

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif dalam dua dekade terakhir menempati posisi penting dalam perekonomian global. Pergeseran dari ekonomi berbasis sumber daya alam ke arah ekonomi berbasis pengetahuan, kreativitas, dan inovasi menandai babak baru dalam transformasi ekonomi modern. Perkembangan pesat ekonomi kreatif tidak hanya terjadi di negara maju, melainkan juga di negara berkembang, termasuk Indonesia. Ekonomi kreatif dipandang mampu menjawab tantangan globalisasi dengan menghadirkan nilai tambah melalui kreativitas, inovasi, dan diferensiasi produk. Selain itu, ekonomi kreatif mampu berkontribusi pada pelestarian budaya, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan daya saing internasional (Syafitri & Nisa, 2024).

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dalam lima tahun terakhir menunjukkan dinamika yang cukup signifikan. Untuk melihat lebih jelas arah pertumbuhan dan kontribusi subsektor ini terhadap perekonomian nasional, berikut disajikan data perkembangan Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif selama periode 2020–2024.

**Tabel 1. 1**  
**Perkembangan PDB Ekonomi Kreatif 2020-2024**

| <b>Tahun</b> | <b>PDB Ekonomi Kreatif</b> | <b>Pertumbuhan (%)</b> |
|--------------|----------------------------|------------------------|
| 2020         | 1155,40                    | 0,17                   |
| 2021         | 1191,00                    | 3,08                   |
| 2022         | 1280,41                    | 7,51                   |
| 2023         | 1347,00                    | 5,20                   |
| 2024         | 1388,81                    | 3,10                   |

*Sumber : Kementerian Ekonomi Kreatif (2020-2024)*

Berdasarkan tabel 1.1, menunjukkan bahwa perkembangan subsektor ekonomi kreatif Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020, pertumbuhan subsektor ini relatif rendah akibat dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan perlambatan aktivitas ekonomi secara global. Memasuki tahun 2021 hingga 2023, pertumbuhan mulai meningkat seiring dengan pemulihan ekonomi, meningkatnya digitalisasi, serta adaptasi

pelaku usaha terhadap perubahan pasar. Namun, pada tahun 2024, pertumbuhan kembali melambat menjadi 3,10% karena pengaruh kondisi ekonomi global yang belum sepenuhnya stabil, termasuk ketidakpastian perdagangan internasional dan perubahan tren konsumsi. Meskipun demikian, secara keseluruhan, subsektor ekonomi kreatif tetap menunjukkan ketahanan dan memberikan kontribusi positif terhadap PDB nasional.

Berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 72 Tahun 2015, ekonomi kreatif di Indonesia terbagi menjadi 16 subsektor yang masing-masing memiliki karakteristik dan kontribusi berbeda. Subsektor tersebut meliputi aplikasi dan pengembang permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, serta televisi dan radio (Lydia Rosintan et al., 2025).

Menurut Kementerian Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2024), subsektor ekonomi kreatif memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan nilai tambah dan perluasan kesempatan kerja di berbagai subsektor. Berdasarkan keseluruhan subsektor tersebut, terdapat tiga subsektor yang menempati posisi utama dalam memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif pada tahun 2024. Berikut disajikan data kontribusi subsektor ekonomi kreatif pada tahun 2024.

**Tabel 1. 2**

**Kontribusi Subsektor Ekonomi Kreatif terhadap PDB Tahun 2024**

| <b>Subsektor Ekonomi Kreatif</b> | <b>Kontribusi Terhadap PDB Ekonomi Kreatif (%)</b> |
|----------------------------------|----------------------------------------------------|
| Kuliner                          | 41,69                                              |
| <i>Fashion</i>                   | 18,15                                              |
| Kriya                            | 15,70                                              |

