ANALISIS PERAN INKLUSI KEUANGAN DAN SISTEM PEMASARAN DALAM PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN KASAB KHAS ACEH DI PIDIE.

(Studi Kasus Fitri Souvenir, Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh)

SKRIPSI

Oleh:

Naswa Sasmita
NIM. 202242055

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKESUMAWE
2026 M / 1448 H

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Diajukan kepada Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat, Guna Mencapai Gelas Strata Satu (S1) dalam Bidang Perbankan Syariah.

Oleh:

NASWA SASMITA

NIM. 202242055

Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui:

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Yoesrizal M. Yoesoef, Lc, M.Sh	**Nur 'Azizah, S.H.I, M.E**
NIP. 1984072601801101	NIP. 1993142022032002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"Analisis Peran Inklusi Keuangan dan Sistem Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab Khas Aceh di Pidie (Studi Kasus Fitri Souvenir, Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh)"** telah dinilai oleh dewan penguji *Munaqasyah* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe, dan dinyatakan Lulus serta diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (Srata Satu) dalam bidang Perbankan Syariah

Lhokseumawe, 11 Agustus 2026

27 Safar 1448 H

DEWAN PENGUJI SIDANG *MUNAQASYAH* SKRIPSI

PENGUJI I

Yoesrizal M. Yoesoef, Lc, M.Sh
NIP. 1984072601801101

PENGUJI II

Nur 'Azizah, S.H.I, M.E
NIP. 1993142022032002

PENGUJI III

Juliana Putri, S.E.Sy., M.E.I.
NIP. 198807222019032012

PENGUJI IV

Husna Hayati, S.E., M.Si., Ak
NIP. 198711162019032007

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Muhammad Syahrial Razali Ibrahim, Lc.,M.A., Ph.D.
NIP. 197601102006041002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Naswa Sasmita
NIM	: 202242055
Jurusan	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Peran Inklusi Keuangan Dan Sistem Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab Khas Aceh Di Pidie. (Studi Kasus Fitri Souvenir, Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul di atas merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang di dalamnya disebutkan sumbernya. Apabila ditemukan plagiasi, pelanggaran kode etik penulisan karya tulis ilmiah, maupun tindakan melanggar hukum serta pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima segala konsekuensinya.

Demikianlah Surat Pernyataan ini diperbuat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimna mestinya.

Lhokseumawe, 10 Agustus 2026
Yang Membuat Pernyataan



Naswa Sasmita
NIM. 202242055

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas Rahmat-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Peran Inklusi Keuangan dan Sistem Pemasaran Dalam Pengembangan Kerajinan Kasab Khas Aceh di Pidie (Studi Kasus Fitri Souvenir, Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh)". Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isalm Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasyiah Lhokseumawe. Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dan selesainya penyusunan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesemaptan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan pembuatan skripsi ini telah banyak memberikan dukungan moral serta bimbingannya kepada penuli. Ucapan terimakasih ini peneliti tujukan kepada.

1. Bapak Prof. Dr. Danial, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrayiah Lhokseumawe.
2. Bapak Muhammad Syahrial Razali Ibrahim, M.A, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe.
3. Ibu Juliana Putri, S.e.Sy., M.E.I, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe.
4. Ibu Husna Hayati, M.Si, Ak., Ca, selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah.
5. Bapak Yoesrizal M. Yoesoef, Lc, M.Sh, selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

6. Ibu Nur'Azizah, S.H.I, M.E, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Zulfikar, S.Sos., M.S.M., selaku dosen wali yang telah membimbing dan memberikan support kepada penulis selama Menyusun skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe terkhususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu dengan tulus dan Ikhlas.
9. Skripsi ini saya persembahkan juga kepada wanita terhebat, wanita kuat yaitu ibu R (Ibunda Penulis), sosok kuat yang tidak hanya menjadi seorang ibu, tetapi juga menggantikan peran ayah dengan penuh keteguhan, kesabaran dan kasih sayang. Dalam setiap doa yang dipanjatkan, setiap air mata, dan setiap pengorbanan, penulis menemukan maka perjuangan yang sesungguhnya. Dari beliau, penulis belajar bahwa cinta seorang ibu mampu menguatkan bahkan di saat dunia terasa sangat berat. Terimakasih sudah mau berkorban dan berjuang untuk anak kecil mu ini, yang selalu mengalah dan memaafkan anak bungsu ini. Mungkin, anakmu tergolong satu di antara milyaran manusia yang beruntung dilahirkan dari rahim wanita sehebat ibu. Sekali lagi terimakasih tak terhingga untuk ibu kuat dan hebat, hidup lebih lama lagi ya biar melihat anak bungsu ini bisa membahagiakan ibu.
10. Teruntuk saudara Perempuan dan Laki-laki penulis, Kakak Sri Indah Sari, S.Pd, Muhammad Wisnu Aji, dan Ditya Paramitha, S.Pd, sosok luar biasa yang telah menjadi pilar kekuatan dan sumber harapan selama perjalanan pendidikan ini. Terima kasih telah menggantikan peran pelindung, penyemangat dan penopang di saat penulis hampir menyerah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

11. Ibu Fitriani selaku pemilik usaha Fitri Souvenir berterimakasih atas bantuannya selama peneliti melakukkan wawancara dan observasi ketempat usaha.
12. Untuk Natasya, dan teman-teman lainnya, terimakasih karena selalu membantu dan menemani penulis sejak awal memasuki dunia perkuliahan hingga sampai pada tahap ini. Terimakasih atas segala bantuan, dukungan, semangat, serta doa yang selalu dipanjatkan dalam setia proses yang penulis jalani.
13. Anak bungsu dan harapan terakhir keluarga, ya! Diri saya sendiri Naswa Sasmita. Aspresiasi sebesar besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak boleh untuk berhenti mencoba. *God thank you for being me independent women, I know there are more great ones but I'm pround of this achievement.*
14. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Dani Afriandita terimakasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, materi, maupun waktu kepada penulis. Sudah selalu mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, menyaksikan setiap tangisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Meskipun peneliti telah berusaha menyelesaikan perbuatan skripsi ini dengan sebaik mungkin, peneliti yakin perlu perbaikan-perbaikan ke depan agar lebih baik. Kritik dan saran yang membangun senantiasa peneliti terima. Semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan berbagai pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Lhokseumawe, 5 Agustus 2026

Naswa Sasmita

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa : "Fa inna ma'al – 'isri Yusra, inna ma'al – 'usri yusra"

"setiap kesulitan pasti ada kemudahan"

(QS. Al-Insyirah 94:5-6)

"Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya"

(Penulis)

"Jangan anggap satu menitmu sama dengan satu menit orang lain. Satu menit saat ini, nantinya bisa membuat perbedaan puluhan tahun"

(Teach You a Lesson)

"Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaan mu sebagaimana manusia"

(Baskara Putra – Hindia)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Fungsi Transliterasi

Transliterasi berfungsi untuk mempermudah penulis dalam memindahkan bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Pedoman transliterasi harus konsisten digunakan dalam penulisan skripsi dan tesis.

B. Sistem Transliterasi

Sistem transliterasi yang digunakan di sini disesuaikan dengan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan & Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158 tahun 1987 dan Nomor : 0543/u /1987, kecuali beberapa pengecualian yang dipandang perlu. Berikut ini disajikan daftar abjad arab dan transliterasinya dalam huruf latin :

Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	A, Ā	Vokal a atau vokal panjang ā
ب	Ba	B	Konsonan b
ت	Ta	T	Konsonan t
ث	Ṡa	Ṡ	Bunyi *ts*
ج	Jim	J	Konsonan j
ح	Ḥa	Ḥ	H tebal (titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Bunyi *kh*
د	Dal	D	Konsonan d
ذ	Żal	Ż	Bunyi *dz*

ر	Ra	R	Konsonan r
ز	Zai	Z	Konsonan z
س	Sin	S	Konsonan s
ش	Syin	Sy	Bunyi *sy*
ص	Ṣad	Ṣ	S tebal
ض	Ḍad	Ḍ	D tebal
ط	Ṭa	Ṭ	T tebal
ظ	Ẓa	Ẓ	Z tebal
ع	'Ain	‘	Bunyi tenggorokan ('ain)
غ	Gain	Gh	Bunyi *gh*
ف	Fa	F	Konsonan f
ق	Qaf	Q	Konsonan q
ك	Kaf	K	Konsonan k
ل	Lam	L	Konsonan l
م	Mim	M	Konsonan m
ن	Nun	N	Konsonan n
و	Wau	W / Ū	Konsonan w atau vokal panjang ū
ه	Ha	H	Konsonan h
ء	Hamzah	’	Apostrof (hamzah)
ي	Ya	Y / Ī	Konsonan y atau vokal panjang ī

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAHMUD BADARUDDIN LHOKSEUMAWE

Catatan:

1. Transliterasi huruf Arab ke huruf Latin pada tabel di atas mengacu pada Pedoman Transliterasi Arab–Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.
2. Huruf alif (ا) tidak dilambangkan sebagai konsonan, tetapi berfungsi sebagai penanda vokal pendek (*a*) atau vokal panjang (*ā*) sesuai dengan harakat yang menyertainya.
3. Huruf yang memiliki tanda titik di atas atau di bawah, seperti ṡ, ḥ, ṣ, ḍ, ṭ, ẓ, dan ż, digunakan untuk membedakan bunyi huruf Arab yang tidak memiliki padanan langsung dalam alfabet Latin.
4. Huruf 'ain (ع) ditransliterasikan dengan tanda koma terbalik (‘), sedangkan hamzah (ء) ditransliterasikan dengan tanda apostrof (’).
5. Huruf yang bertasydid (ّ) ditulis dengan cara menggandakan huruf Latin yang bersangkutan, misalnya: مدّ menjadi madd.
6. Vokal panjang ditulis dengan tanda garis di atas huruf (makron), yaitu ā, ī, dan ū.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu UMKM yang berkontribusi dalam pelestarian budaya lokal adalah usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir di Kabupaten Pidie, Aceh. Namun, pengembangan usaha kerajinan kasab ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek akses keuangan dan pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inklusi keuangan, sistem pemasaran, perkembangan dan keberlanjutan usaha, dan kontribusi usaha terhadap pelestarian budaya pada Fitri Souvenir. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pemilik usaha, bendahara, admin, karyawan, dan konsumen pada usaha Fitri Souvenir. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inklusi keuangan berperan penting dalam pengembangan usaha Fitri Souvenir. Hal ini terlihat dari kepemilikan rekening bank, pemanfaatan pembiayaan usaha, penggunaan transaksi digital, dan pemahamanan terhadap keamanan layanan keuangan. Namun, pemanfaatan layanan asuransi dan investasi masih belum dilakukan. Sistem pemasaran yang diterapkan meliputi strategi produk, harga, tempat, dan promosi dengan memanfaatkan pemasaran langsung maupun pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Strategi tersebut berhasil memperluas jangkauan pasar hingga tingkat nasional dan internasional. Pengembangan dan keberlanjutan usaha ditunjukkan oleh peningkatan omset, bertambahnya jumlah pelanggan, dan penyerapan tenaga kerja yang mencapai 50 orang. Selain itu, Fitri Souvenir juga bekontribusi dalam pelestarian budaya Aceh melalui pemanfaatan motif dan nilai budaya kasab dalam produk yang dihasilkan, keterlibatan generasi muda sebagai konsumen, inovasi produk yang mengikuti perkembangan zaman, dan penguatan indentitas budaya daerah melalui pemasaran produk hingga ke luar negeri. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan dan sistem pemasaran memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha Fitri Souvenir. Selain itu memberikan manfaat ekonomi, usaha ini juga berkontribusi dalam menjaga dan melestarikan budaya kasab sebagai warisan budaya khas Aceh.

Kata Kunci: Inklusi Keuangan, Sistem Pemasaran, Pengembangan Usaha, Kerajinan Kasab, Pelestarian Budaya.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in fostering economic growth, creating jobs, and enhancing community welfare. One such MSME contributing to local cultural preservation is "Fitri Souvenir," a kasab (traditional Acehnese embroidery) craft business in Pidie Regency, Aceh. However, the development of this kasab craft business faces various challenges, particularly regarding access to finance and marketing. Therefore, this study aims to analyze the roles of financial inclusion, marketing systems, business development and sustainability, and the business's contribution to cultural preservation at Fitri Souvenir. A qualitative research method was employed, with data collected through interviews, observation, and documentation. Research informants included the business owner, treasurer, administrator, employees, and customers. Data analysis involved data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that financial inclusion plays a crucial role in Fitri Souvenir's business development, evidenced by bank account ownership, the use of business financing, the adoption of digital transactions, and an understanding of financial service security; however, insurance and investment services have not yet been utilized. The marketing system implemented encompasses product, price, place, and promotion strategies, utilizing both direct marketing and digital marketing via social media and online marketplaces. These strategies have successfully expanded the market reach to national and international levels. Business development and sustainability are demonstrated by increased turnover, a growing customer base, and a workforce of 50 people. Furthermore, Fitri Souvenir contributes to the preservation of Acehnese culture by incorporating kasab motifs and cultural values into its products, engaging the younger generation as consumers, innovating products to keep pace with modern trends, and strengthening regional cultural identity through the marketing of products abroad. In conclusion, financial inclusion and marketing systems play significant roles in supporting the development and sustainability of Fitri Souvenir. Beyond providing economic benefits, the business contributes to safeguarding and preserving the kasab craft tradition as a distinctive Acehnese cultural heritage.

Keywords: *Financial Inclusion, Marketing System, Business Development, Kasab Craft, Cultural Preservation.*

خلاصة

الاقتصادي، النمو تعزيز في حيوياً دوراً (MSMEs) والمتوسطة والصغيرة الصغر متناهية المشروعات تلعب حرفي مشروع وهي- "Fitri Souvenir" مؤسسة وتُعد .المجتمع رفاهية وتحسين العمل، فرص وخلق التي المشروعات لهذه نموذجاً -آتشيه إقليم من تقليدي تطريز وهو ،(Kasab) "الكَسَب" فن في متخصص هذا تطوير يواجه ذلك، ومع .بآتشيه (Pidie) "بيدي" مقاطعة في المحلية الثقافة على الحفاظ في تساهم هذه تهدف ولذا، .والتسويق التمويل على بالحصول يتعلق فيما سيما لا متنوعة، تحديات الحرفي المشروع ومساهمة واستدامتها، الأعمال وتطوير التسويق، وأنظمة المالي، الشمول من كل أدوار تحليل إلى الدراسة خلال من البيانات جُمعت حيث النوعي، البحث منهج استخدام تم وقد .الثقافة على الحفاظ في المشروع وأمين المشروع، مالك من كلاً البحث في المشاركين قائمة وشملت والوثائق، والملاحظة المقابلات البيانات، اختزال :مراحل البيانات تحليل عملية وتضمنت .والعملاء والموظفين، والإداري، الصندوق، تطوير في جوهرياً دوراً يلعب المالي الشمول أن إلى النتائج وتشير .النتائج واستخلاص البيانات، وعرض التجاري، التمويل واستخدام مصرفية، حسابات امتلاك في ذلك ويتجلى ،"Fitri Souvenir" أعمال التأمين خدمات من بعد الاستفادة يتم لم ذلك، ومع المالية؛ الخدمات أمن وفهم الرقمية، المعاملات واعتماد مع والترويج، والمكان والسعر بالمنتج تتعلق استراتيجيات المطبق التسويق نظام ويشمل .والاستثمار الإلكترونية؛ والأسواق الاجتماعي التواصل وسائل عبر الرقمي والتسويق المباشر التسويق من كل استخدام .والدولية الوطنية المستويات ليشمل السوق إلى الوصول نطاق توسيع في الاستراتيجيات هذه نجحت وقد قوة ووجود العملاء، قاعدة وتنامي المبيعات، حجم زيادة في واستدامتها الأعمال تطوير مظاهر وتتجلى من آتشيه ثقافة على الحفاظ في "Fitri Souvenir" تساهم ذلك، على وعلاوة .شخصاً 50 قوامها عاملة وابتكار كمستهلكين، الشاب الجيل وإشراك منتجاتها، في الثقافية والقيم "الكَسَب" زخارف دمج خلال وفي .الخارج في المنتجات تسويق عبر الإقليمية الثقافية الهوية وتعزيز الحديثة، الاتجاهات تواكب منتجات Fitri" واستدامة تطوير دعم في هامة أدواراً التسويق وأنظمة المالي الشمول من كل يلعب الختام، حرفة على والحفاظ حماية في المشروع يساهم الاقتصادية، المزايا توفير جانب فإلى ؛"Souvenir لآتشيه مميز ثقافي كتراث التقليدية "الكَسَب".

