

BAB I

PENDAHULIAN

A. Konteks Penelitian

Kegiatan bisnis merupakan bagian dari kehidupan umat manusia, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan, saling memerlukan antara yang satu dengan yang lain. Tidak ada manusia yang sanggup menyiapkan semua keperluan hidupnya. Kekurangan kemampuan seseorang menyediakan sesuatu keperluan hidupnya dapat ditutupi oleh orang lain yang bisa menyediakan melalui aktivitas perdagangan (bisnis). Dengan demikian kegiatan berbisnis itu sudah merupakan peradaban manusia yang sama tuanya dengan keberadaan manusia dimuka bumi ini. Dalam kenyataannya juga berbisnis menjadi lapangan mata pencaharian yang banyak dipilih dan diminati oleh warga masyarakat.

Kehidupan masyarakat ditandai dengan gerak untuk selalu berubah. Aktivitas bisnis adalah gerak dinamis yang tiada henti, sumber daya bisnis akan berkembang karena dikelola dan diputar. Kondisi ini memacu manusia sebagai agama untuk merumuskan manajemen. Islam memberikan panduan kepada manusia dalam melakukan aktivitas bisnis antara lain;

Pertama, *Planning* yaitu melakukan perencanaan/gambaran daris esuatu kegiatan yang akan dilakukan dengan waktu dan metode yang sudah ditentukan. Kedua, *Organization* yaitu melakukan pengorganisasian tentang fungsi setiap orang, hubungan, kerja baik secara vertikal dan horizontal. Ketiga, *Coordination* yaitu melakukan pengaturan sebagai upaya untk mencapai hasil yang baik dengan seimbang, termasuk diantara langkah-langkah bersama untuk

mengaplikasikan planning dengan mengharapkan tujuan yang diidamkan. Keempat, *Controlling* yaitu senantiasa melakukan pengamatan dan penelitian terhadap jalannya planning. Kelima, *Motivation* yaitu menggerakkan kinerja semaksimal mungkin dengan hati sukarela, ikhlas, dan mengharap ridha Allah SWT. Keenam, *Leading* yaitu melakukan pengaturan, memimpin segala aktifitas kepada tujuan.

Keenam panduan tersebut merupakan fondasi utama bagi setiap muslim dalam melakukan aktivitas bisnis yang tujuannya agar aktivitas bisnis yang dilakukan sejalan dengan aturan-aturan syariah dan menghasilkan masalah bagi setiap manusia. Selain itu setiap kaum muslim harus meyakini bahwa Allah SWT menjadikan dan menyediakan bumi dengan segala isinya untuk dikelola sebagai investasi umat manusia. Allah SWT tidak membedakan akidah, agama, warga negara maupun jenis kelamin untuk memberikan tingkat kemajuan bagi semua umat manusia yang mempunyai semangat untuk berusaha dan bekerja. Salah satu cara manusia memenuhi kebutuhannya yaitu dengan melalui sebuah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut data Kementrian Koperasi dan UKM RI diketahui bahwa perkembangan UMKM secara jumlah unit, yakni UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (64,1 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (2018). Usaha Mikro menyerap sekitar 107,3 juta tenaga kerja (89,04 %), Usaha Kecil 5,8 juta (4,84%), dan Usaha Menengah 3,77 juta (3,13%). Hal ini berarti secara keseluruhan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Dari

banyaknya jumlah UMKM tersebut tidak dipungkir bila UMKM disebut sebagai kelompok usaha yang paling besar di Indonesia sekaligus memiliki andil dalam memajukan perekonomian Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia, diantaranya dapat pemeratakan perekonomian, mengurangi kemiskinan dengan memberikan peluang bagi pelaku usaha dalam membuka lapangan kerja baru, serta mampu menyumbang devisa bagi negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering dianggap sebagai salah satu indikator bagi keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang mempunyai pendapatan perkapita rendah.