*Sumber : Kementerian Ekonomi Kreatif, 2024*

Berdasarkan tabel 1.2, pada tahun 2024 subsektor kuliner memberikan kontribusi sebesar 41,69%, diikuti oleh subsektor *fashion* sebesar 18,15%, dan subsektor kriya sebesar 15,70% terhadap PDB ekonomi kreatif. Subsektor ekonomi kreatif *fashion* menempati urutan kedua dan memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif nasional melalui

pengembangan desain dan produk berbasis budaya lokal. Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa subsektor ekonomi kreatif *fashion* tidak hanya menjadi bagian dari gaya hidup modern, tetapi juga berperan strategis dalam memperkuat identitas budaya dan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif Indonesia.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan potensi ekonomi terbesar di Indonesia. Letaknya yang strategis karena berdekatan dengan DKI Jakarta sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian nasional memberikan keuntungan tersendiri bagi perkembangan wilayah ini. Potensi tersebut didukung oleh keberagaman budaya, kekayaan sumber daya alam, serta kualitas sumber daya manusia yang kreatif, sehingga menjadikannya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat nasional (Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2025). Pergeseran orientasi dari industri konvensional menuju ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi turut mendorong munculnya berbagai subsektor unggulan, seperti *fashion*, kuliner, kriya, serta layanan komputer dan telematika yang berkontribusi signifikan terhadap PDRB provinsi (Ginting, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2024 Jawa Barat menyumbang sekitar 26% terhadap sektor ekonomi kreatif nasional. Subsektor yang menjadi pendorong utama adalah audio visual (film, animasi, video), serta sektor tradisional seperti kuliner, *fashion*, dan kriya. Ketiga subsektor tersebut berkontribusi besar terhadap ekspor dan pariwisata lokal. Selain itu, beberapa kota dan kabupaten seperti Bandung dan Bogor, wilayah Cirebon dan Indramayu juga menjadi penyumbang utama pertumbuhan ekonomi kreatif di Jawa Barat. Secara keseluruhan, sekitar 11% produk di provinsi ini berasal dari industri kreatif.

Kabupaten Cirebon merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang terletak di bagian timur pesisir utara Pulau Jawa. Secara geografis, wilayah ini berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kabupaten Kuningan di selatan, Kabupaten Indramayu di barat, dan Kabupaten Brebes di timur. Posisi strategis tersebut menjadikan Kabupaten Cirebon sebagai daerah penghubung antara Jawa Barat dan Jawa Tengah, sekaligus jalur utama kegiatan perdagangan dan pariwisata di kawasan pantai utara (Pantura). Keunggulan ini diperkuat dengan

infrastruktur seperti jalan tol Cipali, jalur kereta lintas utara, serta akses menuju Bandara Internasional Kertajati yang mendukung mobilitas ekonomi masyarakat dan distribusi produk lokal (Sungkono et al., 2024).

Kabupaten Cirebon tidak hanya strategis secara geografis, tetapi juga memiliki warisan budaya yang beragam dari perpaduan Jawa, Sunda, Tionghoa, dan Arab. Keberagaman ini mendorong berkembangnya subsektor ekonomi kreatif, terlihat dari banyaknya industri unggulan di daerah tersebut. Untuk menggambarkan hal tersebut, berikut ditampilkan data jumlah perusahaan menurut komoditi industri unggulan Kabupaten Cirebon tahun 2024.

**Tabel 1. 3**  
**Jumlah Perusahaan Menurut Komoditi Industri Unggulan**

| <b>Kabupaten Cirebon Tahun 2024</b> |                          |               |
|-------------------------------------|--------------------------|---------------|
| <b>No</b>                           | <b>Industri</b>          | <b>Jumlah</b> |
| 1                                   | Meubeul/ Kerajinan Rotan | 1519          |
| 2                                   | Meubeul Kayu             | 1437          |
| 3                                   | Emping Melinjo           | 167           |
| 4                                   | Roti dan Makanan Ringan  | 1450          |
| 5                                   | Batu Alam                | 271           |
| 6                                   | Sandal Karet             | 15            |
| 7                                   | Batik                    | 597           |
| 8                                   | Konveksi                 | 701           |
| 9                                   | Kerajinan Kulit Kerang   | 8             |
| <b>Jumlah</b>                       |                          | <b>6.165</b>  |

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon, 2024*

Berdasarkan tabel 1.3, menunjukkan bahwa jumlah perusahaan industri unggulan di Kabupaten Cirebon pada tahun 2024 mencapai 6.165 unit usaha, dengan industri batik menempati posisi ketujuh, yaitu sebanyak 597 unit usaha. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa batik merupakan salah satu komoditi unggulan daerah yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Industri batik termasuk dalam subsektor ekonomi kreatif *fashion*, karena berfokus pada kegiatan produksi tekstil dan pakaian jadi yang bernilai seni dan memiliki makna budaya. Subsektor *fashion*, terutama industri batik Cirebon merupakan identitas khas daerah yang memiliki nilai budaya sekaligus nilai ekonomi. Industri batik di daerah ini tidak hanya mempertahankan nilai-nilai

tradisi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat melalui kegiatan ekonomi berbasis keterampilan dan kreativitas (Haerisma, 2018).