المفتاحية الكلمات: الثقافة على الحفاظ الكَسَب، حرفة الأعمال، تطوير التسويق، نظام المالي، الشمول

.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
SURAT PERNYATAAN
KATA PENGANTAR ..... **i**
MOTTO ..... **iv**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **v**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
خلاصة ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiiii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 12
C. Tujuan Penelitin 12
D. Manfaat Penelitian 13
E. Definisi Operasional 13
1. Inklusi Keuangan 13
2. Sistem Pemasaran 16
3. Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab 17
4. Peran Budaya Lokal dalam Usaha kerajinan Kasab 18
F. Kajian Terdahulu 23
G. Metode Penelitian 30
1. Lokasi dan Waktu Penelitian 30
2. Jenis penelitian 30
3. Sumber data 31

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

4. Teknik Pengumpulan data 32
5. Teknik Analisis Data 34
BAB II 36
LANDASAN TEORI 36
A. Analisis 36
1. Pengertian Analisis 36
2. Tujuan Analisis 36
B. Inklusi Keuangan 37
1. Pengertian Inklusi Keuangan 37
2. Pengertian Inklusi Keuangan Syariah 38
3. Landasan Al-Qur'an tentang Keuangan Syariah 40
4. Tujuan dan Manfaat Inklusi Keuangan 42
5. Indikator Peran Inklusi Keuangan Terhadap UMKM 44
6. Peran Inklusi Keuangan pada UMKM 45
7. Peran Inklusi keuangan terhadap UMKM 49
C. Sistem Pemasaran 50
1. Pengertian Sistem Pemasaran 50
2. Indikator Pemasaran 51
3. Segmentasi Pasar 55
4. Pengertian Pemasaran Digital 58
5. Fondasi Pemasaran Keberhasilan UMKM dalam Transformasi Digital. 58
D. Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab 60
1. Pengertian Pengembangan Usaha 60
2. Pengertian Kerajinan Kasab 61
3. Sejarah Kerajinan Kasab 62
4. Konsep Keberlanjutan Usaha 63
5. Indikator-Indikator Perkembangan UMKM 64
6. Faktor-Faktor yang Memperngaruhi Keberlanjutan Usaha 64
E. Peran Budaya Lokal dalam Usaha Kerajinan Kasab 67
1. Pengertian Budaya Lokal 67
2. Budaya Lokal dama Produk Kerajinan Kasab 68
3. Peran Budaya dalam Pengembangan Usaha 68
4. Kontribusi terhadap Pelestarian Budaya 69

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

BAB III **70**
HASIL PENELITIAN **70**
A. Gambaran Umum Fitri Souvenir 70
1. Sejarah Usaha Fitri Souvenir 70
2. Nama-Nama Karyawan yang Bekerja di Tempat Fitri Souvenir. 72
3. Profil Tenaga Kerja Fitri Souvenir 72
4. Struktur Organisasi Fitri Souvenir 74
B. Hasil Penelitian 75
1. Peran Inklusi Keuangan Terhadap Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab Fitri Souvenir 75
2. Sistem Pemasaran Pada Usaha Fitri Souvenir 81
3. Pengembangan dan Bekerlanjutan pada Usaha Fitri Souvenir .. 90
4. Kontribusi Fitri Souvenir terhadap Pelestarian Budaya 99
C. Analisis Penelitian 107
1. Analisis Inklusi Keuangan pada Usaha Fitri Souvenir 107
2. Analisis Sistem Pemasaran pada Usaha Fitri Souvenir 109
3. Analisis Perkembangan dan Keberlanjutan Usaha Fitri Souvenir 109
4. Analisis Pelestarian Budaya pada Usaha Fitri Souvenir 110
BAB IV **111**
PENUTUP **111**
A. Kesimpulan 111
1. Peran Inklusi Keuangan dalam Pengembangan Usaha Fitri Souvenir 111
2. Sistem Pemasaran UMKM Fitri Souvenir dalam Memperluas Jangkauan Pasar 111
3. Pengembangan dan Keberlanjutan Usaha Kerajinan Kasab Fitri Souvenir 112
4. Peran Budaya Lokal terhadap Pelestarian Budaya pada Usaha Fitri Souvenir 112
B. Saran 113
1. Bagi Pemilik Usaha Fitri Souvenir 113
2. Bagi Masyarakat dan Generasi Muda. 113
3. Bagi Penelitian Selanjutnya 113
DAFTAR PUSTAKA **114**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

PEDOMAN WAWANCARA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
SURAT KETERANGAN PLAGIASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan PDRB Provinsi Aceh..... 2
Tabel 1.2 Media Sosial yang digunakan Fitri Souvenir 9
Tabel 1.3 Kajian Terdahulu 23
Tabel 1. 4 Nama-Nama yang Wawancara 31
Tabel 2. 1 Kategori UMKM 47
Tabel 3.1 Nama-Nama Karyawam Fitri Souvenir..... 72
Tabel 3.2 Karakteristik Tenaga Kerja Fitri Souvenir Bedasarkan Tingkat Pendidikan.....73
Tabel 3. 3 Daftar Produk dan Harga Fitri Souvenir.....82

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Produk Kerajinan Pada Fitri Souvenir..... 19
Gambar 1.2 Jumlah UMKM di Indonesia..... 21
Gambar 3.1 Tempat Usaha Fitri Souvenir..... 71
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Fitri Souvenir 74

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi yang dapat berkelanjutan tidak hanya bergantung pada sektor industri besar lainnya, akan tetapi bisa juga didukung dengan sektor usaha lainnya seperti sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pada UMKM ini memiliki peran penting dalam menciptakan peluang tenaga kerja, pada pertumbuhan ekonomi ditingkat nasional, serta membantu mengurangi angka tingkat kemiskinan. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan besar. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini karena UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan terbanyak sehingga mampu memberikan kontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia.[1]

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 97% tenaga kerja, sektor ini menjadi tulang punggung ekonomi nasional. Namun, UMKM sering kali mengadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan kemampuan manajerial yang masih minim. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha. Usaha-usaha ini tersebar diberbagai sektor, seperti perdagangan, manufaktur, pertanian, jasa dan juga termasuk kuliner, *fashion*, kerajinan tangan, hingga teknologi digital. Keberadaan UMKM sangat penting,

[1] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, "Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008," no.1, 2008. https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-20-Tahun-2008-tentang-Usaha,-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx

terutama di daerah-daerah terpencil, karena mampu menciptakan lapangan kerja, mendistribusikan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.[2]

Provinsi Aceh terutama dinas koperasi setempat mengadakan realisasi program kegiatan dinas koperasi, usaha kecil, dan menengah pada tahun 2023 , hasil yang didapatkan dalam program tersebut sebesar 80.50% dan meningkat pada tahun 2024 sebesar 97.4%.[3] Dalam dinas koperasi itu diketahuin bahwa UMKM yang berada di kota Sigli Aceh, ada salah satu UMKM bergerak dibidang kerajinan tangan tradisional, seperti kerajinan kasab.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Aceh pada tahun 2025, perekonomian Aceh pada Triwulan I-2025 tumbuh sebesar 4,59% (*year on year*) dengan nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas harga berlaku mencapai Rp 61,75 triliun. Meskipun secara triwulan mengalamin kontraksi -6,05% karena faktor musiman, pertumbuhan tahunan ini menunjukkan arah positif dan menandakan peningkatan aktivitas ekonomi diberbagai sektor. Pertumbuhan ekonomi Aceh ditopang oleh beberapa lapangan usaha terutama sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pertumbuhan PDRB Provinsi Aceh

No	Lapangan Usaha	Pertumbuhan (%)
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	0,91%
2	Pertambangan dan Penggalian	19,02%
3	Industri Pengelohan	5,49%
4	Perdangan dan Reparasi	5,87%
5	Transpotasi dan Pergudangan	9,76%
6	Lainnya (jasa-jasa, kontruksi, dll)	3,02%

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh, Berita Resmi Statistik No. 30/05/11/ Th.XXVIII, 5 Mei 2025.

Peran UMKM terlihat dominan pada sektor pertambangan dan penggalian. Dimana, kegiatan ekonomi masyarakat berkontribusi besar terhadap pembentukan

[2] Kementrian Keuangan RI, "Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lewat KUR dan Insentif UMKM". Kementrian Keuangan RI, diakses pada 3 Juli 2025, https://www.scribd.com/document/736509773/Laporan-Kinerja-Kementerian-Koperasi-dan-UKM-Tahun-2023-Revisi-compressed-1-1-1

[3] Laporan kinara (LKJ), "Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menenga Aceh tahan 2024". Aceh, 2024. hlm. 7

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

PDRB. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi di Aceh pada periode 2025 ini tidak hanya mendorong oleh sektor unggulan, tetapi juga oleh aktivitas ekonomi rakyat yang memperkuat fondasi ekonomi daerah sekaligus mendukung pembangunan ekonomi nasional.[4]

Provinsi aceh merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia bagian Barat, Aceh memiliki berbagai suku bangsa, budaya dan adat istiadat. Kebudayaan itu meliputi unsur Bahasa, sistem mata pencarian pada masyarakat sekitar, sistem ilmu pengetahuan, organisasi sosial, sistem teknologi, sistem religi, dan sistem kesenian. Pada kebudayaan sekitar dipahamin dalam konteks antropologi, sebagai keseluruhan gagasan, perilaku, dan ciptaan manusia yang dipelajarin. Dengan adanya kata lain, budaya juga berdiri dari tujuan komponen yang dimiliki bersama oleh semua orang, salah satunya yaitu kesenian.[5] Kesenian tradisional Aceh yang memiliki nilai estetika tinggi dan diwariskan secara turun-menurun. Kesenian ini yaitu kesinian kerajinan kasab, kesenian kerajinan kasab ini di kembangkan oleh masyarakat terutama di provinsi Aceh khususnya di Kabupaten Pidie.

Pidie adalah salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini berada di kecamatan Kota Sigli, kabupaten ini merupakan kabupaten dengan jumlah penduduk terbesar kedua di provinsi Aceh setelah kabupaten Aceh Utara. Jumlah penduduk Pidie pada akhir tahun 2023 sebanyak 444.898 jiwa.[6] Pada tahun 2024 jumlah penduduk di Kabupaten Pidie tercatat 448,13 ribu jiwa data per 2024, angka ini megalamin kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya. Dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lain di Provinsi Aceh, jumlah penduduk Kabupaten Pidie masuk dalam urutan lima besar, sementara bila dikelompokkan menurut pulau, Kabupaten/Kota ini ada diurutan 43. Pada tahun 2024, mayoritas penduduk Kabupaten Pidie didominasi oleh usia produktif (umur

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[4] Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh, "Ekonomi Aceh Triwulan I-2025 Tumbuh 4,59 persen (y-on-y)", 05 Mei 2025, di akses pada tanggal 22 Oktober 2025 pkl 15:45. https://aceh.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/05/1125/ekonomi-aceh-triwulan-i-2025-tumbuh-4-59-persen--y-on-y-.html

[5] Indra Tjahyadi, Hansol Wafa, Moh. Zamroni, "Kajian Buday Lokal". Lamongan, Pagan Press, 2019. hlm. 30-32

[6] Laporan kinara (LKJ), "Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menenga Aceh tahan 2024". Aceh, 2024. hlm.10

pada rentang 15-59 tahun) jumlah mencapai 283,2 ribu atau 63,24% dari total populasi. Sedangkan usia anak-anak (umur 0-14 tahun) serta usia lanjut yang berumur lebih dari 60 tahun masing-masing sebesar 25,3% dan 11,46%. Kabupaten Pidie memiliki 1.455 UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di berbagai sektor. [7] Terutama UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan.

Kerajinan tradisional merupakan suatu warisan budaya yang telah dilestarikan selama bertahun-tahun hingga diwariskan dari generasi ke generasi. Produk kerajinan tradisional dibuat dengan menggunakan keterampilan tangan yang terampil. Pembuatan kerajinan ini biasanya menguasai teknik-teknik khusus yang memerlukan ketelatenan. Dalam proses produksinya, kerajinan tradisional tidak melibatkan mesin-mesin otomatis sehingga proses pembuatannya yang panjang sehingga membutuhkan waktu yang lama. Dalam menjaga dan mendukung kerajinan tradisional, masyarakat dapat berkontribusi pada pelestarian warisan budaya dan pembangunan ekonomi lokal. Salah satu kerajinan tradisional yang harus dilestarikan adalah kasab Aceh.[8]

Kerajinan yang terbuat dari sulaman benang emas itu biasanya disebut kerajinan kasab. Kerajinan kasab merupakan warisan budaya Aceh yang memilik nilai ke estetikan dan historis yang tinggi. kasab yaitu senin menyulan dari benang emas atau perak pada kain, ini telah lama menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Aceh, khsusunya kerajinan kasab ini umumnya dipakai pada acara-acara adat, atau ucapan ke agamaan. selain itu kasab juga menjadi simbol identitas budaya, kerajinan kasab ini juga memiliki potensi pada pembangkitan ekonomi di Aceh jika dikembangkan secara optimal sebagai industri kearifan lokal.[9]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[7] Ilal Mahdi, Zulfa Razi, Diva Rizki Ismi, "Pengembangan Aplikasi Manajemen Keuangan Milik UMKM E-Commewcae di Kabupaten Pidie Berbasis Androit." Jurnal Literasi Informatika 4. No.1. 2025.

[8] Indra Tjahyadi, Hansol Wafa, Moh. Zamroni, "Kajian Buday Lokal". Lamongan, Pagan Press, 2019. hlm. 30-32

[9] Putri, Isra Wulyana, " Analisis Pemertaan Industri Kerajinan Kasab Aceh dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi kausus Gampong Alue le Mameh, kec. Kuala, Kab. Nagan Raya), UIN AR-Raniry, 2023.

Kasab Aceh adalah salah satu hasil karya yang khas asal Provinsi Aceh. Dibuat menggunakan benang emas atau perak yang disulam diatas kain beludru, dihiasi dengan pola-pola unik yang seringkali mengikuti ragam hias lokal. Kerajinan ini dikerjakan dengan tangan, menunjukkan keterampilan para pengrajinnya. Sebagai salah saru warisan tekstil Aceh kasab tidak hanya menampilkan keindahan, tetapi juga melestarikan tradisi yang telah ada sejak lama.[10]

Kasab biasanya digunakan pada acara besar seperti hajatan, pernikahan, juga upacara adat dan seringkali melibatkan pemakaian kain Kasab. Kasab dapat ditemukan dalam berbagai penghias ruangan meliputi bantal duduk, hiasan panggung, kipas, ornamen meja, hingga tirai. Selain sebagai bagian dari seremoni, Kasab kini kian sering dimanfaatkan dalam pembuatan buah tangan. Dengan memasukkan elemen Kasab, keunikan dan kelokan kerajinan ini dapat dinikmati oleh lebih banyak orang, baik masyarakat lokal maupun wisatawan. Hal ini membantu pelestarian seni tradisional Aceh sekaligus memperkenalkan kekayaan budaya daerah ke ranah yang lebih luas.[11]

Pengembangan usaha kerajinan kasab di Pidie menghadapi sejumlah kendala struktural dan teknis, yang menghambat kemajuan dan perluasan pasar. Dua faktor utama yang menjadi fokus dalam pengembangan usaha ini adalah inklusi keuangan dan sistem pemasaran. Inklusi keuangan merujuk pada keterlibatan aktif masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan formal, seperti akses terhadap pinjaman, tabungan, asuransi, dan pembayaran digital. Ketika pelaku UMKM memiliki akses ke layanan tersebut, mereka memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan produktivitas, memperluas skala usaha, serta menghadapi risiko usaha dengan lebih baik.[12]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[10] Gita Maharsi, "Kasab Aceh, Sulaman Emas dari Ujung Barat Indonesia", The Textile Map, 2025.