Dibalik peranan UMKM yang begitu penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia, UMKM masih memiliki kendala atau permasalahan yang tentunya harus dibenahi. Pada umumnya permasalahan UMKM ini timbul dari permasalahan internal, eksternal, dan struktural. Permasalahan internal merupakan persoalan yang sifatnya menghambat perkembangan usaha dari UMKM. Permasalahan internal UMKM terfokus pada rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, kurangnya permodalan, masalah teknologi, serta masalah organisasi dan manajemen.¹ Sementara permasalahan eksternal meliputi iklim usaha yang sepenuhnya belum kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, retribusi atau pungutan- pungutan baru yang dikenakan pada UMKM, serta kebijakan pemerintah yang cenderung tidak konsisten dan

¹ Rachmawan Budiarto, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta: UGM PRESS, 2018), hlm.26

diskriminatif. Selain kedua permasalahan tersebut, perkembangan UMKM juga terkait dengan beberapa permasalahan struktural yang biasanya dikaitkan dengan hambatan yang datang dari kebijakan formal dan birokrasi yang ditetapkan pemerintah, lembaga kredit seperti perbankan maupun lembaga yang berwenang memberikan standar kelayakan produk sebagai institusi yang menghambat UMKM untuk masuk dan bersaing di pasar.

Salah satu permasalahan yang harus dihadapi UMKM dan peluang untuk mengembangkan usaha UMKM adalah dengan melakukan ekspansi pasar baik dari dalam maupun luar negeri. Seperti yang sudah diketahui bahwa jumlah UMKM yang setiap tahunnya mengalami peningkatan menyebabkan ketatnya persaingan antar UMKM. Persaingan yang ketat di tengah pasar bebas pun menjadi masalah dan tantangan tersendiri bagi UMKM Indonesia, sehingga diperlukan kecermatan dan ketepatan manajemen dalam menentukan strategi bersaing agar dapat memenangkan persaingan.

Strategi bersaing yang dapat dilakukan UMKM Hingar di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek yakni dengan pengelolaan manajemen yang mencakup strategi pemasaran, proses produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan perusahaan. Konsep pengelolaan manajemen yang tepat ini menjadi kunci keberhasilan UMKM untuk dapat mengembangkan ekonomi kreatif berbasis produk UMKM Hingar di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.

Dalam membuka usaha atau bisnis pelaku usaha harus mempunyai strategi pemasaran yang tidak hanya fokus untuk menjual barang saja, tetapi juga harus memikirkan mengenai kepuasan pelanggan. Dalam strategi

pemasaran harus faham apa makna strategi pemasaran yang sebenarnya karena dalam strategi pemasaran harus mempunyai pola dengan melihat peluang dari segmen pasar atau sasaran yang diinginkan supaya usaha berhasil dan terus berkembang. Jadi strategi pemasaran merupakan bagian integral dari suatu bisnis yang memberikan arahan pada semua fungsi manajemen didalam suatu bisnis guna memenuhi kebutuhan atau keinginan.

Toko grosir merupakan salah satu sendi perekonomian masyarakat yang juga menjadi pilar ekonomi berbasis kemasyarakatan. Perananannya menjadi penting karena mampu menjadi penghubung antara perekonomian yang bertaraf makro sekaligus juga mampu menjadi wadah bagi kegiatan ekonomi yang bertaraf kecil, mikro dan menengah.

Toko grosir mempunyai peranan yang penting karena pada dasarnya merupakan toko yang menjual barang dagangan kepada penjual atau pengusaha lain, misalnya pengecer, pedagang besar, perusahaan industri, lembaga pemerintah, lembaga swasta, dan lain sebagainya. Atas uraian ini maka toko grosir secara umum menjadi penyuplai dari produsen kepada konsumen secara langsung atau kepada penjual lainnya. Dampak yang ditimbulkan keberadaan toko grosir ini juga krusial, karena dapat memberikan dampak perubahan harga barang pada sebuah wilayah.²

Dilihat pada sisi makro, maka toko grosir menjadi wadah perputaran ekonomi dalam skala besar dan transaksi jual beli dengan nilai besar. Bahkan efek yang ditimbulkan oleh toko grosir juga mampu memberikan pengaruh

² Anthony, Andeka Rocky Tanaamah, dan Agustinus Fritz Wijaya, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berdasarkan Stok Gudang Berbasis Client Server (Studi Kasus Toko Grosir "Restu Anda")*, Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK) (2017): 7699.