Keberadaan industri batik Trusmi yang terletak di Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon menunjukkan peran penting subsektor ekonomi kreatif *fashion* dalam memperkuat identitas budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan sentra batik sebagai kawasan unggulan yang berperan penting dalam menggerakkan roda perekonomian daerah melalui industri kreatif berbasis budaya (Khairunnisa et al., 2021). Menurut Kementerian Ekonomi Kreatif, industri batik Trusmi Cirebon merupakan salah satu dari sepuluh sentra batik di Pulau Jawa yang memiliki potensi besar dalam pengembangan subsektor ekonomi kreatif, khususnya pada bidang *fashion*. Pengakuan ini menunjukkan bahwa industri batik Trusmi Cirebon memiliki posisi strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya serta berkontribusi terhadap peningkatan daya saing daerah di tingkat nasional.

Secara administratif, kawasan Trusmi terdiri dari Desa Trusmi Kulon dan Desa Trusmi Wetan, yang merupakan dua desa paling dikenal, paling berkembang, dan menjadi pusat utama industri Batik Trusmi di Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon. Kedua desa inilah yang menjadi lokasi konsentrasi terbesar pengrajin, *showroom*, serta aktivitas produksi batik, sehingga menjadikannya ikon kawasan Batik Trusmi yang paling menonjol (Rachmat & Darmansyah, 2023). Untuk memberikan gambaran mengenai persebaran usaha batik di kedua wilayah tersebut, berikut disajikan jumlah perusahaan atau *showroom* batik yang beroperasi.

**Tabel 1. 4**

**Jumlah Perusahaan/Showroom Batik Trusmi  
di Desa Trusmi Kulon dan Wetan**

| No            | Nama Desa         | Jumlah Perusahaan |
|---------------|-------------------|-------------------|
| 1             | Desa Trusmi Kulon | 28                |
| 2             | Desa Trusmi Wetan | 2                 |
| <b>Jumlah</b> |                   | <b>30</b>         |

*Sumber : Balai Desa Trusmi Kulon dan Wetan*

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, terlihat bahwa Desa Trusmi Kulon memiliki jumlah perusahaan batik yang lebih banyak dibandingkan Desa Trusmi Wetan. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas usaha batik di kawasan Trusmi masih terpusat di Desa Trusmi Kulon, namun keduanya tetap berkontribusi dalam mendukung perkembangan industri batik di Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon.

Keberadaan industri batik tersebut tidak hanya merepresentasikan kreativitas lokal, tetapi juga telah memperoleh apresiasi luas pada tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, industri batik Trusmi Cirebon berperan sebagai salah satu pilar utama perekonomian daerah serta menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat Desa Trusmi Kulon dan Trusmi Wetan (Khairunnisa et al., 2021). Selain memiliki nilai ekonomi, industri batik Trusmi juga sarat akan nilai budaya dan keilmuan. Dalam motif batik Cirebonan terdapat unsur etnomatematika, seperti pola simetri, transformasi, dan rotasi. Motif seperti singa payun, patran keris, dan wadsan menjadi bukti bahwa batik Cirebonan bukan hanya hasil karya seni, tetapi juga representasi ilmu pengetahuan dan simbol kearifan lokal masyarakat Cirebon. Hal ini menegaskan bahwa sentra industri batik Trusmi memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis budaya yang berkelanjutan (Arwanto, 2017).