[11] Nindy Agustin Andriani, "Mengintip Proses Pebuatan Kerajinan Sulaman Kasab Khas Aceh beserta Filosofinya", Good News from Indonesia, 5 Agustus 2025. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/03/07/mengintip-proses-pembuatan-kerajinan-sulam-kasab-khas-aceh-beserta-makna-filosofisnya

[12] Nisa, Chairantin, "Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap UMKM (Studi Kasus pada Kecamatan Banda Saya Kota Banda Aceh)", UIN Ar-Raniry, 2023. hlm. 11-16

Namun, studi terbaru pada tahun 2022 menurut OJK menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan di kalangan masyarakat di Aceh masih relatif moderat dengan total tingkat inklusi keuangan 89,87% sehingga hanya sebagian kecil orang atau bisnis yang memiliki rekening bank atau akses ke pinjaman dari lembaga keuangan formal.[13] Tanpa dukungan keuangan yang memadai, pelaku usaha kesulitan untuk mengembangkan produk, meningkatkan kualitas, dan mengakses bahan baku yang diperlukan, terutama dalam inklusi keuangan melalui pinjaman, tabungan, dan pembayaran digital.

Di sisi lain, sistem pemasaran juga menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha kerajinan kasab. Produk kasab memiliki nilai estetika dan budaya yang tinggi, namun jangkauannya masih terbatas di pasar lokal. Sebagian pengrajin kasab saat ini memanfaatkan media promosi dimedia sosial dan menggunakan *platform e-commerce* yang memudahkan dalam memasarkan produk kerajinan kasab, namun tidak semua pengrajin dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang berkembang pesat ini dalam memasarkan produk kerajinannya. Padahal, perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan produknya melalui *platform e-commerce*, media sosial, dan kerja sama dengan *marketplace*. Keterbatasan teknologi digital adalah UMKM kurang memanfaatkan teknologi karena keterbatasan pengetahuan dan akses sehingga kegiatan promosi menjadi terbatas dan menghambat pelaku usaha untuk memperluas sasaran pasar. Selain itu, aspek branding dan kualitas kemasan produk juga menjadi perhatian dalam upaya menembus pasar nasional dan internasional. Produk khas seperti kasab memerlukan strategi promosi yang mampu menonjolkan nilai budaya dan keunikan lokalnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Selain itu, aspek *branding* dan kualitas kemasan produk juga menjadi perhatian dalam upaya menembus pasar nasional dan internasional. Produk khas seperti kasab membutuhkan strategi promosi yang mampu menonjolkan nilai

[13] OJK, "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022", OJK, diakses pada 2 Juli 2025. https://www.ojk.go.id/id/Fungsi-Utama/Perilaku-Pelaku-Usaha-Jasa-Keuangan/SNLIK/Documents/Booklet%20Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20Tahun%202022.pdf

budaya dan keunikan lokalnya. Namun pada tahun 2023 terdapat faktor penghambat yang dihadapi oleh UMKM yaitu kurangnya modal usaha bagi pengrajin, kurangnya inovasi dan kreasi pengrajin kasab dalam menghasilkan kerajinan yang lebih menarik bagi konsumen, dan kurangnya dukungan bagi pengrajin kasab baik dari pemerintah daerah maupun dari pengembangan usaha pada pemerintah daerah maupun dari bina usaha.[14]

Pada tahun 2024, menurut pengakuan pengrajin kasab, Fitri Souvenir, pemerintah setempat yaitu pemerintah Pidie mendukung kerajinan kasab ini dengan mengadakan kegiatan UMKM lokal agar masyarakat sekitar dan masyarakat di luar Aceh lebih mengenal kerajinan kasab. Pemerintah setempat juga sudah banyak menggunakan produk dari kasab itu sendiri dalam rangka memperkenalkan hasil produk kasab secara nasional maupun internasional.[15] Tentunya yang menggunakan kerajinan kasab itu sendiri tidak hanya dari pemerintah daerah saja tetapi banyak tokoh-tokoh berpengaruh di Indonesia yang telah memakai kerajinan kasab di berbagai acara besar lainnya, terutama mantan Presiden Joko Widodo pada saat upacara HUT RI di Istana Merdeka pada tahun 2018 lalu, beliau memakai baju adat Aceh lengkap dengan bordiran penuh kerajinan kasab khas Aceh yang memiliki nilai seni yang tinggi dan masih banyak lagi tokoh-tokoh lainnya yang telah menggunakan kerajinan kasab khas Aceh.[16]

Hasil kerajinan kasab yang dibuat oleh pengrajin yaitu Fitriani yaitu selaku pemilik usaha yang ingin dikaji oleh peneliti yaitu usaha Fitri Souvenir, yang berumur 41 tahun dan bekerja di salah satu sekolah SDN Beurabo sebagai wali kelas, guru mata Pelajaran Agama, Umum Matematika dan Seni. Fitriani ini sebagai owner dari Fitri Souvenir di usaha yang di jalanin telah memiliki 50 orang tenaga kerja rumahan dan diantara memereka ada juga yang disabilitas. Usaha yang dijalankan oleh Fitriani ini sudah dibangangun dari ia tamat SMA di umur

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[14] M, Fitria Suci, "Pemberdaya Industri Rumah Tangga Kerajinan Kasab oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Peindustrian dan Perdangan di Kabupaten Aceh Barat Daya provinsi Aceh", Institut Pemerintah Dalam Negeri Kementrian Dalam Negeri, 2021.

[15] Fitriani, (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada 2 Juli 2025, pukul 12:40.

[16] Wibawana, Widhia Arum, "Daftar Baju Adat yang Pernah Dipakai Jokowi saat Upacara 17 Agustus", Detik.com, diakses pada 5 Agustus 2025, https://news.detik.com/berita/d-7491835/daftar-baju-adat-yang-pernah-dipakai-jokowi-saat-upacara-17-agustus

18 tahun hingga sekarang dan kurang lebih usaha yang dijalan kan oleh beliau sudah 21 tahun, pengakuan dari Fitriani pada saat wawancara ia dulu ingin melanjutkan ke jenjang kuliah akan tetapi kurang biaya oleh karena itu Fitriani yang sudah ada kelebihan dalam pembuatan kerajinan kasab ia mengembangkannya dan menjual ke orang-orang terdekat dan semakin dikenal di Masyarakat sekitar hingga sekarang usahanya berkembang pesat.[17]

Modal awal yang digunakan oleh pengrajin kasab yaitu Fitriani berjumlah Rp. 1000.000,- Juta dan sekarang modal yang dikeluarin dalam sebulan sebesar Rp. 35.000.000 dalam produksinya. Omset yang di dapat Fitriani ini dalam perbulannya lebih kurangnya sebesar Rp. 35.000.000,-. Dalam mengembangkan bisnis kasab ini pemilik usaha yaitu Fitriani menggunakan Perbankan dalam melakukan transaksi ke berbagai luar daerah, Provinsi bahkan Luar Negeri. Produk yang digunakan oleh Fitriani ini yaitu Tabungan BSI VISA dan dalam kegiatan ekspor barang ke luar negeri, Fitriani tidak menggunakan transaksi keluar Negeri dengan menggunakan *Letter Of Credit* dan Fitriani menggunakan pengirim barang keluar negeri dari pihak pengantaran melalui kantor pos untuk pengantaran ke luar Negeri dan kedalam Negeri (luar kota dan luar Provinsi Aceh) menggunakan pengantaran J&T dan J&E untuk pembayarannya menggunakan sistem Transfer. Digital *paymen* yang digunakan Fitri souvenir tersebut adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam kegiatan penjualan produk dan transaksi, Fitriani pernah mendapatkan bantuan berubah Mesin Jahit dari Bank Indonesia (BI) dan Bantuan dari pemerintah setempat yaitu Dewan Perwakilan Daerah (DPD).[18]

Dalam strategi pemasaran yang digunakan oleh Fitri Souvenir menggunakan media sosial dalam memasarkan produk yang dijualnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[17] Fitriani, (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp pada Tanggal 13 Agustus 2025, Pukul 13:58 Wib.

[18] Fitriani, (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp pada Tanggal 13 Agustus 2025, Pukul 14:10 Wib.

Tabel 1.2 Media Sosial yang digunakan Fitri Souvenir

No	Media Sosial	Nama Akun
1	Facebook	fitri_souvenir_pidie
2	Instagram	fitri_souvenir_pidie
3	Tiktok	fitrisouvenir
4	Shopee	fitri_souvenir

Sumber: *Platfrom Digital*, Media Sosial Milik Fitri Souvenir.

Pangsa pasar atau target pemasaran yang digunkana oleh pemilik usaha Fitri souvensir lebih kesemua kalangan bisa membeli produk ini dikarenakan produk yang dijual di Fitri Souvenir ini dari harga mulai dari Rp. 5.000 hingga jutaan atau puluhan juta tergantung barangnya. Barang-barang yang dijual Fitri Souvenir yaitu Tas Wanita, Outer baju, Sarung bantal, kopia, baju pengantin, kipas, selempang, taplak meja, payung, gantungan kunci yang menggunakan bahan sisa, dan masih banyak lagi. Barang-barang yang dijual Fitri Souvenir tentunya itu dibuat dengan Sulaman dari benang emas atau perak pada kain beludru yang khas aceh karena pembuatannya memerlukan kreativitas serta kesabaran dalam pembuatan kerajinan ini.[19]

Penelitian sebelumnya terkait permertaan industri kerajinan kasab Aceh dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Gampong Alue Le Mameh, Kec. Kuala Kabupaten Nagan Raya menurut persepektif ekonomi syariah dilakukan oleh Isra Wulya Putri menunjukkan hasil kerajinan kasab mampu meningkatkan kesejahteraan pada masyarakat sekitar karena dari usaha kerajinan kasab ini bisa membuka lowongan kerja bagi ibu rumah tangga sekitar, akan tetapi pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk strategi pemasaran yang menggunakan media sosial dalam pemasaran kerajinan kasab. Pada pemerintah

[19] Fitriani, (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp pada Tanggal 13 Agustus 2025, Pukul 13:54 Wib.

setempat kurang memperhatikan para pengrajin seperti penyediaan barang untuk kebutuhan menjahit atau kurang adanya berkontribusi dalam mengembangkan usaha kerajinan di daerah tersebut.[20]

Penelitian yang terkait dengan pengaruh keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM di kelurahan Anaiwoi yang dilakukan oleh Hamsiani, La Ode Turi, Niar Astaginy. Menunjukkan hasil bahwa inklusi keuangan berkontribusi terhadap pelaku UMKM terhadap layanan keuangan formal, seperti simpanan, pembiayaan, maupun asuransi, maka perilaku keuangan mereka cenderung semakin baik dan terarah dan maupun mengelola keuangan dan kinerja keuangan UMKM terbukti memiliki dampak terhadap layanan keuangan turut berperan signifikan dalam meningkatkan perfoma keuangan UMKM, artinya semakin mudah UMKM mengakses layanan keuangan, kinerja mereka juga semakin baik.[21]

Penelitian yang terkait dengan Peran inklusi keuangan dalam meningkatkan penggunaan *financial terchnology* pada UMKM yang dilakukan oleh Tiara Syahrini dan Edar Pradesa. Menunjukkan hasil inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology* pada UMKM karena semakin tinggi akses untuk memanfaatkan produk atau layanan keuangan maka akan menimbulkan rasa ketertarikan terhadap perkembangan perekonomian teknologi dalam bentuk *fintech*. Pada peneliti ini dilakuan untuk menunjukkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *fintech*. Ini menggambarkan bahwa, revolusi pada transaksi keuangan memiliki peran penting dalam rangka peningkatan layanan keuangan yang akan berpengaruh terhadap kestabilan transaksi keuangan. Penelitian ini diperkuat dengan *Technology Acceptance Modal* (TAM) *theory* yang memperjelas bahwa masyarakat biasanya menerima penggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari karena merupakan wawasan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[20] Putri, Isra Wulyana, " Analisis Pemertaan Industri Kerajinan Kasab Aceh dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi kausus Gampong Alue le Mameh, kec. Kuala, Kab. Nagan Raya), UIN AR-Raniry, 2023. hlm. 4

[21] Nia Astaginy, La Ode Turi, Hamsiani, "Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM (studi kasus di kelurahan Anaiwoi)", Jurnal Akuntasi kompetitif, Vol. 8, No. 2, Mei 2025. hlm. 534-536.

baru memfasilitasi aktivitas penggunaan teknologi sehingga dapat meningkatkan kinerja individu. Pemaham inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap *Financial Technology* berpengaruh positif terbukti dengan fakta bahwa layanan keuangan berbasis teknik dibutuhan oleh pelaku UMKM untuk memperluas wawasan tentang literasi keuangan dan inklusi keuangan.[22]

Berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu dapat diketahuin dalam konteks pengembangan usaha, inklusi keuangan memiliki peran penting. Inklusi keuangan dapat diartikan sebagai kemudahan akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal, seperti tabungan, pembiayaan, asuransi, dan sistem pembayaran yang memadai. Dengan adanya inklusi keuangan yang disediakan oleh perbankan, pelaku usaha kasab dapat meningkatkan kapasitas produk, memperbaruin peralatan, serta mengebangkan inovasi desain sesuai permintaan pasar. Sebaliknya, tanpa dukungan inklusi keuangan, perajin cenderung kesulitan memenuhi permintaan pasar yang meningkat, terutama pada musim pernikahan atau pameran kerajinan. Disisi lain, sistem pemasaran yang tepat menjadi faktor penentu keberhasilan usaha kasab dalam menembus pasar nasional maupun internasional. Pemasaran tidak hanya terbatas pada penjualan langsung atau pameran, tetapi juga meliputin strategi penentuan harga, *branding* , promosi, hingga pemanfaatan teknologi digital.

Diera digitalisasi, pemasaran online melaluin media sosial, *marketplace* dan *platfrom e-commerce* terbukti dapat memperluas jangkauan konsumen tanpa batas geografis. Pemerintahan setempat mendukung usaha kasab akan tetapi pemerintahan setempat memilih-milih pelaku usaha untuk mengadakan pelatihan maupun kegiatan usaha tersebut.[23] Studi yang membahas peran inklusi keuangan dan sistem pemasaran secara simultan terhadap pengembangan usaha kerajinan kasab di Pidie masih sangat terbatas, penelitian yang ada umumnya hanya fokus pada satu aspek, sehingga belum mampu memberikan gambaran menyeluruh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[22] Edar Pradesa, Tiara Syahrini, "Peran Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan dalam meningatkan Pengunaan Financial Technology pada UMKM", Ekonomi, Keuangan, Investasi, dan Syariah (EKUITAS), Vol. 4, No. 3, Februari 2023, hlm. 1103-1010.

