan signifikan karena keterbatasan modal dan rendahnya penerapan teknologi modern (Anam & Qadariyah, 2024).

Jumlah tenaga kerja juga menjadi faktor yang memengaruhi tingkat produksi. Menurut Oktaviana *et al.*, (2021), tenaga kerja merupakan sumber daya utama dalam meningkatkan kualitas produk UMKM. Peningkatan produktivitas tenaga kerja akan mendorong peningkatan output, yang pada akhirnya berimplikasi pada kenaikan pendapatan. Ketika penjualan meningkat, pelaku usaha cenderung menambah volume produksi sehingga pendapatan yang diterima pun bertambah.

Selain lama usaha dan tenaga kerja, ketersediaan modal menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha. Modal diperlukan baik untuk memulai maupun mengembangkan usaha, sehingga keterbatasan modal dapat menghambat peningkatan pendapatan. Permasalahan permodalan sering menjadi kendala

mendasar bagi usaha mikro karena akses terhadap pembiayaan formal masih terbatas. Lemahnya pengelolaan modal sering kali terlihat dari ketidakmampuan pelaku usaha memisahkan keuangan usaha dengan kebutuhan pribadi, terutama pada pedagang kecil dengan kondisi ekonomi terbatas. Penelitian yang dilakukan Artaman *et al.*, (2015) menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, yang berarti semakin besar modal kerja yang digunakan, semakin besar pula potensi pendapatan yang diperoleh. Kekurangan modal kerja akan membatasi kemampuan pelaku usaha dalam menyediakan persediaan barang, padahal modal kerja pada dasarnya merupakan investasi dalam aset lancar yang digunakan untuk mendukung aktivitas usaha secara berulang dalam satu periode.

Rendahnya pemanfaatan teknologi digital khususnya dalam aktivitas promosi, distribusi, dan pemasaran turut menjadi kendala utama dalam memperluas jangkauan pasar (Natania & Dwijayanti, 2024). Di era ekonomi digital, pemasaran bukan lagi sekadar aktivitas menjual, melainkan proses membangun citra, menjangkau pasar global, dan menciptakan diferensiasi produk melalui narasi dan *branding*. Ketika teknologi pemasaran tidak dimanfaatkan, potensi budaya dan nilai estetika batik yang seharusnya memiliki keunggulan komparatif justru terjebak dalam pasar lokal yang sempit. Inilah titik kritisnya, bukan semata persoalan produksi, melainkan bagaimana teknologi pemasaran dapat menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pengusaha batik Madura. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha batik tulis di Tanjung Bumi masih mengandalkan pola usaha tradisional, terutama di sisi strategi pemasaran, sehingga akses terhadap pasar yang lebih luas, termasuk pasar nasional dan internasional, belum dimanfaatkan secara optimal.

Minimnya pemanfaatan *platform digital* seperti *marketplace*, media sosial, maupun strategi branding berbasis internet menyebabkan visibilitas produk batik Tanjung Bumi relatif rendah dibandingkan sentra batik lain yang telah lebih dahulu bertransformasi secara digital. Kondisi ini berdampak pada lambatnya perputaran penjualan, keterbatasan segmentasi konsumen, serta posisi tawar pengusaha batik yang lemah dalam rantai distribusi. Akibatnya, produktivitas usaha belum sepenuhnya tercermin dalam peningkatan pendapatan, dan nilai tambah produk belum teroptimalkan secara maksimal. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan antara kondisi ideal yang dijelaskan dalam teori ekonomi dan kenyataan di lapangan.

Idealnya, pengusaha batik dengan modal yang cukup, tenaga kerja yang memadai, dan penggunaan teknologi pemasaran tepat guna seharusnya dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Penelitian-penelitian di beberapa daerah telah memperlihatkan bahwa variabel seperti modal usaha, lama usaha (tahun usaha), tenaga kerja, dan variabel teknologi atau digitalisasi pemasaran dapat memengaruhi pendapatan UMKM atau usaha mikro kecil menengah secara signifikan. Penelitian “Pengaruh modal usaha, lama usaha, tenaga kerja dan bahan baku terhadap pendapatan UMKM Industri di Kabupaten Ponorogo” Methasari *et al.*, (2024) menemukan bahwa keempat variabel tersebut secara simultan dan sebagian besar secara parsial berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha industri UMKM. Sedangkan Penelitian lain di Kota Medan menguji “Pengaruh modal, biaya produksi, lama usaha, dan teknologi terhadap pendapatan UMKM”, dan menemukan bahwa keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha (Siboro *et al.*, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan, memberikan gambaran penting mengenai kondisi sosial ekonomi para pengusaha batik tulis Madura. Habiby & Hariyanto (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Profil Home Industry Batik di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan* mengungkapkan bahwa sebagian besar pengusaha batik di wilayah tersebut menjalankan usaha secara turun-temurun dengan sistem kerja rumah tangga. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Umrotul (2019) berjudul *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Batik Tulis Tanjung Bumi di Kabupaten Bangkalan Madura* menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat pengaruh modal, tenaga kerja, dan bahan baku terhadap hasil produksi batik tulis. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap jumlah produksi yang dihasilkan.

Penelitian lain oleh Triadi *et al.*, (2018) dalam *Analisis Pendapatan Home Industri Usaha Batik Tulis di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan* meneliti aspek pendapatan pengusaha batik tulis secara lebih spesifik. Mereka menemukan bahwa usaha batik tulis di Tanjung Bumi masih memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, tetapi belum efisien karena keterbatasan modal dan rendahnya tingkat produktivitas tenaga kerja. Selanjutnya, penelitian oleh Faitdah & Rohman (2023) yang berjudul *Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batik Tanjung Bumi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam* menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan pengrajin batik di Tanjung Bumi.

Dari berbagai studi tersebut terlihat cukup jelas memberikan pemahaman mengenai profil usaha, struktur produksi, serta aspek sosial budaya dari industri

batik tulis Tanjung Bumi. Namun, belum ada kajian yang menguji secara kuantitatif bagaimana faktor-faktor ekonomi seperti lama usaha, jumlah tenaga kerja, modal, dan penggunaan teknologi pemasaran digital memengaruhi tingkat pendapatan pengusaha batik. Padahal, dalam konteks perkembangan ekonomi kreatif dan era digital saat ini, penggunaan teknologi dalam pemasaran menjadi salah satu determinan penting yang dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha kecil. Oleh sebab itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan analisis empiris terhadap pengusaha batik tulis Madura di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan?
2. Apakah jumlah tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan?
3. Apakah modal berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan?
4. Apakah teknologi pemasaran digital berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan.
2. Untuk menganalisis pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan.

3. Untuk menganalisis pengaruh modal terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan.
4. Untuk menganalisis pengaruh teknologi pemasaran digital terhadap pendapatan pengusaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang ekonomi mikro dan ekonomi kreatif, dengan memberikan bukti empiris tentang pengaruh faktor-faktor produksi terhadap pendapatan pengusaha batik tulis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, lembaga pembina UMKM, serta pengusaha batik tulis untuk merancang kebijakan dan strategi pengembangan yang tepat sasaran, seperti bantuan permodalan, pelatihan penggunaan teknologi, dan pengoptimalan pembagian kerja.