Dengan potensi yang dimiliki tersebut, industri batik Trusmi Cirebon tidak hanya berperan dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya, tetapi juga menjadi salah satu pilar penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif daerah. Keberhasilan dalam mengembangkan sektor ini tidak hanya ditentukan oleh inovasi dan nilai budaya yang dihasilkan, tetapi juga oleh sejauh mana aktivitas ekonomi kreatif mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usahanya. Salah satu bentuk kontribusi tersebut tercermin melalui peningkatan pendapatan yang diperoleh para pelaku usaha industri batik Trusmi, yang menunjukkan kemampuan sektor ini dalam menciptakan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Penelitian ini menggunakan teori utama yaitu teori fungsi produksi *Cobb–Douglas* dan teori *Resource Based View* (RBV) untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan. Fungsi produksi *Cobb–Douglas* digunakan untuk melihat bagaimana pendapatan terbentuk dari penggunaan modal dan tenaga kerja, di mana setiap faktor produksi memiliki kontribusi yang berbeda dan dipengaruhi oleh tingkat efisiensi atau teknologi yang digunakan dalam proses produksi (Gautam, 2024). Sementara itu, teori *Resource Based View* (RBV) menjelaskan bahwa perbedaan pendapatan dan kinerja usaha tidak hanya ditentukan oleh jumlah input yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya internal yang dimiliki, baik yang bersifat berwujud maupun tidak berwujud, seperti modal, inovasi produk, strategi pemasaran, dan kualitas sumber daya manusia, sehingga dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan usaha yang berkelanjutan (Aslamiyah et al., 2024). Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada perspektif ekonomi Islam melalui teori etika bisnis menurut Al-Ghazali dan teori produksi menurut Ibnu Khaldun. Al-Ghazali memandang bahwa aktivitas bisnis harus berlandaskan nilai etika seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, serta tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kemaslahatan (Muhayatsyah, 2020). Sementara itu, Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa kegiatan produksi dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia, pembagian kerja, serta modal, yang berperan dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Dengan demikian, aktivitas ekonomi tidak hanya dipahami dari sisi teknis, tetapi juga memiliki dimensi moral dan sosial (Azwar et al., 2026).

Pendapatan merupakan salah satu faktor penting dalam menilai keberhasilan subsektor ekonomi kreatif *fashion* seperti industri batik Trusmi Cirebon. Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode tertentu dengan asumsi bahwa kondisi pada akhir periode sama dengan kondisi awal (Ni Luh et al., 2021). Dalam praktiknya, pendapatan pelaku usaha batik Trusmi dipengaruhi oleh inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, kualitas sumber daya manusia. Berdasarkan kondisi di lapangan, sebagian besar pelaku usaha masih

bergantung pada periode tertentu, seperti hari raya keagamaan, akhir tahun, dan awal tahun ajaran baru, sehingga pendapatan cenderung fluktuatif dan belum berjalan secara konsisten, terutama ketika permintaan pasar melemah. Untuk memperkuat fenomena tersebut, berikut disajikan data pendapatan pelaku usaha Industri batik Trusmi Cirebon selama tahun 2025 yang menunjukkan pola fluktuatif.

**Tabel 1. 5**  
**Rata-rata Pendapatan Perbulan**  
**Industri Batik Trusmi Cirebon Tahun 2025**

| No | Bulan     | Rata-rata Pendapatan |
|----|-----------|----------------------|
| 1  | Januari   | Rp. 12.616.667       |
| 2  | Februari  | Rp. 12.833.333       |
| 3  | Maret     | Rp. 16.166.667       |
| 4  | April     | Rp. 18.133.333       |
| 5  | Mei       | Rp. 14.666.667       |
| 6  | Juni      | Rp. 17.066.667       |
| 7  | Juli      | Rp. 15.500.000       |
| 8  | Agustus   | Rp. 14.666.667       |
| 9  | September | Rp. 14.733.333       |
| 10 | Oktober   | Rp. 12.733.333       |
| 11 | November  | Rp. 12.666.667       |
| 12 | Desember  | Rp. 13.166.667       |

*Sumber: Data primer, Diolah dari Hasil Survei (2026)*

Berdasarkan tabel 1.5, pendapatan pelaku usaha industri batik Trusmi Cirebon tahun 2025 menunjukkan pola yang berfluktuasi sepanjang tahun. Pada awal tahun, pendapatan berada dalam kondisi relatif stabil. Memasuki periode menjelang dan saat Hari Raya Idul Fitri, pendapatan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pakaian baru serta tingginya aktivitas konsumsi selama momentum hari raya.