[23] Fitriani, (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp pada Tanggal 13 Agustus 2025, Pukul 13:54 Wib.

mengenai terkaitan kedua faktor tersebut. Padahal, kombinasi antara akses keuangan yang memadai dan sistem pemasaran yang efektif dapat menciptakan efek sinergis dalam meningkatkan daya saing produk kasab. Oleh karena itu, peneliti memilihan judul "Analisis Peran Inklusi Keuangan dan Sistem Pemasaran dalam Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab Khas Aceh di Pidie (Studi kasus Fitri Souvenir, Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh)" menjadi relevan secara akademis dan praktis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi sejauh mana kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap pengembangan usaha, serta memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan oleh pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan komunitas perajin.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk peran inklusi keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha kerajinan kasab dalam pengembangan usaha Fitri Souvenir di Kabupaten Pidie?
2. Bagaimana sistem pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Fitri Souvenir dalam memperluas jangkauan produk kerajinan kasab ke pasar lokal, nasional, dan internasional?
3. Bagaimana pengembangan dan berkelanjutan usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir?
4. Bagaimana peran budaya lokal dalam usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir berkontribusi terhadap pelestarian budaya?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

C. Tujuan Penelitin

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahuin bentuk peran inklusi keuangan yang dijalankan oleh pelaku usaha kerajinan kasab dalam pengembangan usaha Fitri Souvenir di Kabupaten Pidie.
2. Untuk menganalisis sistem pemasaran yang digunakan oleh UMKM Fitri Souvenir dalam memasarkan produk kerajinan kasab ke pasar lokal, nasional, dan internasional.

3. Untuk mengetahuin bagaimana perkembangan dan berkelanjutan pada usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir.
4. Untuk menganalisis peran budaya lokal pada usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir dalam berkontribusi terhadap pelestarian budaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya dalam kajian UMKM, inklusi keuangan, dan sistem pemasaran.
b. Menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji keterkaitan antara akses keuangan, sistem pemasaran, dan pengembangan usaha berbasis budaya lokal.

2. Manfaat Praktis

a. Memberikan informasi dan rekomendasi yang dapat digunakan oleh pelaku usaha kerajinan kasab di Pidie untuk meningkatkan akses terhadap layanan keuangan formal dan mengoptimalkan strategi pemasaran.
b. Menjadi dasar pertimbangan bagi pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan instansi terkait dalam merumuskan kebijakan atau program pemberdayaan UMKM berbasis budaya lokal.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

E. Definisi Operasional

1. Inklusi Keuangan

a. Definisi Inklusi Keuangan

Istilah inklusi keuangan merupakan istilah yang popular dikalangan masyarakat sebagai kontribusi keuangan untuk pembangunan berkelanjutan, tetapi tidak banyak yang memahami istilah ini. Padahal dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadarin

sudah melakukan banyak kegiatan yang merupakan bagian dari inklusi keuangan. Inklusi keuangan menjadi salah satu hal yang diperbincangan dalam acara OECD-OJK *Conference on Financial Inclusion, Financial Consumer Protection and Financial Literacy in Asia-Pacific* awal Desember 2021 lalu. Pemerintahan Indonesia, dalam hal ini Menteri Keuangan Sri Mulyani, mengatakan bahwa mempromosikan literasi dan inklusi keuangan digital serta mendukung Pembangunan yang berkelanjutan merupakan Upaya membangun sektor keuangan yang kuat dan inklusif, serta mendukung pembangunan yang berkelanjutan.

Menurut World Bank, Inklusi keuangan didefinisikan sebagai akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan yang bermanfaat dan terjangkau dalam memenuhi kebutuhan masyarakat maupun usahanya yang dalam hal ini berupa transaksi, pembayaran, tabungan, kredit, dan asuransi yang digunakan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.[24]

Inklusi keuangan merupakan konsep multidimensi yang berdampak pada ekonomi makro. Peningkatan akses rumah tangga dan Perusahaan terhadap layanan keuangan, termaksuk partisipasi Perempuan, dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, perlu diwaspadai bahwa perluasan akses kredit tanpa pengawasan yang memadai dapat meningkatkan akses terhadap layanan keuangan non-kredit tidak berpengaruh signifikan terhadap stabilitas keuangan.[25]

Inklusi keuangan merujuk pada kondisi di mana seluruh lapisan masyarakat, termasuk kelompok rentan dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), memiliki akses yang luas dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[24] Lathifa, Dina, "Mengenal Inklusi Keuangan, definisi, Tujuan, dan Upaya penerapannya", online-pajak, diakses pada tanggal 14 Agustus 2025. https://www.online-pajak.com/tentang-efiling/inklusi-keuangan

[25] Roberto Akyuwen dan Jaka Waskito, "Memahami Inklusi Keungan", Sekolah Pascasarjana Gadjah Mada Anggota IKAPI 077/DIY/2012, Yogyakarta, 2018. hlm 14. https://repository.upstegal.ac.id/59/1/buku%20memahami%20inklusi%20keuangan.pdf

mudah terhadap produk dan layanan keuangan formal sesuai kebutuhan mereka.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Inklusi Keuangan adalah ketersediaan akses pada berbagai lembaga, produk dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.[26]

Terdapat tiga dimensi utama dalam inklusi keuangan:

1. Aksesibilitas: Kemudahan masyarakat dalam menjangkau layanan keuangan.
2. Penggunaan: Tingkat frekuensi dan keberlanjutan pemanfaatan produk dan layanan keuangan.
3. Kualitas: Kesesuaian produk dan layanan keuangan dengan kebutuhan serta pemahaman masyarakat pengguna.

Sebagai dari strategi nasional, OJK menargetkan tingkat inklusi keuangan nasional mencapai 90% pada tahun 2024 melalui digitalisasi layanan keuangan dan penguatan kapasitas lembaga keuangan mikro. Inklusi keuangan berperan dalam pengurangan kemiskinan melalui dua cara yang saling berhubungan. *Pertama*, inklusi keuangan membantu mengembangkan industri keuangan dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. *Kedua*, inklusi keuangan menyediakan layanan keuangan yang memadai, sehingga memperbaiki kualitas kehidupan penduduk.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

b. Peran Inklusi Keuangan terhadap UMKM

UMKM sebagai pilar penting perekonomian nasional membutuhkan dukungan keuangan yang memadai untuk memperluas skala usaha, meningkatkan daya saing produk, serta memperluas jaringan distribusi. Akses terhadap pembiayaan, termasuk melalui layanan perbankan digital dan *fintech*, menjadi solusi yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha, khususnya di wilayah

[26] Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Pelaksanaan Kegiatan dalam Rangka Meningkatkan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan", Nomor 31/SOJK.07/2017.

perdesaan, kelompok usaha mikro dan kecil memainkan peran signifikan dalam pencapaian target nasional inklusi keuangan.

2. Sistem Pemasaran

a. Sistem Pemasaran

Secara umum, pemasaran adalah proses mengenalkan, mempromosikan, dan menawarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan serta keinginan pasar sekaligus meraih keuntungan bagi Perusahaan. Pemasaran menurut *American Marketing Association* (AMA), pemasaran adalah aktivitas, seperangkat institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyapaikan, serta mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat secara umum. Dengan kata lain pemasaran menyoroti sebagai rangkaian aktivitas yang saling berkaitan, mulai dari produksi hingga distribusi. Nilai utama yang ditekankan adalah kepuasan pelanggan dan keberlajutan hubungan jangka panjang.[27]

Sistem pemasaran merujuk pada serangkaian kegiatan yang bertujuan memperkenalkan, mempromosikan, dan menjual produk kepada konsumen, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Pendekatan digital menjadi sangat relevan di era modern, mengingat perubahan perilaku konsumen yang lebih mengandalkan pencarian produk secara online. Strategi ini juga sejalan dengan program peningkatan kapasitas UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

b. Peran Sistem Pemasaran dalam Produk Tradisional

Produk kerajinan tradisional seperti kasab memiliki nilai estetika dan budaya yang tinggi, namun sering kali tidak tersampaikan dengan baik dalam strategi pemasaran modern. Diperlukan pendekatan

[27] Japena, "Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli Beserta penjelasannya", Japena, diakses pada tanggal 14 Agustus 2025. https://jampena.com/definisi-pemasaran-menurut-para-ahli/

storytelling, branding lokal, dan digital visualisasi agar konsumen memahami keunikan produk.[28] Digital marketing memungkinkan pengrajin seperti Fitri Souvenir untuk menjangkau pasar di luar Pidie, bahkan menembus pasar nasional dan di ekspor dari Aceh ke luar negeri melalui platform seperti Instagram, Facebook dan TikTok.

3. Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab

Kerajinan kasab Aceh sebagai salah satu warisan budaya memiliki potensi besar dalam sektor ekonomi kreatif, di mana pengembangannya dapat dilihat melalui beberapa indikator penting. Dari sisi skala produksi, mayoritas pengrajin masih bergerak dalam skala rumah tangga dengan tenaga kerja terbatas, seperti pengrajin di Pidie yang membutuhkan waktu hingga satu bulan untuk menyelesaikan selembar kain kasab sepanjang dua meter dengan upah relatif kecil. Sementara sebagian usaha sudah mulai berkembang ke skala menengah seperti Fitri Souvenir yang mampu mempekerjakan hingga 50 karyawan termasuk penyandang disabilitas, dengan sistem produksi manual sekaligus mekanis untuk menjaga kualitas sekaligus meningkatkan kapasitas.[29]

Pada aspek diversifikasi produk, para pengrajin tidak hanya memproduksi kain tradisional atau hiasan pelaminan, melainkan juga mengembangkan berbagai produk kreatif seperti tas, sarung bantal, kipas tangan, tudung saji, payung, kotak hantaran, kaligrafi, dan souvenir wisata modern yang diminati konsumen lintas usia, termasuk generasi muda.

Inovasi pun menjadi kunci keberlanjutan usaha, baik dalam bentuk penciptaan motif baru seperti motif Aneuk Muling yang kini menjadi ikon khas Pidie, pemanfaatan media digital seperti Instagram dan marketplace

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[28] Siti Ambar Winarni, "Pengaruh Storytelling Marketing pada Tiktok Sonia Basil Terhadap Keputusan Pembelian", The Commercium. Vol. 7 No. 3, 2023. hlm.120-128.

[29] Fitriani, "Wawancara dengan Pemilik Usaha Fitri Souvenir Jumlah Tanaga Kerja", wawancara oleh penulis melalui media sosial WhatsApp, 6 September 2025, pukul 14:30.

untuk memperluas pemasaran, hingga kolaborasi dengan desainer agar produk kasab mampu menembus pasar *fashion* kontemporer.[30]

Dampak nyata dari inovasi dan diversifikasi ini tercermin pada perkembangan jumlah pelanggan, di mana produk kasab tidak hanya dipasarkan di dalam negeri diantaranya kota-kota besar seperti Jakarta, Medan, dan Bandung, tetapi juga berhasil menembus pasar internasional ke Malaysia, Singapura, Afrika, Amerika, dan berbagai negara lainnya. Dengan demikian, pengembangan usaha kasab Aceh menunjukkan pola pertumbuhan yang positif melalui kombinasi peningkatan skala produksi, diversifikasi produk, inovasi berkelanjutan, desain yang adaptif, dan pertumbuhan jumlah pelanggan.

4. Peran Budaya Lokal dalam Usaha kerajinan Kasab

Budaya lokal memeliki peran sangat penting dalam pengembangan usaha kerajinan kasab khas Aceh, karena menjadi dasar nilai, fungsi, serta identitas yang melekat pada nilai estetika, religious, dan moral. Fungsi budaya lokal dalam kerajinan kasab itu sendiri bisa dilihat dalam motif-motif seperti bungo situnjung dan puncuak rabuang tidak hanya menunjukkan keindahan visual, tetapi juga mengandung makna filosofi. Misalnya, nasihat untuk bersikap bijak dalam berbicara (motif lidah-lidah/kaniang) serta simbol keagungan Nurani pada nilai budaya lokal. Nilai-nilai ini diwariskan
lintas generasi sebagai bentuk Pendidikan, karakter, dan kebanggaan budaya lokal.[31]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

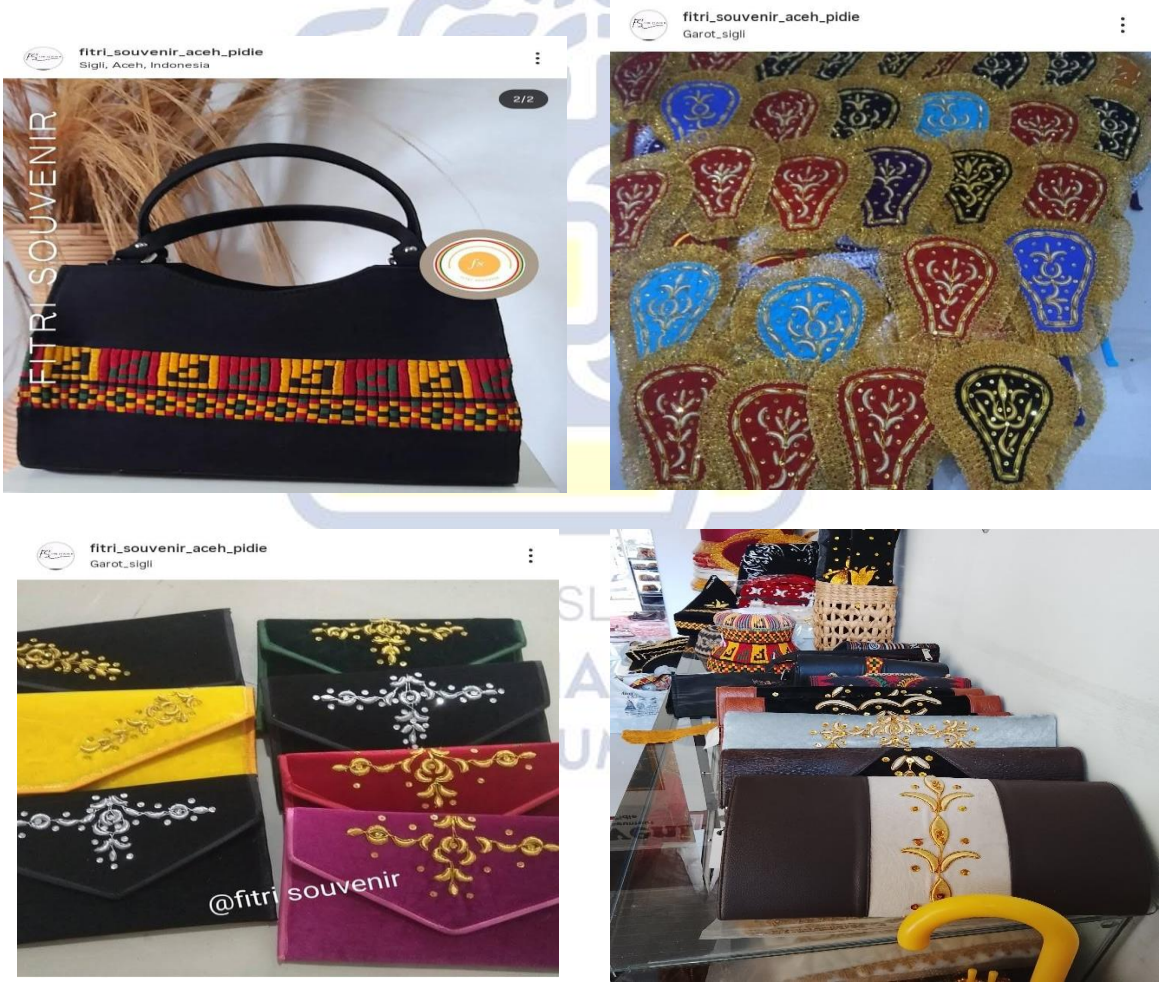
Kasab adalah seni bordir Aceh yang menggunakan benang emas atau perak untuk menghias kain. Kasab tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai budaya dan spiritual. Produk kasab banyak

[30] Apriliani, "Pemanfaatan Rumah Produksi Kasab Sebagai Tempat Kreativitas Masyarakat (studi penelitian di Gampong Lambhuk Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh), UIN Ar-Raniry , 2025

[31] Jalil, Hasbul, dkk, "Eksistensi Kerajinan Kasab (sulaman benang emas khas Aceh) di Kecamatan Samadua Kabupaten Aceh Selatan", Jurnal Pendidikan Geosfer, Vol. Khusus MBKM USK Unggul Nomor, 3, 2024.

digunakan dalam upacara adat, pernikahan, dan cinderamata. Industri kasab di Aceh, khususnya di Kabupaten Pidie, masih dikerjakan secara manual dan melibatkan tenaga kerja perempuan, sehingga menjadi salah satu bentuk pemberdayaan berbasis gender. Dengan demikian kerajinan kasab ini masih dilakukan oleh kesatuan individu dan kesatuan sosial para perempuan pengrajin sulam benang emas yang biasa disebut kasab yang memiliki kerja sama yang baik dalam meningkatkan kerajinan kasab Aceh agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.[32] Berikut ini gambar kerajinan kasab khas Aceh pada usaha Fitri Souvenir.