harga pasar pada sebuah wilayah. Oleh karena itu toko grosir dalam ekonomi makro merupakan sebuah hal penting. Pengaruh yang ditimbulkan oleh toko grosir ini selayaknya juga harus terkontrol agar kondisi harga tetap terjaga sesuai harapan pemerintah.³

Toko grosir melihat pada konteks makro juga menjadi sebuah wadah bagi produk-produk yang dijual belikan di masyarakat, khususnya bagi produk olahan masyarakat atau produk hasil pengembangan ekonomi kreatif. Keberadaan toko grosir dapat menjadi wadah yang dapat menampung produk olahan ekonomi kreatif dalam skala besar. Tentu saja hal ini juga menjadi fungsi toko grosir dalam menjembatani penjualan dari produsen pertama langsung kepada konsumen.⁴

Keberadaan toko grosir pada sisi pengembangan ekonomi kreatif atau kegiatan usaha berbasis ekonomi kreatif yang diproduksi dalam skala kecil atau terbatas memerlukan wadah sebagai alat promosi untuk menjangkau pasar. Selama ini ekonomi kreatif menjadi salah satu kegiatan yang terus berkembang dengan basis kegiatan usaha mikro, kecil dan dengan skala menengah atau masuk ke dalam kategori UMKM. Kegiatan usaha ini menjadi kegiatan yang umum dan ramai ditemukan pada kalangan masyarakat dengan skala usaha yang terbatas.⁵

Keterbatasan kegiatan ekonomi kreatif tersebut khususnya produk UMKM, setidaknya memerlukan dorongan dari pihak ketiga yaitu penyalur atau suplayer bagi pelaku UMKM yang belum memiliki pasar tersendiri untuk dapat

³Amruddin, Harniati, Putri Permatasari, Eksa Rusdiyana et al., *Kelembagaan Agribisnis*. (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 35.

⁴Ahmad Zafrullah Tayibnapis, *Studi Kasus Kebangkitan UMKM Di Indonesia*, (Repository Ubaya, 2021).

⁵Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm.17.

berkembang dan melakukan pemasaran produknya dengan baik. Ini menjadi sebuah kendala yang sering dijumpai bagi pelaku UMKM yang kesulitan dalam melakukan pemasaran produknya. Sehingga ini memerlukan wadah, yaitu yang berperan sebagai pemasar atas produk-produknya tersebut.⁶

Usaha dalam UMKM menjadi salah satu kegiatan usaha yang belakangan ini menjadi kegiatan usaha yang tengah memberikan dampak kepada perekonomian nasional. Hal ini menjadi salah satu pilar kegiatan ekonomi berbasis kemasyarakatan. Bagi masyarakat dengan kegiatan ini, menjadikan mungkin untuk menjalani kegiatan usaha rumahan dengan skala modal yang terbatas.⁷

Kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh masyarakat tersebut, umumnya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat pada umumnya juga memerlukan penghasilan, membuka lapangan usaha baru, dan melakukan pemenuhan kebutuhan. Kegiatan ekonomi kreatif ini, baik dalam wadah UMKM atau bukan semata-mata bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ataupun penghasilan.⁸

Industri yang dijalankan dalam kegiatan UMKM merupakan juga dapat menjadi salah satu aspek dalam memajukan ekonomi bangsa. Dengan kegiatan kecil di kalangan masyarakat, kemudian kegiatan ekonomi pada skala nasional akan terus berkembang dan sebagaimana mestinya akan berproses untuk memajukan perekonomian nasional. Dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan

⁶ Titik Sartika, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 13.

⁷ Jepri Aprianus, *Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat dalam Upaya Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Melalui Bumdes Program Pasar Desa*, Jisip: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 8.4 (2019), hlm. 303-310.

⁸Putri Linzzy, Lila Bismala, dan Lailan Safina, *Pemberdayaan ibu rumah tangga melalui pelatihan ekonomi kreatif sebagai upaya peningkatan kemandirian ekonomi*, Jurnal Sains Penelitian & Pengabdian 2.1 (2019), hlm. 1-6.