Setelah periode tersebut, pendapatan mengalami penurunan sebagai bentuk penyesuaian pasca-Lebaran. Namun, pada pertengahan tahun, pendapatan kembali meningkat seiring dengan adanya musim hajatan dan periode kenaikan kelas atau kelulusan sekolah, yang mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap batik untuk berbagai acara formal.



Selanjutnya, pada paruh kedua tahun, pendapatan kembali mengalami penurunan secara bertahap karena berkurangnya faktor musiman yang mendorong aktivitas konsumsi. Kondisi ini berlangsung hingga menjelang akhir tahun. Pada bulan Desember, pendapatan menunjukkan sedikit peningkatan yang dipengaruhi oleh momentum libur akhir tahun dan meningkatnya aktivitas masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan pelaku industri usaha batik Trusmi Cirebon sangat dipengaruhi oleh faktor musiman, terutama pada momentum hari raya keagamaan, musim hajatan, dan periode kenaikan kelas. Namun demikian, faktor musiman tersebut bukan satu-satunya penentu tingkat pendapatan. Kondisi internal usaha juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Dalam hal ini, inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, dan kualitas sumber daya manusia menjadi faktor yang perlu diperhatikan karena berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha industri dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya secara berkelanjutan.

Inovasi produk merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memperbaiki, meningkatkan, atau mengembangkan kualitas suatu produk (Murdani, 2023). Menurut Sundana et al. (2023) masih terdapat permasalahan berupa rendahnya kemampuan pelaku usaha dalam mengoptimalkan inovasi produk, khususnya ketika inovasi hanya berfokus pada aspek desain tanpa diimbangi peningkatan kualitas fungsional produk. Permasalahan tersebut juga tercermin pada kondisi di lapangan di industri batik Trusmi Cirebon, di mana masih ditemukan berbagai keluhan konsumen terkait kualitas produk, seperti jahitan yang kurang rapi, bahan kain yang terasa panas, perbedaan warna atau motif antara contoh dan produk yang diterima, serta adanya cacat kecil pada kain. Proses produksi yang sebagian besar masih dilakukan secara manual dan dipengaruhi oleh faktor alam, terutama pada batik tulis, menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas hasil produksi. Meskipun beberapa pelaku usaha telah menerapkan sistem *pre-order* untuk menyesuaikan pesanan konsumen, upaya inovasi produk yang dilakukan belum sepenuhnya mampu mengikuti perkembangan tren dan selera pasar.

Selain inovasi produk, strategi pemasaran juga menjadi faktor penentu keberhasilan usaha dalam mencapai target pendapatan. Strategi pemasaran merupakan rancangan yang disusun secara sistematis oleh perusahaan untuk mencapai target pemasaran tertentu (Candra & Afriyanto, 2024). Menurut Lathofani et al. (2024) permasalahan strategi pemasaran digital pada industri batik Trusmi Cirebon belum dimanfaatkan secara optimal. Meskipun beberapa pelaku usaha telah menggunakan media sosial sebagai sarana branding dan promosi, sebagian besar masih mengandalkan metode pemasaran *offline*, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan promosi belum berjalan secara maksimal. Kondisi tersebut berdampak pada terhambatnya peningkatan pendapatan serta keberlanjutan industri batik sebagai produk berbasis budaya (Henuari et al., 2025).

Permasalahan yang diungkapkan dalam penelitian tersebut sejalan dengan kondisi di lapangan, di mana beberapa pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi masih mengandalkan pemasaran secara *offline* dan komunikasi langsung melalui WhatsApp. Pemanfaatan media sosial dan *marketplace* sudah mulai dilakukan, namun penerapannya masih terbatas dan belum dijalankan secara konsisten dan berkelanjutan. Keterbatasan dalam pengelolaan konten, frekuensi promosi, serta pemilihan *platform* yang sesuai dengan target pasar menyebabkan pemasaran digital belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan. Akibatnya, jangkauan pasar masih relatif sempit dan peluang perluasan pasar belum dimanfaatkan secara optimal. Sebaliknya, terdapat beberapa pelaku usaha yang bergantung pada pemasaran *online* melalui penerapan diskon, dan *affiliate marketing* untuk meningkatkan penjualan. Namun strategi pemasaran tersebut mengakibatkan penekanan biaya yang cukup besar akibat pemberian potongan harga dan komisi afiliasi.