Gambar 1.1 Gambar Produk Kerajinan Pada Fitri Souvenir



Sumber: Instagram Fitri Souvenir

[32] M, Aggela, "Perberdayaan Ekonomi Perempuan melalui Kelompok Pengrajin Sulam Kasab di Gampong Padang, Kec. Manggeng, Kab. Aceh Barat Daya", UIN Ar- Raniry, 2023.

Upaya pelestarian budaya lokal dalam usaha kerajinan kasab dilakukan memalui Pendidikan non formal, pelatihan keterampilan, dan koloborasi antara pengrajin, pemerintah daerah, serta Lembaga kebudayaan. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh Bersama Dekranasda telah aktif memberikan pelatihan desain dan inovasi produk agar tetap relevan dengan tren modern tanpa menghilangkan unsur tradisionalnya.[33] Akan tetapi, peran pemerintah masih belum efektif karena pelatihan yang diadakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh belum menyeluruh kepada pengrajin kasab di Aceh ini dan hanya beberapa pengrajin kerajinan kasab Aceh saja.

Keterlibatan masyarakat menjadi faktor utama dalam berkelanjutan usaha kasab. Partisipasi masyarakat terlihat dalam kegiatan produksi, proosi, serta dukungan sosial. Masyarakat sering menggunakan sebagai kebutuhan yaitu salah satunya untuk kepentingan proses pernikahan secara adat, kegiatan festival budaya dan pameran kerajinan lokal juga dapat memperkuat rasa memiliki dan kebanggaan Masyarakat terdahap hasil kerajinan tangan asal daerahnya.[34]

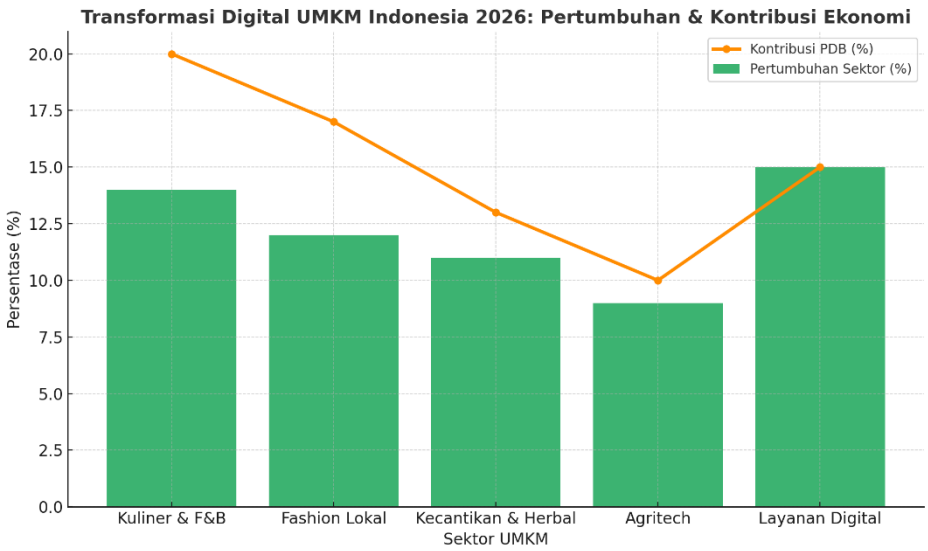
Dalam inklusi keuangan dan sistem pemasaran sangat berpengahruh terhadap UMKM untuk meningkatkan egiatan penjualan produk, promosi, dan melakukan inovasi pada kerajinan kasab.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[33] Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh, "Laporan tahunan Program Pengembangan UMKM dan Kerajinan Tradisional", Banda Aceh:Pemerintahan Aceh, 2023.

[34] Animan Andi Kafri dan Indra Setiawan, "Kajian Ikonografi pada Sulaman Kasab di Gampong Keubang Kecamatan Indra Jaya Kabupaten Pidie", Gondang: Jurnal Seni dan Budaya, Vol. 5, No. 2. Desember 2021.

Gambar 1.2 Jumlah UMKM di Indonesia



Sumber: yusufhidayatilloh.com

Pada gambar tersebut, menjelaskan UMKM di Indonesia sedang mengalamin perubahan besar menuju era digital pada tahun 2026. Pada sektor UMKM yang paling banyak berkontribusi terhadap ekonomi Indonesia, yaitu yang pertama ada sektor layanan digital sebesar 15% terhadap pertumbuhan dan kontribusi ekonomi di Indonesia, yang kedua ada sektor kuliner dan F&B sebesar 14% terhadap pertumbuhan dan kontribusi ekonomi di Indonesia, yang ketiga ada fasihion lokal sebesar 12% terhadap pertumbuhan dan kontribusi ekonomi di Indonesia, yang keempat ada di sektor Kecantikan & herbal sebesar 11% terhadap pertumbuhan dan kontribusi ekonomi di Indonesia, dan yang ke lima di

sektor Agritech sebesar 9% terhadap pertumbuhan dan kontribusi ekonomi di Indonesia.[35]

Berdasarkan data Kementrian UMKM Republik Indonesia, dalam pegembangan data non pertanian pada tahun 2024-2025. Pada sektor kesenian, hiburan, dan rekreasi, di tahun 2024 berjumlah sebesar 129.547 unit usaha atau sekitar 0,43% dan pada tahun 2025 sebesar 129.605 unit usaha atau sekitar 0, 43% yaitu berarti mengalamin kenaikan dari tahun 2024-2025 berjumlah sebesar 58 atau sekitar 0,04% dari tahun sebelumnya. Untuk dalam pengembangan data UMKM, unit usaha di Aceh pada tahun 2024 sebesar 624.478 unit usaha atau sekitar 2,07% dan pada tahun 2025 sebesar 624.542 unit usaha atau sekitar 2,07% , yaitu berarti mengalami kenaikan dari tahun 202-2025 berjumlah 64 unit usaha atau sekitar 0,01%.[36]

Keterkaitan antara inklusi keuangan dan sistem pemasaran digital memainkan peran sinergis dalam mendukung pengembangan usaha kerajinan tradisional seperti kasab. Dengan akses ke layanan keuangan, pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan transaksi secara digital, menerima pembayaran dari pelanggan luar daerah melalui transfer bank, serta mengakses pinjaman modal kerja.

Sementara itu, pemasaran digital memungkinkan produk kasab dikenal oleh khalayak yang lebih luas. Kombinasi antara inklusi keuangan dan strategi pemasaran yang tepat akan mempercepat pertumbuhan usaha, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan pengrajin lokal. Dalam konteks Fitri Souvenir, inklusi keuangan diwujudkan melalui pemanfaatan layanan keuangan digital seperti mobile banking dan transfer antarbank yang mempermudah proses transaksi dengan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[35] Hidayatulloh, Yusuf, "Transformasi Digital UMKM Indonesia 2026: Sektor, Kontribusi, dan Proyeksi pertumbuhan". 2025, diakses pada tanggal 22 Mei 2026. https://www.yusufhdayatulloh.com/transformasi-digital-umkm-indonesia-2026-sektor-kontribusi-dam-proyeksi-perumbuhan/

[36] Kementrian UMKM Republik Indonesia, "Perkembangan Data UMKM Non Pertanian Tahun 2024-2025 (SIDT UMKM)", Diakses pada tanggal 22 Mei 2026. https://175utx.umkm.go.id/uploads/PERKEMBANGAN_DATA_UMKM_NON_PERTANIAN_TAHUN_2024_2025_SIDT_UMKM_1177b5d58d.pdf

Strategi pemasarannya mengandalkan media sosial dan keikut sertaan dalam event pameran produk lokal untuk memperluas jangkauan pemasaran.

F. Kajian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang mungkin menjadi pembeda dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.3 Kajian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Solikin dkk, "Peran Literasi dan Inklusi keuangan Syariah dalam Pengembangan UMKM di Indonesia".[37]	X_1: Literasi Keuangan X_2: Inklusi Keuangan Y: Pengembangan UMKM di Indonesia.	Kualitatif deskriptif	Literasi keuangan memiliki pengaruh, kontribusi dan peran positif terhadap kinerja, pengembangan dan perilaku keuangan UMKM dan inklusi keuangan juga mendorong keberhasilan UMKM untuk membuat keputusan keuangan yang lebih baik, mengingkatkan perbankan menyediakan akses

[37] Sumadi, Abdul Haris Romdhoni, Solikin, "Peran Literasi dan Inklusi Keuangan terhadap Perngembangan UMKM di Indonesia", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 11 No. 02, 2025. hlm 42-47.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

				pembiayaan syariah kepada pelaku UMKM.
2	Lalu Hendri Setiawan dkk, "Analisis Strategi Pemasaran *Handmade* Tas UMKM AKA di kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor.[38]	X: Strategi Pemaaran Y: *Handmade* Tas UMKM	Kualitatif	Strategi pemasarannya menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weaknees, Opportunity, Threat*), *Strength* (kekuatan) pada penelitian ini terletak pada kualitas bahan baku pembuatan kerajinan tas pada UMKM AKA, Weaknees (kelemahan) pada penelitian ini terletak pada kurangnya inovasi, promosi terbatas, permodalan terbatas, permodalan, pengelolaan keuangan atau pembukuan yang belum tersusun rapi, *Opportunity* (peluang) terletak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[38] Wayan Budiastra, Lalu Hendri Setiawan, "Analisis Strategi pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Babulak Kabupaten Bogor", Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat, Vol 2 No. 5, 2020. hlm 870-879

				pada perkembangan objek wisata, ketersediaan bahan baku memadai, hubungan yang baik dengan pemasok, dan *Threat* (ancaman) terletak pada lokasi anggaran pemerintah dalam mengembangkan UMKM terbatas.
3	Isra Wulta Putri, "Analisis Pemertaan Industri kerajinan Kasab Aceh dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam" (Studi kasus Gampong Alue Le Mameh Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya).[39]	X_1: Pemetaan Industri Kerajinan Kasab. X_2: Potensi Peningkatan Ekonomi Melalui Kerajinan Kasab Aceh. Y: Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Kasab.	Kualitatif	Keberadaan kerajinan kasab ini sangat berperan dalam memperbaiki ekonomi masyarakat, dengan adanya kerajinan kasab ini pendapatan para pengrajin menjadi meningkat sehingga dapat mencukupin kebutuhan sehari-hari dan pada tinjauan ekonomi islam dengan adanya kerajinan kasab ini

[39] Putri, Isra Wulya, "Analisis Pemertaan Industri Kerajinan Kasab Aceh dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam", UIN Ar-Raniry, 2023.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

				sangat membantu mereka terlebih masalahan yang mereka rasakan dan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi.
4	Ubaidillahd kk, "Upaya Menumbuhkan rasa Kecintaan Siswa terhadap Adat dan Budaya Melalui Proyek Kearifan Lokal Menghias Payung dalam Implementasi Kurikulum Merdeka di MAN 2 Aceh Barat".[40]	X_1: Upaya menumbuhkan rasa cinta siswa X_2: Proyek kearifan lokal menghias payung Y: Inplementasi Kurikulum Merdeka di MAN 2 Aceh Barat	Kuantitatif	Implementasi kurikulum Merdeka di MAN 2 Aceh Barat berjalan dengan baik, dan proyek lokal menghias payung khas aceh dengan motif kasab dapat membangun karakter siswa serta pembelajaran dalam melestarikan budaya lokal. Pelaksaan P5PPRA dengan proyrk kearifan lokal dapat tumbuh dengan baik di kalangan madrasah maupun masyarakat apabila

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[40] Ubidillah, dkk, "Upaya Menumbuhkan Rasa Kecintaan Siswa terhadap Adat dan Budaya Melalui Proyek Kearifan Lokal menghias Payung dalam Implementasi Kurikulum Merdeka di MAN 2 Aceh Barat", Jurnal Global Ilmian, Vol. 2 No. 6, Maret 2025. hlm 2-19.

				bergabung dengan UMKM lokal dan pengrajin kasab lainnya dan pemasaranya dengan menggunakan media sosial dan *platfrom* lainnya untuk memasarkan produk kerajinan tersebut.
5	Said Erfandi Pratama, "Pengaruh literasi Keuangan dan *Financial Technology* Terhadap Peningkatan Inklusi Keuangan pada UMKM di Kota Banda Aceh".[41]	X_1: Literasi keuangan X_2: *Financial Technology* Y: Inklusi Keuangan	Kuantitatif	Diuji bagaimana literasi keuangan dan penggunaan *financial technology* berkontribusi terhadap inklusi keuangan UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perluasan akses layanan keuangan formal (inklusi keuangan).
6	Deni Sandi Setiawan, "Pengaruh Strategi Inklusi	X_1: Edukasi Keuangan	Kuantitatif	Pada penelitian ini menekankan pada

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[41] Pratama, Said Erfansi, "Pengeruh Literasi keuangan dan Financial Technology Terhadap Peningkatan Inklusi Keuangan pada UMKM di Kota Banda Aceh", UIN AR-Raniry, 2023.

	Keuangan Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Aceh Tamiang".[42]	X_2: Hak Properti Masyarakat X_3: Fasilitas Intermediasi dan Saluran Distribusi X_4: Perlindungan Konsumen Y: Perkebangan UMKM di Kecamatan Saruway Kabupaten Aceh Tamiang		empat pilar inklusi keuangan-edukasi keuangan, hak *property,* fasilitas inermediasi, serta perlindungan konsumen dalam mendorong perkebangan UMKM di Kecamatan Saruway, Aceh Tamiang. Hasilnya menunjukkan bahwa keempat pilar tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkebangan UMKM dan secara simultan menjelaskan sekitar 39,3% variasi perkembangan usaha mikro di daerah tersebut. Penelitian ini memperlihatkan pentingnya kerangka strategi nasional inklusi keuangan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[42] Deni Sandi Setiawan, "Pengaruh Pilar Strategi Inklusi Keuangan terhadap Perbangan Usaha Mikro Kecil Menegah di Kabupaten Aceh Tamiang", Jurnal Invenstasi Islam, Vo. 5 No. 2, 2020. hlm 175-188

				dalam memberdayakan UMKM.
7	Chairatin Nisa, "Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja UMKM" (studi kasus pada kecamatan Badan Raya Kota Banda Aceh).[43]	X_1: Pengaruh Inklusi Keuangan X_2: Literasi Keuangan Syariah Y: Terhadap Kinerja UMKM	Kuantitatif	pada penelitian ini menggunakan 72 responden, hasilnya menunjukkan bahwa baik inklusi keuangan maupun literasi keuangan berpengaruh positif signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kinerja usaha. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 64,2% mengidikasikan kontribusi yang besar dari kedua variable ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Berdasarkan kajian dari penelitian terdahulu, inklusi keuangan terbukti berperan penting dalam mendukung perkebangan UMKM melalui kemudahan akses terhadap layanan keuangan, seperti pembiayaan, tabungan, dan transaksi digital. Sementara sistem keuangan memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing produk lokal. Namun, Sebagian besar penelitian sebelumnya masih membahas kedua aspek tersebut secara umum pada sektor

[43] Nisa, Chairanti, "Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Kinerja UMKM (Studi kasus pada Kecamatan Banda Raya Kota Banda Aceh)", UIN AR-Raniry, 2023.