UMKM ini, tidak dapat disisihkan karena juga dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan nasional.⁹

Pengembangan sektor ekonomi kreatif baik dengan basis UMKM atau secara umum, terdapat beberapa hal yang dapat memicu perkembangannya. Hal ini berhubungan dengan konsep pengelolaan yang baik dalam kegiatan ekonomi kreatif tersebut, yaitu mulai dari manajerial pemilik yang baik, kekuatan modal yang tersedia, skala usaha yang dilaksanakannya, daerah atau lokasi kegiatan usaha, pekerja atau pelaku usaha. Hal tersebut menjadi faktor yang dapat memberikan pengaruhnya pada perkembangan kegiatan usaha.¹⁰

Imbas positif yang ditimbulkan UMKM atau kegiatan usaha kecil, dapat dibuktikan dengan sejarah masa lalu. Pada saat Indonesia mengalami krisis moneter pada tahun 1998 maka kegiatan usaha berbasis UMKM ini menjadi salah satu pendorong kebangkitan ekonomi nasional. Ini menjadikan sebuah hal yang menunjukkan bahwa kegiatan usaha pelaku UMKM, menjadi sebuah hal yang dapat memberikan kontribusi yang besar.¹¹

Keberadaan UMKM pada dasarnya dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan nasional. UMKM tidak dapat dipandang sebelah dalam memberikan andil untuk kemajuan ekonomi. Namun persoalan yang dihadapi UMKM yaitu salah satunya kesulitan dalam melakukan pemasaran produk ataupun sekedar mencari pasar untuk dapat menjual belikan produk-produknya. Ini menjadi kendala yang umum dijumpai di berbagai daerah di Indonesia. Kemampuan produksi yang tidak ditunjang dengan keterjangkauan pasar

⁹Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. (Ziyad Visi Media, 2016), hlm. 10.

¹⁰Tim Redaksi, *Manajemen Usaha Kecil - MODUL 3*, (Jakarta: Maret 2010), hlm. 01.

¹¹Erwin Rijanto, *Profil Bisnis, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*, (Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015), hlm. 12.

menjadi masalah bagi sebagian besar pelaku UMKM, dan hal ini perlu mendapatkan dorongan dari toko grosir atau retail, sebagai pusat belanja dapat menjadi stimulus dengan melakukan stok produk UMKM.

Salah satunya yang dilaksanakan pada Toko Grosir yang berada di kawasan Kabupaten Trenggalek, beberapa lokasi toko yang menjadi kajian dalam penelitian ini yaitu Toko Intan dan Toko Mutiara. Ketiganya merupakan toko bertaraf grosir, meskipun juga melayani pembelian dalam partai kecil atau eceran. Masing-masing toko grosir tersebut juga memiliki karakteristik produk penjualannya masing-masing.

Pertama yaitu pada Toko Intan memiliki karakteristik penjualan produk yang condong kepada bahan-bahan pokok atau bahan kebutuhan utama sehari-hari misalnya beras, gula, minyak, makanan ringan dan lain sebagainya. Sehingga toko Intan cenderung menjadi wadah produk UMKM dari segi bahan-bahan kebutuhan pokok. Salah satunya yaitu menjadi resailer atau grosir produk beras, gula buatan lokal, dan juga makanan ringan.

Kedua Toko Mutiara yaitu memiliki keunggulan pada penjualan secara grosir makanan ringan, artinya produk unggulan atau pokok yang menjadi penjualan di Toko Mutiara merupakan produk-produk jajanan seperti makanan ringan yang dijual di sekolah. Meskipun tetap saja letak kesamaannya yaitu menjual produk UMKM berupa makanan ringan produksi lokal.

Ketiga kesamaan pada Toko Intan dan Toko Mutiara yaitu memiliki ciri merupakan toko yang melakukan penjualan kebutuhan rumah tangga atau kebutuhan pokok, misalnya beras dan gula. Produk-produk yang dijual juga sebagian merupakan produk lokal oleh petani sekitarnya. Ini merupakan salah

satu peranan yang dimiliki kedua toko dalam menunjang potensi ekonomi lokal masyarakat.