Modal usaha juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi terhadap peningkatan pendapatan. Modal usaha merupakan dana yang digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha agar usaha dapat berjalan dengan lancar (Tambunan, 2021). Pengelolaan modal usaha masih menjadi permasalahan utama pada industri batik Trusmi Cirebon akibat lemahnya manajemen

keuangan. Menurut Widiastuti et al., (2024) menunjukkan bahwa tidak adanya pemisahan antara kas pribadi dan kas usaha, serta ketiadaan perencanaan kas dan pembukuan yang teratur, menyebabkan keterbatasan modal kerja dan menyulitkan pengendalian keuangan maupun akses pendanaan.

Kondisi ini juga terlihat di lapangan, di mana pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan sederhana, sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengontrol arus kas, menghitung laba secara akurat, dan menyiapkan modal untuk pesanan dalam jumlah besar, yang pada akhirnya menghambat pengembangan usaha. Selain itu, terdapat permasalahan terkait akses permodalan eksternal yang masih terbatas, sehingga pelaku usaha lebih bergantung pada modal internal. Tambahan modal usaha yang dimiliki umumnya lebih diarahkan pada penambahan stok dan peningkatan jumlah produksi, bukan pada pengembangan inovasi produk atau perluasan pemasaran. Akibatnya, peningkatan kapasitas produksi tidak selalu diikuti oleh peningkatan permintaan, sehingga terjadi penumpukan persediaan dan perputaran modal usaha menjadi lebih lambat.

Selain faktor inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha, kualitas sumber daya manusia juga merupakan faktor esensial yang menentukan keberhasilan kegiatan industri batik Trusmi Cirebon dalam subsektor ekonomi kreatif *fashion*. Kualitas sumber daya manusia diartikan sebagai tingkat kemampuan dan potensi tenaga kerja dalam melaksanakan kegiatan produksi secara efektif dan efisien (Wibowo et al., 2021). Namun, permasalahan yang masih dihadapi dalam industri batik Trusmi Cirebon adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia. Kondisi ini tercermin dari keterbatasan pelatihan, pengalaman manajerial, dan literasi digital, sehingga pengelolaan usaha masih dilakukan secara tradisional dan belum mampu mengikuti perkembangan teknologi (Abdurokhim, 2024). Kondisi tersebut sejalan dengan temuan di lapangan, di mana pemanfaatan sistem digital untuk pencatatan keuangan, pengelolaan stok, dan pengawasan kualitas produk belum berjalan secara optimal. Selain itu, lemahnya kontrol internal terhadap persediaan barang menimbulkan ketidaksesuaian antara data stok dan kondisi aktual, sehingga berpotensi menyebabkan kesalahan distribusi,

keterlambatan pemenuhan pesanan, serta menurunnya kepuasan konsumen. Keterbatasan penguasaan teknologi dan lemahnya kontrol internal ini berdampak pada rendahnya efisiensi operasional, produktivitas, dan daya saing usaha, yang pada akhirnya menghambat peningkatan pendapatan pelaku usaha industri batik Trusmi Cirebon (Henuari et al., 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto et al. (2021) dan Ratnawati & Yasin (2024) menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, sedangkan Pratama et al. (2025) serta Ariatama & Rokhmania (2025) dan Simbolon et al. (2025) menyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Simbolon et al. (2025) menunjukkan bahwa strategi pemasaran (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Sementara itu, Setyawan et al. (2025) dan Arif (2020) menemukan bahwa strategi pemasaran berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al. (2025), Simbolon et al. (2025), serta Salim & Rahmadhani (2024) menunjukkan bahwa modal usaha (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh Rifqhi et al., (2025), Ferdiani & Widiastuti (2023), Luthfiyah & Rachman (2023), dan Arif, (2020) yang menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017) dan Ali et al. (2024) menemukan bahwa kualitas sumber daya manusia (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, sedangkan Ramlan et al. (2023) menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian yang menunjukkan adanya inkonsistensi temuan empiris di antara penelitian terdahulu. Sebagian penelitian membuktikan adanya pengaruh yang positif terhadap pendapatan, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda pada konteks tertentu. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperdalam pemahaman dan memastikan hasil yang lebih konsisten, khususnya pada pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon yang memiliki karakteristik produk, pola

pasar, dan strategi pengembangan yang berbeda dibandingkan subsektor lainnya.