UMKM, sehingga belum secara spesifik menyoroti usaha kerajinan tradisional berbasis budaya lokal. Oleh karena itu, penelitian ini hadir menjadi fokus yang lebih kontekstual, yaitu mengkaji peran inklusi keuangan dan sistem pemasaran secara simultan pada produk kasab khas Aceh di Fitri Souvenir, Garot Cut, Kecamatan Indra jaya, Kabupaten Pidie, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribsi ilmiah dalam pengemangan UMKM kerajinan tradisional diera digital.

G. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Mei tahun 2025 sampai bulan Juli 2026 di Fitri Souvenir, Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu usaha kerajinan yang mengolah kasab khas Aceh dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Penelitian ini mengangkat judul usaha kerajinan kasab Aceh dalam meningkatkan inklusi keuangan dan sistem pemasaran melalui media sosial.

2. Jenis penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian lapangan (*Field Research*), di mana peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian guna memperoleh data primer mengenai kerajinan kasab Aceh. Pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan mengunjungi usaha Fitri Souvenir untuk mewawancarai pemilik usaha, pekerja, dan bendahara.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara mendalam mengenai peran inklusi keuangan dan sistem pemasaran dalam pengembangan usaha kerajinan kasab pada usaha Fitri Souvenit, Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pemahaman fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data dari sumber-sumber alami tanpa menggunakan perhitungan statistik. Data dalam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan informan utama, yaitu pemilik dan pengelola usaha Fitri Souvenir sebagai pelaku usaha kerajinan kasab di Garot Cut, Kecamatan Indra Jaya, Kabupaten Pidie, Aceh.

3. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data untuk mencari dan mengumpulkan sumber dana yang ada pada penelitian ini, ialah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan dan yang memerlukannya, data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden penelitian, seperti data hasil wawancara dan observasi langsung kepada Owner bisnis kerajinan kasab yaitu Fitri Souvenir, Bendahara, Sekretaris, dan Karyawannya. Dengan kata lain data primer merupakan data yang masih murni yang didapatkan dari lapangan secara langsung dan memerlukan pengelohan lebih lanjut agar memiliki arti.

Nama-nama yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Tabel 1. 4 Nama-Nama yang Wawancara

No.	Nama	Umur	Alamat	Jabatan
1.	Fitriani	41 Tahun	Jl. Garot Jabar Ghafur	Pemilik
2.	Afifah	18 Tahun	Jl. Garot Jabar Ghafur	Bendahara dan Administrasi
3.	Rusmiati	51 Tahun	Jl. Garot Jabar Ghafur	Survei Produk
4.	Faiza	35 Tahun	Blag Garot	Karyawan
5.	Aisyaton	31 Tahun	Garot Sigli	Karyawan

6.	Tria Anisa	27 Tahun	Medan, Amplas	Pembeli
7.	Hafeez	38 Tahun	Singapura	Pembeli
8.	Tajul Muna	40 Tahun	Keude Dua (Aceh)	Pembeli

Sumber: Wawancara dengan Pemilik Fitri Souvenir

Data diatas merupakan nama-nama yang dijadikan sebagai orang yang di wawancarain yang merupakan karyawan yang bekerja baik di tempat penyediaan bahan, tempat produksi dan tempat penjualan yang ada di Fitri Souvenir.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguat terhadap data penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dan dari jurnal, karya ilmiah, internet, tentang sistem pemasaran dalam mempertahankan bisnis.

4. Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan guna mencapai tujuan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Wawancara (Interview)

Wawancara dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti dengan cara tanya jawab dan tatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur yaitu peneliti penyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu dengan pelaksanaan lebih bebas. Dalam artian tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapat pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.[44]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[44] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Alfabeta Cv, Bandung, 2020, hlm.306.

Adapun Teknik pengumpulan data wawancara yang digunakan peneliti terhadap orang yang akan diwawancarain untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan menggunakan Teknik wawancara semi terstruktur, yaitu panduan pewawancara yang dilakukan dalam upaya menentukan permasalahan dengan lebih terbuka, dimana antara pihak yang terkait saling diajak untuk mengetauhi inklusi keuangan dan sistem pemasaranya. Metode ini memungkinkan pertanyaan baru muncul karena jawaban yang diberikan oleh narasumber sehingga selama sesi berlangsung penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam. Wawancara dilakukan dengan Owner Fitri souvenir dan bendaharanya langsung.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian.[45] Obsevasi pada penelitian ini menggunakan observasi non-partisipan, observasi non-partisipan adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti yang tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independent. Meskipun peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan subjek, observasi non-partisipatif tetap dapat menghasilakan data yang bermakna dan mendalam apabila dilakukan oleh Teknik tringulasi dengan metode lain seperti wawancara dan dokumentasi.[46] Dalam konteks penelitian ini, Pengamatan dilakukan terhadap platform digital yang digunakan oleh pemilik usaha dalam memasarkan produk kasab, seperti Instagram, Facebook, dan marketplace lainnya.

c. Dokumentasi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[45] Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D", (Bandung: Alfabeta), 2022, hlm. 145

[46] Bungin, Burhan, "Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya", (Jakarta:Kencana), 2020, hlm. 98.

Dokumentasi berbentu tulisan, gambar, atau laporan keuangan dari Owner Fitri Souvenir studi dokumentasi sebagai pelengkap dari penggunaan teknik observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Perdokumentasian digunakan untuk memperoleh data mengenai keadaan laporan keuangan bulanan dan melaluin wawancara yang dapat dilihat dalam lampiran.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, setelah data terkumpul, maka akan diklasifikasikan menjadi data kualitatif. Data kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi akan dipisahkan serta dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu untuk memperoleh kesimpulan secara sistematis. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif fenomenologis, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk memahami makna pengalaman subjektif para pelaku usaha kerajinan kasab khas Aceh. Analisis fenomenologis tidak hanya menggambarkan fakta atau gejala tang tampak, tetapi juga berupaya menggali makna personal, nilai budaya, dan persepsi yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam menjalankan aktivitasnya.[47] Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

a. Reduksi Data (Data *Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan bisa memiliki jumlah yang banyak karena pengulangan atau kalimat yang sering terjadi, banyaknya penggunaan kata yang tidak penting. Sehingga kita harus teliti memilihnya, untuk itu perlu dilakukan analisis data melaluin reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, mecari tema dan polanya, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan Gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data juga

[47] M Win Afgani, Rusdy Abdullah Sirodj, dkk. "Pendekatan fenomonologi dalam Penelitian Kualitatif", Innovative: Journal of Social Science Research. Vol. 3 No. 5, 2023.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

dapat menyederhanakan dan memfokuskan data mentah agar sesuai dengan fokus penelitian. Data yang tidak relevan disingkirkan, sedangkan data penting diklasifikasikan berdasarkan kategori seperti akses keuangan, jenis produk keuangan, strategi pemasaran, kendala usaha, dan dampak inklusi keuangan.

b. Penyajian data (Data *Display*)

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Data penelitian kualitatif, penyajian data yang bisa disajikan dalam uraian singkat, hubungan antara kategori dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk penyajian data kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya bedasarkan apa yang dipahami tersebut. Data disajikan dalam bentuk narasi, tabel, matriks, atau kutipan langsung dari informan. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran sistematis yang memudahkan analisis lebih lanjut.

c. Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion drawing/verification*)

Langkah ketiga adalah penarikan Kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal adalah masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak diketemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulannya pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid maka Kesimpulan yang ditemukan merupakan kesimpulan yang kredibel. penarikan kesimpulan dan verifikasi: kesimpulan ditarik berdasarkan pola dan keterkaitan yang ditemukan, serta diverifikasi melalui triangulasi yang dapat dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (trigulasi Teknik) serta dengan membandingkan informasi dari berbagai informan seperti pemilik usaha, bendahara, dan pekerja (triagulasi sumber). Hal ini

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

bertujuan untuk memastikan konsistensi dan keakuratan data yang diperoleh.

Melalui pendekatan ini, peneliti tidak hanya mendeskripsikan keadaan objek peneliti sebagaimana adanya, tetapi juga memahami makna yang hidup dalam pengalaman pelaku usaha, sehingga memberikan Gambaran yang lebih mendalam tentang inklusi keuangan, dan sistem pemasaran digita, dalam pengembangan kerajinan tangan kasab khas Aceh.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Analisis

1. Pengertian Analisis

Analisis adalah aktivitas dalam mengamati sesuatu objek dengan menguraikan komponen pembentuknya dan menyusun kembali komponennya agar bisa dikaji secara detail. Dalam pengertian lain, analisis merupakan kemampuan memecahkan atau menguraikan materi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga muda untuk dipahami dan dikaji.[48]

2. Tujuan Analisis

Analisis sebagai bagian terpenting dalam proses mengkaji data dibutuhkan ketelitian agar tujuan analisis dapat tercapai. Adapaun tujuan analisis dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu:

a) Mengidentifikasi sejumlah data perolehan dari populasi tertentu. Tujuannya agar suatu kesimpulan untuk menetapkan kebijakan dan mengambil keputusan untuk mengatasi masalah.

b) Tetapkan tujuan tertentu secara spesifik. Tujuannya agar data terkumpul untuk menunjukkan pemahaman yang lebih spesifik dan lebih mudah dipahami.

c) Menghubungkan sejumlah data perolehan dari lingkungan tertentu. Tujuannya untuk menarik kesimpulan dan mendapatkan pemahaman yang lebih detail dari jumlah data yang diperoleh dari berbagai sumber, sehingga diperlukan analisis lebih lanjut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[48] Syafitri, Irmayani, "Pengertian Analisis, Fungsi dan Tujuan, Jenisnya Beserta Contoh Analisis", Nesabamedia, diakses pada tanggal 23 Mei 2026. https://www.nesabamedia.com/pengertian-analisis/

d) Memilih Langkah-langkah alternatif. Tujuannya untuk mengatasi masalah berdasarkan kondisi dan kebutuhan.[49]

B. Inklusi Keuangan

1. Pengertian Inklusi Keuangan

Menurut World Bank, inklusi keuangan adalah kondisi dimana setiap individu dan perusahaan memiliki akses keuangan yaitu produk dan layanan yang sesuai kebutuhan juga terjangkau dalam hal traksaksi pembayaran, tabungan, kredit dan asuransi yang aman, bertanggung jawab dan berkelanjutan. *Alliance fot Financial Inclucion* dan *Center for Financial Inclusion*, mendefinisikan inklusi keuangan sebagai akses terhadap produk keuangan yang sesuai (kredit, tabungan, asuransi, dan pembayaran) tersedianya akses yang berkualitas termasuk kenyamanan, keterjangkauan, kesesuaian dan dengan memperhatikan perlindungan konsumen, serta ketersediaan tersebut juga diberikan kepada semua orang. Selanjutnya, masyarakat juga diharapkan mendapatkan informasi dan mampu membuat keputusan pengelolaan keuangan yang baik. Di samping itu, CFI juga menyebutkan pentingnya keberagaman penyedian jasa dan pasar yang konpetitif dengan infrakstruktur yang kuat serta kerangka regulasi yang jelas.[50]

Menurut World Bank, Inklusi keuangan didefinisikan sebagai akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan yang bermanfaat dan terjangkau dalam memenuhi kebutuhan masyarakat maupun usahanya yang dalam hal ini berupa transaksi, pembayaran, tabungan, kredit, dan asuransi yang digunakan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[49] Ssaputro, Puput, "Pengertian Analisis dalah Proses Penguraian Data, pahami Metode-metodenya", KapanLagi.com, 2021, diakses pada tanggal 23 Mei 2026. https://plus.kapanlagi.com/pemgertian-analisis-adalah-proses-penguraian-data-pamahi-metode-metodenya-8c2419.html

[50] WorldBank, "Fanancial Inslusion Overview". https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview

Inklusi keuangan adalah suatu konsep multimediasi, maka dampaknya terhadap ekonomi makro tergantung pada sifat alamiahnya. *Pertama*, inklusi keuangan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, akses rumah tangga dan perusahaan yang lebih baik terhadap beragam layanan perbankan dengan disertai oleh peningkatan penggunaan layanan keuangan oleh wanita, akan mendukung pertumbuhan yang lebih tinggi. Selain itu, sektor-sektor yang bergantung pada pembiayaan eksternal dapat bertumbuh lebih cepat di negara-negara dengan tingkat inklusi keuangan yang lebih tinggi. *Kedua*, bukti-bukti baru menunjukkan bahwa resiko stabilitas keuangan meningkat ketika akses terhadap kredit diperluas tanpa melalui supervise yang memadai. Penyangga keuangan menurun dengan akses kepada kredit yang lebih luas, khususnya di negara-negara dengan pengawasan yang lebih lemah. Akhirnya, peningkatan jenis akses lainnya terhadap layanan keuangan tidak mempergaruhi stabilitas keuangan.[51]

2. Pengertian Inklusi Keuangan Syariah

Keuangan syariah adalah sebuh sistem manajemen keuangan dimana seluruh aktivitas dan operasional dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam. Prinsip tersebut bersumber dari Al-Qur'an, Hadist, Ijma, dan Qiyas yang berepan sebagai pedoman dalam mengatur interaksi ekonomi dan finansial bagi umat islam. Sistem keuangan syariah tidak hanya fokus pada pencarian keutungan semata, tetapi juga memberi perhatian pada aspek keadilan, keseimbangan, kemaslahatan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan.

Keuangan syariah didefinisikan sebagai sistem finansial yang berlandaskan hukum islam yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan Masyarakat melalui pengelolaan sumber daya ekonomi yang adil, transparan, dan bebas dari praktik yang dilarang dalam islam seperti riba,

[51] Roberto Akyuwen dan Jaka Waskito, "Memahami Inklusi Keuangan," Sekolah Pasca Sarjana Gadjah Mada Anggota IKAPI 077/DIY/2012, Yogyakarta, 2018, hlm18, https://repository.upstegal.ac.id/59/1/buku%20memahami%20inklusi%20keuangan.pdf

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

gharar, dan maysir. Dalam sistem keuangan syariah, ditekankan pentingnya hubungan antara sektor keuangan dan sektor rill agar setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan memiliki nilai produktif dan memberikan manfaat bagi masyarakat.[52]

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa keuangan syariah adalah sistem keuangan yang kemaslahatan dan tidak mengandung unsur gharar (ketidak jelasan), maysir (perjudian), riba (bunga), zalim, atau objek yang diharamkan. Oleh karen itu harus dilakukan bedasarkan akad yang jelas dan disepakati oleh semua pihak yang terlibat.[53]

Keuangan syariah muncul sebagai alternatif dari sistem keuangan konvensional yang sering kali memanfaatkan sistem bunga dalam kegiatan pembiayaan dan investasi. Dalam keuangan syariah, keuntungan diperoleh melalui mekanisme yang sesuai dengan syariat islam, seperti sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*), jual beli (murabahah), sewa menyewa (ijarah), dan Kerjasama (musyarakah dan mudharabah). Oleh karena itu, manfaat yang diperoleh ditentukan oleh aktivitas ekonomi yang sah dan bukan dari praktik spekulatif yang dapat merugikan salah satu pihak.