Kerjasama antara Toko grosir Intan, Toko grosir Mutiara, dan UMKM Hingar di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek memberikan peluang dalam mewadahi kegiatan ekonomi masyarakat sekitarnya. Dengan diwadahnya produk-produk lokal atau hasil ekonomi kreatif maka hal ini secara langsung juga mendorong kegiatan ekonomi masyarakat sekitarnya, khususnya di Kabupaten Trenggalek.

Kedua toko tersebut yaitu Toko grosir Intan, Toko grosir Mutiara, dan UMKM Hingar di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek beralamat di seputar Jalan Raya Durenan – Bandung Kabupaten Trenggalek dan Trenggalek. Keduanya menjadi toko grosir yang melakukan stok produk UMKM sebagai bentuk dalam mendorong kegiatan UMKM agar dapat berkembang dengan baik. Meskipun yang dilaksanakan oleh Toko Intan dan Toko Mutiara juga dilandasi dengan profesionalisme dalam jual beli, artinya Toko Intan dan Toko Mutiara sebagaimana dalam prinsip ekonomi juga mencari untung atau profit.

Penelitian ini senada dengan beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilaksanakan dalam upaya pengembangan ekonomi berbasis UMKM dan pelaku toko grosir. Pertama penelitian Ananda dan Susilowati menjelaskan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif berbasis kewilayahan memiliki beberapa sektor potensial, memiliki kekuatan, dan masing-masing juga harus mendapat perlakuan yang berbeda.

Namun upaya pengembangan tersebut terdapat permasalahan di setiap sektor seperti Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga penting adanya penuntasan persoalan yang terjadi.¹² Penelitian Sukmaindrayana dan Sidik menjelaskan bahwa kegiatan bisnis yang besar akan lebih baik dan tepat apabila menggunakan suatu sistem yang sudah terkomputerisasi dikarenakan agar penyimpanan data yang banyak dapat terkontrol dan terlihat proses terjadinya transaksi. Dengan intensitas penjualan pada toko grosir maka diperlukan sebuah sistem manajerial yang baik.¹³

Produk UMKM yang distok pada Toko Intan dan Toko Mutiara juga harus memenuhi standard pengemasan yang baik. Ini menjadi salah satu bentuk kerjasama dan salah satu syarat Toko Intan dan Toko Mutiara akan membantu melakukan penjualan produk UMKM. Ini menjadi sebuah langkah yang saling menguntungkan dalam prinsip ekonomi, bagi pelaku UMKM mendapatkan pasar, sedang bagi Toko Intan dan Toko Mutiara mendapatkan benefit atas penjualan produk UMKM.

Konsep tersebut pada sisi pengembangan ekonomi kreatif merupakan sebuah kegiatan yang saling menguntungkan dan dapat memberikan dukungan terhadap satu sama yang lainnya. Ini merupakan sebuah kegiatan yang baik dalam pembangunan ekonomi nasional khususnya dengan basis ekonomi yang dilaksanakan pada kalangan masyarakat kalangan bawah. Dari uraian tersebut, maka peneliti menentukan judul “ Kerjasama Toko Grosir Intan dan Toko

¹²Amin DwiAnanda dan Dwi Susilowati, *Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang*, Jurnal Ilmu Ekonomi JIE 1.1 (2017), hlm. 120-142.

¹³Andri Sukmaindrayana, dan Rahman Sidik, *Aplikasi Grosir Pada Toko Rsidik Bungursari Tasikmalaya*, JURNAL MANAJEMEN INFORMATIKA (JUMIKA) 4.2 (2017).

Grosir Mutiara dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Produk UMKM Hingar di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek"

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengacu pada fokus penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Kerjasama apa saja yang dilakukan antara Toko Grosir Intan, Toko Grosir Mutiara dan UMKM Hingar dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek?
2. Apa saja kendala dan solusi yang dihadapi Toko Grosir Intan, Toko Grosir Mutiara dan UMKM Hingar dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kerjasama Toko Grosir Intan, Toko Grosir Mutiara dan UMKM Hingar dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk menganalisis kendala dan solusi Toko Grosir Intan, Toko Grosir Mutiara dan UMKM Hingar dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian tentang peran toko grosir dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk UMKM. Secara teoritis dapat menjelaskan peran toko grosir dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk UMKM.