Penelitian sebelumnya dilakukan pada wilayah dengan karakteristik perkotaan yang memiliki akses terhadap teknologi digital, infrastruktur bisnis, serta fasilitas produksi yang lebih memadai. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha di daerah tersebut lebih mudah mengadopsi inovasi produk, menerapkan strategi pemasaran digital, dan mengelola modal secara modern. Sebaliknya, penelitian pada wilayah semi perkotaan atau berbasis budaya lokal masih terbatas, padahal karakteristik sosial, ekonomi, dan tingkat literasi digital di kawasan seperti ini berbeda dengan daerah perkotaan.

Pelaku usaha di wilayah tersebut sering kali menghadapi kendala dalam inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, dan kualitas sumber daya manusia. Selain perbedaan konteks wilayah, sebagian besar studi terdahulu berfokus pada subsektor ekonomi kreatif kuliner dan kerajinan, sedangkan kajian terhadap subsektor ekonomi kreatif fashion, khususnya yang berbasis budaya seperti industri batik Trusmi Cirebon masih jarang dilakukan. Padahal subsektor fashion ini memiliki kontribusi penting terhadap pendapatan masyarakat sekaligus pelestarian nilai budaya daerah.

Oleh karena itu, celah penelitian (*research gap*) terletak pada keterbatasan studi yang berfokus pada wilayah semi perkotaan berbasis budaya serta adanya ketidakkonsistenan hasil empiris mengenai pengaruh inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, dan kualitas sumber daya manusia terhadap pendapatan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Industri Subsektor Ekonomi Kreatif Fashion Batik Trusmi Cirebon”**. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua aspek utama. Pertama, secara teoretis, penelitian ini berupaya memperdalam pemahaman mengenai pengaruh inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, dan kualitas sumber daya manusia terhadap pendapatan pelaku usaha, khususnya pada konteks industri kreatif berbasis budaya. Kedua, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pelaku usaha, pemerintah

daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan serta strategi pengembangan yang lebih efektif untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon. Penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan penelitian terdahulu, tetapi juga memberikan nilai strategis dalam mendukung keberlanjutan subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat diidentifikasi bahwa industri batik Trusmi Cirebon sebagai bagian dari subsektor ekonomi kreatif *fashion* memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan perekonomian daerah. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku usaha. Kondisi ini menimbulkan berbagai permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pendapatan pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon masih relatif fluktuatif, meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar.
2. Inovasi produk industri batik Trusmi Cirebon belum optimal, karena sebagian besar pelaku usaha masih berfokus pada variasi desain tanpa memperhatikan kualitas bahan dan fungsi produk.
3. Strategi pemasaran industri batik Trusmi Cirebon belum berjalan secara efektif dan konsisten, karena promosi masih terbatas pada penjualan langsung dan belum memanfaatkan secara optimal media digital serta strategi branding modern, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan berdampak pada belum optimalnya peningkatan pendapatan pelaku usaha. Sebaliknya, terdapat beberapa pelaku usaha yang bergantung pada pemasaran *online* melalui penerapan diskon, dan *affiliate marketing* untuk meningkatkan penjualan.
4. Pengelolaan modal usaha pada pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon belum optimal, yang ditandai dengan pencatatan keuangan yang masih manual dan sederhana, belum adanya pemisahan kas usaha dan pribadi, serta keterbatasan akses terhadap permodalan eksternal. Selain itu, tambahan modal yang dimiliki lebih

banyak dialokasikan pada penambahan stok dan peningkatan jumlah produksi, bukan pada inovasi produk maupun penguatan pemasaran, sehingga menyebabkan penumpukan persediaan dan lambatnya perputaran modal.

5. Kualitas sumber daya manusia pada industri batik Trusmi Cirebon masih rendah, yang ditandai oleh keterbatasan pelatihan, pengalaman manajerial, dan literasi digital, sehingga pengelolaan usaha dan efisiensi operasional belum berjalan optimal serta berdampak pada rendahnya peningkatan pendapatan pelaku usaha.
6. Minimnya kerja sama antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendukung ekonomi kreatif, sehingga upaya pengembangan industri batik belum terkoordinasi secara strategis.
7. Belum adanya inovasi yang konsisten dalam strategi pengembangan pasar berbasis budaya lokal, yang berdampak pada belum optimalnya peningkatan pendapatan pelaku usaha.