Selain itu, keuangan syariah berfungsi sebagai alat untuk mendorong Pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah, sistem keuangan ini diharapkan dapat menciptakan stabilitas ekonomi, memperbaiki distribusi pendapatan, memberikan akses pembiayaan yang lebih luas bagi Masyarakat, dan mendorong pertumbuhan sektor rill yang produktif. Dengan demikian, keberadaan keuangan syariah tidak hanya memberikan keuntungan secara

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[52] Antonio, M. Syafi'i, "Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik", Jakarta: Gemas Insani, 2001, hlm. 18

[53] Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Prinsip dan Konsep Perbankan Syariah, diakses pada 24 Juni 2026, Pukul 15:04 https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx

ekonomi, tetapi juga memiliki dampak sosial yang positif bagi Masyarakat.

3. Landasan Al-Qur'an tentang Keuangan Syariah

Keuangan syariah memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur'an sebagai sumber hukum utama dalam Islam. Berbagai prinsip yang diterapkan dalam sistem keuangan syariah merupakan implementasi dari nilai-nilai yang terkandung dalam Al- Qur'an, khususnya yang berkaitan dengan transaksi ekonomi, keadilan, dan larangan terhadap praktik yang merugikan.

a. Larangan Riba

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَاۤءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰۤىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ ٢٧٥

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baraqah Ayat 275)[54]

Ayat tersebut menjadi dasar utama dalam penerapan sistem keuangan syariah yang menolak praktik bunga (riba). Islam

[54] Quran NU Onlie, "Surah Al-Baqarah Ayat 275: Arab Latin, Terjemah dan tafsir," diakses pada Tanggal 01 Juli 2026, Pukul 23:36 Wib. https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

membedakan secara tegas antara keuntungan yang diperoleh melalui aktivitas perdagangan yang halal dengan keuntungan yang berasal dari riba. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah menerapkan berbagai akad yang sesuai dengan syariat pengganti sistem bunga.

b. Perintah Melakukan Transaksi yang Adil

Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ۝

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa ayat 29)[55]

Ayat tersebut menunjukkan bahwa setiap transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan dan dasar penting dalam pelaksanaan akad-akad syariah yang menekankan unsur keadilan dan transparasi.

c. Perintah Menegakkan Keadilan dan Mencatat Transaksi

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Maidah ayat 8:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُوْنُوْا قَوَّامِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَاۤءَ بِالْقِسْطِ ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اِعْدِلُوْا ۗ هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۖ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ۝

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah

[55] Quran NU Online, "Surah An-Nisa Ayat 29: Arab Latin, Terjemah dan Tafsir," diakses pada Tanggal 01 Juli 2026, Pukul 23:30 Wib. https://quran.nu.or.id/an-nisa'/29

Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Maidah ayat 8)[56]

Pada ayat tersebut menegaskan bahwa keadilan dan mencatat transaksi merupakan prinsip utama dalam seluruh aktivitas kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan keuangan. Dalam praktik keuangan syariah, seluruh transaksi dan akad harus di dokumentaikan secara jelas untuk menghindari peselisihan serta memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang bertransaksi.

4. Tujuan dan Manfaat Inklusi Keuangan

a. Tujuan Inklusi Keuangan

Tujuan inklusi keuangan dapat diperluas dan difahami dengan penjelas berikut:

1) Menciptakan strategi inklusi keuangan sebagai upaya pembangunan ekonomi, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan pendapatan penduduk, dan kondusifitas sistem keuangan.
2) Mengadakan produk dan layanan keuangan yang tepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat dari setiap bagian dan daerah yang berbeda dengan pelayanan yang luas.
3) Meningkatkan mutu pengetahuan masyarakat tentang layanan keuangan. Masalah yang hingga kini menjadi tugas untuk diretas yaitu rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai layanan keuangan yang akhirnya memperlambat peluasan layanan keuangan untuk di daerah-daerah terpencil.
4) Meningkatkan akses layanan keuangan untuk masyarakat, masalah yang dihadapi masyarakat miskin adalah kendala dari segi biaya dan jangkauan lokasi. Sehingga layanan keuangan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[56] Quran NU Online, "Surah Al-Maidah Ayat 8: Arab Latin, Terjemah dan Tafsir," diakses pada Tanggal 01 Juli 2026, Pukul 23:32 Wib. https://quran.nu.id/al-maidah/8

dapat menyederhanakan dan memudahkan akses masyarakat ke layanan keuangan.

5) Sinergitas antar layanan keuangan (bank, Lembaga keuangan mikro, dan lemabaga non-bank). Hal ini membutuhkan dukungan penuh dari pemerintah dalam pemberdayaan lembaga keuangan hingga mampu memperluas jangkauan layanan keuangan formal yang akan mewujudkan stabilitas sistem keuangan.
6) Optimalisasi teknologi informasi dan komunikasi., dengan ini dapat meminimalisir biaya transaksi masyarakat dan perluasan jangkauan layanan keuangan.[57]

b. Manfaat Inklusi Keuangan

Bagi regulator, pemerintahan, dan khususnya masyarakat inklusi keuangan dapat dirasakan manfaatnya. Dari sekian permasalahan yang masih menjadi penghalang pemenuhan hak masyarakat atas layanan keuangan.inklusi keuangan dilakukan dengan manfaatnya yaitu:

1) Meningkatkan daya guna kegiatan di bidang ekonomi.
2) Mendorong stabilitas sistem keuangan.
3) Memangkas adanya *shadow banking*.
4) Mendukung perluasan jangkauan pasar keuangan.
5) Memberi peluang pasar baru bagi perbankan.
6) Mendukung penambahan *Human Development Index* ((HDI) di Indonesia.
7) Ikut serta dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional yang sustainable.
8) Memberantas adanya kemiskinan dengan pengurangan kesenjangan, yang secara signifikan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.[58]

[57] Chusniah, Dita Nur Amaliatul, "Strategis Inklusi Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM", CV. Adanu Abimata, Indramayu Jawa Barat, 2023. hlm 17

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

5. Indikator Peran Inklusi Keuangan Terhadap UMKM

Inklusi keuangan bagi pelaku usaha terutama pada UMKM diukur berdasarkan kemudahan akses, penggunaan produk, dan kualitas layanan keuangan formal. Berdasarkan standar G20 dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indikator-indikator inklusi keuangan yang harus digunakan atau diperhatikan oleh pelaku usaha adalah sebagai berikut:

a. Akses ke Layanan Keuangan (*Access*)

Indikator ini mengukur ketersediaan infrastruktur dan kemudahan pelaku usaha dalam menjangkau Lembaga keuangan.

1) Kepemilikan rekening bank: memiliki rekening giro atau Tabungan atas nama usaha atau pribadi untuk transaksi bisnis.
2) Akses kredit/pembiayaan: kemudahan akses mendapatkan pinjaman dari bank, Lembaga keuangan mikro, atau *fintech lending formal* (misalnya KUR).[59]

b. Indikator Penggunaan

Pada indikator ini menunjukkan sejauh mana pelaku usaha benar-benar menggunakan produk dan layanan keuangan secara rutin.

1) Penggunaan alat pembayaran digital: menggunakan QRIS, transfer bank, atau dompet digital untuk transaksi penjualan.
2) Penggunaan layanan asuransi dan investasi: memiliki asuransi usaha (asuransi kerugian, asuransi mikro) atau produk investasi (tabungan rencana, reksadana) untuk mengelola risiko. [60]

c. Kualitas dan keamanan.

Indikator ini mengukur apakah produk keuangan yang digunakan sesuai dengan kebutuhan dan aman.

---

[58] Chusniah, Dita Nur Amaliatul, "Strategis Inklusi Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM", CV. Adanu Abimata, Indramayu Jawa Barat, 2023. hlm. 18

[59] Chusniah, Dita Nur Amaliatul, "Strategis Inklusi Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM", CV. Adanu Abimata, Indramayu Jawa Barat, 2023. hlm 534

[60] Yusup Inskandar, Ati Rosliyati, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Bordir Tasikmalaya", Junal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol 5. No 1, 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

1) Pemahaman produk keuangan (literasi): pelaku usaha memahami risiko dan menfaat produk keuangan, termasuk bunga, biaya admin, dan jangka waktu kredit.
2) Perlindungan konsumen: adanya prosedur pengaduan yang jelas, kontrak yang transparan, dan keamanan data.
3) Kesesuaian produk (Fit-for-purpose): layanan keuangan yang digunakan sesuai dengan arus kas (*cash flow*) dan kebutuhan operasional usaha.[61]

6. Peran Inklusi Keuangan pada UMKM

a. Pengertian UMKM

Himbauan pemberdayaan UMKM sebagaimana ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat republic Indonesia (MPR) Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam upaya demokrasi ekonomi yaitu dalam memenuhi ekonomi rakyat degan peran, kedudukan, dan potensi yang berkembang, adil, dan seimbang. Diatur dalam Udang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 mengenai Usaha Kecil, setelah dicermati dinamisasi perkembangan perekonomian nasional dirubah untuk melengkapin ketentuan mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dengan pengertian[62] sebagai berikut:

1) Usaha Mikro adalah usaha iventif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan denggan pemenuhan kriteria Usaha Mikro yang telah ditetapkan Undang-Undang ini.
2) Usaha kecil adalah usaha inventif yang berdiri sendiri dan dikerjakan perseseorangan atau badan usaha perorangan, bukan termasuk cabang dari Perusahaan atau bagian dari Usaha Menengah dan Usaha Besar baik secara langsung dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[61] World Bank Group, "Memahami Kemiskinan Inklusi Keuangan", 2015.

[62] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, "Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2008," No.1 Tahun 2008. https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-20-Tahun-2008-tentang-Usaha,-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx

tidak langsung, dengan kriteria dan jumlah kekayaan yang dimiliki sebagaimana yang ditetapkan pada Undang-Undang ini.

3) Usaha Menengah adalah usaha inventif dibidang ekonomi yang berdiri sendiri oleh perorangan atau badan usaha perorangan, tidak bagian dari anak Perusahaan atau cabang yang dikuasai, dimiliki Usaha Besar dengan kriteria dan jumlah kekayaan yang dimiliki sebagaimana ditetapkan pada Undang-Undang ini.

Usaha kecil dan mengengah adalah penggerak di belakang Pembangunan ekonomi Indonesia. Berbicara tentang bisnis dan ekonomi khususnya dunia usaha terkadang kita jumpai istilah yang memengang peran penting dalam perekonomian yaitu UMKM. Bahkan dari segi manajemen masih berkaitan erat dengan perekonomian semua lapisan masyarakat. Tapi ini dalam bentuk ekonomi non-korporasi.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah aset dan omset tahunan. Peran UMKM semakin berkembang dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Pelaku UMKM sangat berpengaruh terhadap dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan dan masyarakat penting dalam meningkatkan UMKM sekitar dan diharapkan dapat berkontribusi lebih besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan mampu mengahadapin berbagai tantangan yang ada pada saat ini.[63]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[63] Delfirs et sl, Asifah Fauzah, "Analisis Permasahan UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia", Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, No. 1, 2025.

Dalam kerajinan kasab aceh ini, UMKM memiliki dua peran penting yaitu sebagai pelestarian budaya dan sebagai agen ekonomi lokal. meskipun memiliki potensi besar, UMKM di bagian sektor kerajinan tradisional masih menghadapin kendala seperti keterbatasan modal usaha, kurangnya pada akses pasar dan rendahnya minat masyarakat lokal dalam membeli produk lokal yang bisa dibilang sama-sama memiliki kualitas bagus dari pada produk luar negeri. Namun, pemerintah kurang mendukung dan mengembangkan bisnis lokal atau bisnis UMKM terutama dalam kerajinan atau pelestarian budaya dan hasil kerajinan tangan yang bagitu unik dan cantik.

c. **Klasifikasi dan Karakteristik UMKM**

1) Klasifikasi UMKM

UMKM dikelompokkan ke dalam beberapa kriteria yaitu berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Kategori UMKM

Kategori	Modal Usaha UMKM	Hasil Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Usaha dengan modal paling banyak Rp. 1.000.000.000,-	Usaha dengan modal paling banyak Rp. 2.000.000.000,-
Usaha Kecil	Usaha dengan modal antara Rp. 1.000.000.000,- hingga Rp. 5.000.000.000,-	Usaha dengan modal antara Rp. 2.000.000.000,- hingga Rp. 15.000.000.000,-
Usaha Menengah	Usaha dengan modal antara Rp. 5.000.000.000 hingga Rp. 10.000.000.000,-	Usaha dengan modal antara Rp. 15.000.000.000,- hingga Rp. 50.000.000.000,-

Sumber: Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Keterangan: Modal usaha tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.[64]

Perlu diketahui bahwa klasifikasi di atas merupakan satu-satunya metode untuk mengklasifikasikan UMKM. Namun, untuk tujuan lain (tidak disebutkan dalam PP No. 7/2021), sesuai dengan Pasal 36 PP No. 7/2021, Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dapat menggunakan indikator berikut untuk menglasifikasikan usaha sebagai UMKM:

a) Kekayaan bersi.
b) Nilai investasi.
c) Jumlah tenaga kerja.
d) Insentif dan disinsenti.
e) Kandungan lokal.
f) Penerapan teknologi ramah lingkungan.[65]

2) Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM di Indonesia, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), kriteria UMKM dijelaskan pada masing-masing jenis usaha, diantaranya :

a) Kriteria Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang) adalah sebagai berikut:

2. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[64] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, "Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2008," No.1 Tahun 2008. https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-20-Tahun-2008-tentang-Usaha,-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx

[65] Rizky bayuputra, dkk, "Usaha Mikro, Kecil, Menengah:Perizinan, Manfaat, dan Keringan dalam Peraturan Pemerintah No,7/2021", 2021. https://www.nandp.or.id/files/Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah_%20Perizinan,%20Manfaat,520dan%20Keringanan%20Dalam%20Dalam%20Pemerintah%20No.%207_2021.pdf

3. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

b) Kriteria Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang) adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.00, (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c) Kriteria Usaha Menengah (jumlah karyawan 300 orang) adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

7. Peran Inklusi keuangan terhadap UMKM

Inklusi keuangan merupakan upaya untuk memberikan akses yang luas kepada masyakarat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), terhadap layanan keuangan formal seperti perbankan, kredit, dan layanan keuangan digital. Keberadaan inklusi keuangan menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Indonesia.

Salah satunya peran utama inklusi keuangan adalah meningkatkan akses permodalan. Dengan adanya akses terhadap

lembaga keuangan formal, pelaku UMKM dapat memperoleh pembiayaan yang digunakan untuk pengembangan usahanya, meningkatkan kapasitas produksi, dan memperluas pasar.[66] Selain itu, inklusi keuangan juga berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM karena membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan secara lebih efektif dan terstruktur.[67]

Di sisi lain. Inklusi keuanga turut berperan dalam menjaga keberlangsungan usaha. UMKM memiliki akses terhadap layanan keuangan cenderung lebih mampu bertahan dalam menghadapi risiko ekonomi karena memiliki akses terhadap tabungan, kredit, serta instrument keuangan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa inklusi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM.[68] Dengan demikian, inklusi keuangan tidak hanya berfungsi dengan sarana akses modal, tetapi juga sebagai faktor pendukung peningkatan kinerja dan keberlangsungan UMKM secara berkelanjutan.

C. Sistem Pemasaran

1. Pengertian Sistem Pemasaran

"*Marketing as the process by which sompanies customers, build strong customer relationships, and create customer relationships, and create customer value in order to capture value from customer in return*." Menurut Kolter dan Armstrong menyatakan definisi pemasaran adalah "Proses dimana terciptanya nilai dari perusahaan bagi pelanggan dan dibangunkanya hubungan yang kuat dengan pelanggan guna menangkap

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[66] Romawati Kusumaningtias, Mei Ruli Ninin Hilmawati, "Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah", Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, Vol 10 No 1, 2021.

[67] Heri Widodo, Eka Nur Widyaningsi, " Meningkatkan Kinerja UMKM: Dampak dari Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan", Journal Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat, Vol 1 No. 2, 2024.