2. Secara Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi pelaku usaha yang terlibat secara langsung, yaitu:

- a. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini memberikan kejelasan mengenai peran toko grosir dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk UMKM.
- b. Bagi toko grosir, penelitian ini menjelaskan arti pentingnya atas peran toko grosir dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk UMKM.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan mengenai penelitian serupa, khususnya berhubungan dengan peran toko grosir dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk UMKM.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Toko Grosir

Toko grosir menjadi sebuah toko yang pada umumnya dijadikan sebagai tempat beli oleh pedagang kecil, atau pedagang eceran. Toko grosir ini menjadi tempat untuk melakukan pembelian untuk dijual kembali atau dalam istilah yang populer toko tengkulak.

Toko ini juga menjual berbagai macam kebutuhan sesuai dengan klasifikasi dan ciri khas barang dijualnya dalam kegiatan perdagangan.¹⁴

b. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan bentuk atas pengembangan kegiatan ekonomi dengan berbasis kemasyarakatan. Ekonomi kreatif identik dengan kegiatan usaha yang melekat dengan modal kecil, terbatas, dengan produk-produk yang dikembangkan dengan inovasi sehingga menjadi produk yang berkualitas dan menjadi produk yang berdaya saing.¹⁵

c. UMKM

UMKM adalah sebuah kegiatan ekonomi yang memiliki omzet bersih paling tinggi Rp 200.000.000, ini belum termasuk tanah atau tempat kegiatan produksi. Ini menjadi sebuah aturan atau klasifikasi UMKM yang terdapat di Indonesia. Ketika

¹⁴Nurhadi, *Analisis Promosi Terhadap Tingkat Pelayanan Kasir Supermarket Ramayana Cikupa Tangerang*, Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan 5.1 (2018), hlm. 1-7.

¹⁵Suryana, *Ekonomi Kreatif...*, hlm. 3.

kegiatan usaha tersebut telah mencapai angka tersebut, maka dapat dinyatakan bukan merupakan kegiatan UMKM lagi.¹⁶

2. Definisi Operasional

Kajian dalam penelitian ini dilaksanakan mengenai peran toko grosir dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk UMKM, yang dilaksanakan di toko grosir intan, toko grosir mutiara dan UMKM Hingar dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek, kajian ini dilaksanakan secara mendetail pada tahapan produksi yang dilaksanakan.

Serta bagaimana upaya yang dilaksanakan oleh toko grosir intan, toko grosir mutiara dan UMKM Hingar dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam menjaga dan juga mampu mengembangkan produk agar tetap bertahan di tengah persaingan ekonomi pada masa sekarang.

F. Sistematika Penulisan

Secara umum, dalam penyusunan skripsi ini terdiri dari 6 (enam) bab pembahasan, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini memuat latar belakang untuk memberikan penjelasan dari pembahasan yang diteliti, berfungsi untuk mengarahkan peneliti agar melebar dan untuk memperjelas peneliti memaparkan konteks penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan, kegunaan

¹⁶ Ganjar Isnawan, *Akuntansi Praktis untuk UMKM*, (Jakarta Timur: Laskar Aksara, 2012), hlm. 4.

penelitian, definisi istilah, dilanjutkan dengan sistematika penulisan ditampilkan untuk mempermudah pembaca melihat sudut pandang penulis.

BAB II KAJIAN TEORI, Bab ini menerangkan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai alat analisa dalam penelitian ini. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab, yaitu membahas tentang biaya produksi, harga jual, perkembangan ekonomi kreatif, Toko Ritrel dan UMKM. Selain itu, dalam bab ini juga memuat penelitian terdahulu dan, paradigma penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, Bab ini menjelaskan rancangan penelitian, Kehadiran peneliti, Lokasi penelitian, Sumber data, Teknik pengumpulan data, Analisis data, Pengecekan keabsahan temuan, Tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN, Bab ini akan menampilkan data yang diperoleh. Hasil penelitian mengungkapkan interprestasi untuk memakai implikasi penelitian.

BAB V PEMBAHASAN, Bab ini berisi hasil penemuan yang telah dibahas. Menjelaskan temuan-temuan penelitian yang melalui analisis hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP, Bab ini berisi kesimpulan dan hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.