#### **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah bertujuan untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian sehingga pembahasan lebih terfokus, mempermudah analisis, serta memastikan tujuan penelitian dapat tercapai. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian ini difokuskan pada pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon di Desa Trusmi Kulon dan Trusmi Wetan.
2. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon, yaitu inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, dan kualitas sumber daya manusia.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah inovasi produk (X1) berpengaruh terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon?
2. Apakah strategi pemasaran (X2) berpengaruh terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon?
3. Apakah modal usaha (X3) berpengaruh terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon?
4. Apakah kualitas sumber daya manusia (X4) berpengaruh terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon?
5. Apakah inovasi produk (X1), strategi pemasaran (X2), modal usaha (X3), dan kualitas sumber daya manusia (X4) secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan tersebut melalui pendekatan ilmiah yang sistematis, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk (X1) terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.
- b. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran (X2) terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.
- c. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha (X3) terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.



- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sumber daya manusia (X4) terhadap pendapatan (Y) pelaku usaha industri pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.
- e. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk (X1), strategi pemasaran (X2), modal usaha (X3), dan kualitas sumber daya manusia (X4) secara simultan terhadap pendapatan pelaku usaha (Y) pada subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Secara umum, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi hal-hal berikut:

### a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi, terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang membahas inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, dan kualitas sumber daya manusia dalam hubungannya dengan peningkatan pendapatan.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademis mengenai peran subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon dalam meningkatkan perekonomian lokal.

### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pelaku usaha industri subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya inovasi produk, strategi pemasaran, modal usaha, serta kualitas sumber daya manusia sebagai faktor yang dapat meningkatkan pendapatan usaha.
- 2) Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan

ekonomi kreatif, khususnya untuk subsektor ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon.

- 3) Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai potensi ekonomi kreatif *fashion* batik Trusmi Cirebon sebagai peluang usaha yang dapat meningkatkan kesejahteraan.

#### **F. Rancangan Sistematika Penulisan Skripsi**

Skripsi ini disusun secara sistematis dalam beberapa bab yang saling berkaitan, dimulai dari pendahuluan hingga lampiran, dengan uraian sebagai berikut:

##### **Bab Pertama, Pendahuluan**

Pada Bab ini memuat penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian (baik metode penelitian empiris maupun kajian pustaka), serta sistematika penulisan skripsi. Bab ini berfungsi sebagai pengantar awal yang menjelaskan urgensi dan arah dari penelitian.

##### **Bab Kedua, Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi uraian teoritis yang menjadi dasar analisis dalam penelitian. Di dalamnya mencakup grand teori, teori dan konsep kunci yang mendukung pemahaman terhadap permasalahan yang dikaji.

##### **Bab Ketiga, Metode Penelitian**

Bab ini menyajikan metodologi penelitian yang menjadi fokus penelitian. Uraian dapat mencakup pendekatan, jenis, sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data dan variabel penelitian.

##### **Bab Keempat, Hasil Penelitian**

Bab ini merupakan inti dari skripsi, yang memuat gambaran umum objek penelitian dan analisis terhadap data-data yang telah dikumpulkan, dikaitkan dengan teori atau pendekatan yang digunakan. Pada bagian ini, peneliti menjawab rumusan masalah dan menunjukkan temuan-temuan penting dari hasil penelitian.

### **Bab Kelima, Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran sebagai penutup dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi.

Kesimpulan disusun secara ringkas, padat, dan menyeluruh sebagai jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan di awal. Setiap kesimpulan harus merujuk pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

Saran-saran yang disampaikan bersifat aplikatif, teoretis, maupun rekomendatif. Saran aplikatif ditujukan bagi pihak-pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan yang dikaji. Saran teoretis dimaksudkan untuk pengembangan kajian ilmiah sejenis, sementara saran rekomendatif dapat diarahkan pada perumusan kebijakan atau strategi implementatif ke depan.