[68] Yenti Grafille Mendrofa, dkk, "Analisis Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Keberlangsungan UMKM di Kota Gunungsitoli", Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Vol 2 No. 1, 2024.

nilai dari pelanggan sebagai suatu imbalan."[69] Definisi tersebut mengartikan bahwa, pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalanya.

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas strategis yang dilakukan Perusahaan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan menukar nilai kepada konsumen, aktivitas ini bukan hanya sebatas penjualan, tetapi juga menyangkut bagaimana sebuah bisnis dapat membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Dalam konteks modern, pemasaran mencakup proses riset pasar, perencanaan, pengembangan produk, kkomunikasi nilai, distribusi, hingga evaluasi efektivitas strategi.[70]

Sistem pemasaran merupakan suatu rangkaian aktivitas yang saling berkaitan dalam proses menciptakan, menawarkan, serta mendistribusikan produk atau jasa kepada konsumen. Sistem ini mencakup berbagai kegiatan seperti perencanaan, penepatan harga, promosi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif dan efisien.

2. Indikator Pemasaran

Secara umum, indikator pada pemasaran mencakup empat pilar utama (*Marketing Mix 4 P*) yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *promotion* (Promosi). *Marketing mix* atau bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendalikan (produk, harga, tempat, dan promosi) yang dipadukan oleh penjual atau perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Pengertian *marketing mix* yakni strategi kombinasi yang dilakukan oleh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[69] Armstrong, Garry M, Philips Kolter, "*Principles of Marketing*," *Pearson Higher Education*, 2017. hlm 29.

[70] Amalia, Nurul, "Pemasaran adalah Kunci Kesuksesan Bisnis", magister Manajemen Telkom University, 2025, diakses pada tanggal 23 Mei 2026. https://mm.telkomuniversity.ac.id/pemasaran-adalah-kunci-kesuksesan-bisnis/

berbagai perusasahan atau penjual dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini untuk mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Dalam *marketing mix* ini dibagi menjadi 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Dijelaskan sebagai berikut:

a. Strategi *Product* (Produk)

Strategi produk merupakan memastikan bahwa produk memenuhi kebutuhan pasar secara efektif serta menawarkan nilai unik untuk membedakannya dari kompetitor. Dalam strategi produk ini bertujuan untuk memandu proses perkebangan produk dan penyusunan bauran produk, termasuk menentukan variasi produk yang ditawarkan dan konfigurasi yang sesuai. Secara keseluruhan, tujuan utama dari strategi produk ini yaitu menciptakan nilai berkelanjutan bagi pelanggan, mempertahankan keunggulan konpetitif, dan memperkuat posisi bisnis atau merek di pasar.[71]

b. Strategi *Price* (Harga)

Strategi penepatan harga melibatkan keputusan untuk menentukan harga produk atau layanan yang sesuai dengan target pasar dan tujuan bisnis. Strategi ini sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan. Setelah produk diluncurkan, mengubah harga selama periode peluncuran bisa menjadi hal yang sulit. Penempatan harga melibatkan keputusan penting bagi penjual. Salah satu pilihan adalah menepatkan harga kompetitif, yaitu dengan mencocokan harga pesaing. Harga dapat ditentukan berdasarkan dua strategi utama, yaitu kebijakan harga *skimming pricing*, harga penetrasi, dan penetapan harga psikologis.

1) *Skimming pricing*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[71] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026, hlm 77-79

Strategi *Skimming Pricing* adalah menepatkan harga yang tinggi pada saat peluncurkan produk baru atau inovatif, yang kemudian akan diturunkan secara bertahap ketika persaingan mulai intens. Strategi ini memungkinkan penjual untuk cepat mengembalikan biaya dengan memaksimalkan pendapatan yang diperoleh. Namun dalam strategis ini juga memiliki kekurangan, karena keuntungan yang tinggi pada awalnya cenderung menarik pesaing, sehingga dapat memberikan tekanan pada harga.

2) Harga Penetrasi

Harga penetrasi adalah strategi penepatan harga dimana produk baru diluncurkan dengan harga yang rendah untuk menarik konsumen dan dengan cepat memperloleh pangsa pasar. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan volume penjualan dan membangun loyalitas merek sebelum akhirnya menaikkan harga atau meluncurkan produk baru.

3) Penetapan Harga Psikologis

Penepatan harga psikologis adalah strategi penentuan harga yang dirancang untuk mempengaruhi cara pandang konsumen dengan menciptakan kesan bahwa harga produk lebih murah atau lebih menarik. Salah satu metode umum dalam strategi ini adalah menetapkan harga sedikit di bawah angka bulat, seperti Rp.99.000 dari pada Rp.100.000, yang membuat lebih terjangkau bagi konsumen.[72]

c. Strategi *Place* (Tempat)

Tempat dalam *marketing mix* pada dasarnya adalah suatu bentuk saluran distribusi yang mengacu pada lokasi suatu produk tersedia dan dapat dijual dan dibeli. Saluran distribusi pada

[72] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 81-83

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

marketing mix diliputi kelengkapan produk, Lokasi, persediaan, fasilitas penyimpanan, pengedaran, dan transportasi. Konsep ini berfokus kepada tempat atau lokasi perusahaan berdiri. Semakin strategis tempat bisnis, maka semakin besar juga keuntungan yang di dapatkan Perusahaan. Dengan lokasi yang strategis, konsumen atau calon pelanggan dapat mudah menemukan dan menjangkau bisnis kalian, sehingga transaksi penjualan lebih mudah terjadi.[73]

d. Strategi *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi adalah kombinasi strategi terbaik dari variable-variabel seperti periklanan, personal *selling*, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang direncanakan untuk mendukung program pemasaran. Bauran promosi terdiri dari lima komponen utama, diantaranya:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah bentuk promosi non-personal yang dilakukan melalui berbagai saluran media, seperti televisi, radio, media cetak, atau digital. Tujuannya adalah untuk jangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek yang diberikan untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian segera. Bentuk biasa berupa diskon, kupon, sampel gratis atau hadia.

3) Hubungan Masyarakat (Public Relations)

Hubungan masyarakat bertujuan untuk membangun dan memelihara citra positif perusahaan dimata *public*. Kegiatan yang termasuk di dalamnya antara lain onferensi pers, sponsor, dan manajemen krisis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[73] Nandy, "Marketing Mix: Pengertian, Asal-usul, Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Manfaat", Gramedia Blog, diakses pada 30 April 2026. https://www.gramedia.com/literasi/marketing-mix/

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi adalah interaksi langsung antara penjual dan calon pelanggan, dimana penjual memberikan informasi dan menjawab pertanyaan dari konsumen. Metode ini sangat efektif untuk produk atau layanan memerlukan pendekatan personal, seperti produk investasi atau *property*.

5) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemaaran langsung melibatkan komunikasi langsung dengan pelanggan melalui email, pesan teks, telepon, atau media sosial. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengirimkan pesan yang lebih terarah kepada segmen tertentu.[74]

3. Segmentasi Pasar

a. Pengertian Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan Sebagian Tindakan membagi pasar menjadi bagian yang dapat terdefinisi dengan baik. Segmen pasar terdiri dari atas kelompok konsumen yang memiliki kesamaan dalam kebutuhan dan keinginan.[75]

b. Tujuan dan Manfaat Segmentasi Pasar

Sebuah perusahaan megelompokkan pasar menurut karakteristiknya, dan tentu saja hal ini memiliki beberapa tujuan yang cukup penting yang ingin dicapai baik tujuan yang sifatnya jangka pendek maupun jangka panjang. Hal tersebut dilakukan untuk perkembangan perusahaan sesuai dengan perencanaannya. Tujuan segmentasi pasar dilaksanakan sebagai berikut:

1) Agar mudah untuk dilakukan sebuah analisis pasar.
2) Agar pasar sasaran tidak sukar untuk dibedakan.
3) Agar pelayanan kepada konsumen lebih baik dan maksimal.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[74] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 83-85

[75] Purwandari, Suci, dkk, "Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)," (Cv. Media Sains Indonesia, Bandung), 2020.

4) Agar mudah dalam mencapai tujuan yang efektif dan efesien dari pemasaran itu sendiri, yang dibuktikan dengan hasil penjualan yang lebih besar dengan biaya relatif lebih murah.

Selain mempunyai beberapa tujuan, segentasi pasat tentu memiliki manfaat, yaitu sebagai berikut:

1) Beberapa produsen dan penjual akan berada dala situasi dan posisi yang lebih baik untuk memilih berbagai kesempatan pemasaran.
2) Penjual bisa menggunakan kemampuan pengetahuan untuk merespon berbagai kondisi pemasaran yang berbeda-beda sehingga dapat membagi anggaran secara lebih cepat di berbagai segmen atau kelompok.
3) Produsen atau penjual bisa mengatur produk dengan lebih baik melalui daya tarik pemasarannya, sehingga sesuai dengan permintaan pasar.

c. Syarat-syarat Segmentasi Pasar

Agar segmentasi pasar dapat bermanfaat secara efektif dan efesien, terdapat kriteria-kriteria yang perlu dipenuhi oleh perusahaan yaitu:

1) *Measurable* (terukur) artinya ukuran, karakteristik, daya beli konsumen, dan profil segmen harus terukur walaupun terdapat faktor-faktor yang sulit diukur.
2) *Accessible* (dapat diakses) artinya segmen pasar harus mampu dijangkau dikemudian dilayani secara tepat.
3) *Differentiable* (dapat dibedakan) artinya semua segmen dapat dibedakan secara konseptual dan akan memberikan respon yang berbeda terhadap elemen dan bauran pemasaran.
4) *Substantial* (bernilai) artinya segmen pasar harus memiliki cakupan yang cukup besar dan menguntungnya (*large enough*) untuk dilayani.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

5) *Actionable* (dapat ditindak lanjutin) artinya menjalankan program yang menarik dan efektif untuk melayanin segmen-segmen yang tersebut.[76]

d. *Targeting*

Setelah menetapkan segmentasi pasar maka tahap beriktuya adalah melakukan penetapan target pasar yang akan dituju dan menganalisisnya. Dalam tahap *targeting* ini pemasaran bisa mempetimbangkan beberapa faktor misalnya apakah segmentasi pasar yang sudah ditetapkan dapat menghasilkan profit atau keuntungan yang diinginkan atau tidak. Dalam *targeting* ini dibagi menjadi beberapa bagian diantara lainnya:

1) Strategi penentuan pasar sasaran

Perusahaan atau penjual perlu merancang dan memutuskan strategi penentuan pasar sasaran. Pemilihan pasar sasaran akan menetukan cara menepatkan dan menargetkan berbagai sumber daya perusahaan yang diperuntukkan bagi program-program pemasaran.

2) Langkah pengembangan targeting

Beberapa langkah harus ditempu oleh perusahaan atau penjual dalam memasuki dan mengembangankan pasar sasaran yaitu:

a) Melakukan penepatan atribut yang dianggap paling penting dalam merekognisi segmen pasar yang berbeda.
b) Melakukan penentuan luasnya segmen pasar.
c) Melakukan keberadaan merek-merek pasar.
d) Melakukan evaluasi terhadap daya tarik dari masing-masing segmen dengan memilik dan memakai faktor-faktor yang dapat mengkuantifikasikan kemungkinan permintaan dari tiap-tiap segmen, biaya untuk melayani

[76] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 100-102

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

segmen serta kesesuaian antara komperensi inti perusahaan dan peluang pasar sasaran.

e) Melakukan pemilihan terhadap satu atau lebih segmen yang ingin dimasuki dan dilayani berdasarkan potensi keuntungan pada segmen tersebut dan disesuaikan dengan strategi perusahaan.

f) Melakukan pencairan terhadap peluang segmen pasar yang belum dilayani dan melakukan pencairan berbagai kesukaan yang sama atau tidak, serta mencari hubungan segmen pasar baik geografi, demografi, psikografi, dan behavioristik.[77]

4. Pengertian Pemasara Digital

Pemasaran digital atau digital *marketing* adalah proses mempromosikan produk atau layanan yang menggunakan teknologi digital dan platfrom berbasis internet. Aktivitas ini melibatkan berbagai saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, situs web, email, aplikasi seluler, serta iklan berbasis internet untuk mencapai audiens target secara efektif. Tujuannya adalah untuk menciptakan pengalaman pelanggan personal, relevan, dan interaktif. Dengan menggunakan alat-alat digital, pemasaran dapat menjangkau audiens di mana saja dan kapan saja, memugkinkan komunikasi dua arah yang sebelumnya sulit dicapai melalui pemasaran tradisional.[78]

5. Fondasi Pemasaran Keberhasilan UMKM dalam Transformasi Digital.

a. Membangun strategi pemasaran digital yang tepat.

Langkah awal dalam membangun strategi pemasaran digital adalah melakukan analisis situasi bisnis. Analisis ini mencakup penilaian terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan,

[77] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 106-109

[78] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 159

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

termasuk keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancamam (SWOT analisis) atau menggunakan produk, harga, tempat, dan promosi (4P analisis). Dengan pemahaman yang jelas tentang bisnis saat ini, UMKM dapat merancang strategi yang relistis dan relevan dengan pasar mereka.[79]

b. Memahami target audiens dan perilaku konsumen online.

Selain segmentasi, memahami perilaku konsumen online juga sangat penting. Konsumen online cenderung mencari informasi secara mandiri sebelum membuat keputusan pembelian. mereka membaca ulasan, membandingkan produk dan mencari rekomendasi di media sosial. Oleh karena itu, UMKM harus memastikan bahwa kehadiran digital mereka kuat dan mudah ditemukan, seperti dengan mengoptimalkan situs web mereka untuk mencari (SEO) dan memanfaatkan ulasan pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasarannya.[80]

c. Menetukan tujuan pemasaran digital: SMART *Goals.*

Salah satu pendekatan yang paling efektif dalam menetapkan tujuan adalah menggunakan kerangka kerja SMART (*Specific, Mearsurable, Relevant, Time-bound*).

1) Spesifik

Tujuan harus jelas dan spesifik, sehingga tidak ada ambiguitas tentang apa yang ingin dicapai. Misalnya, dari pada hanya mengatakan "meningkatkan penjualan", UMKM bisa menetapkan tujuan seperti "meningkatkan penjualan online sebesar 20% dalam waktu tiga bulan."

2) Terukur

Tujuan harus dapat diukur, sehingga kemajuan dapat dilacak dan nilai. Alat analitik dapat membatu UMKM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[79] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 163-164

[80] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 164-165

memantau metrik seperti jumlah kunjungan situs web, tingkat konversi, atau pertumbuhan pengikut dimedia sosial.

3) Dapat Dicapai

Tujuan harus realitis dan dapat dicapai berdasarkan sumber daya yang dimiliki oleh UMKM. Misalnya, meningkatkan penjualan sebesar 100% dalam satu bulan mungkin tidak realitis untuk Sebagian besar UMKM.

4) Relevan

Tujuannya harus relevan dengan visi dan misi UMKM. Misalnya, jika fokus UMKM adalah meningkatkan kesadaran merek, maka tujuan yang relevan mungkin adalah meningkatkan jumlah pengikut di media sosial atau meningkatkan jumlah tayang iklan.[81]

D. Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembanga usaha merupakan suatu proses strategis yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan kapasitas, kualitas, serta kinerja usaha secara berkelanjutan. Proses ini mencakup berbagai aspek, seperti meningkatkan kualitas produk, inovasi, efesiensi operasional, perluasan pasar, serta penguatan manajemen dan sumber daya manusia.

Pengembangan usaha tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan semata, tetapi juga pada upaya menciptakan nilai tambah (*Value Added*) serta daya saing usaha dalam jangka panjang. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengembangan

[81] Agustini Tanjung, dkk, "Manajemen Pemasaran dan UMKM", Lingkar Edukasi Indonesia, Padang Pariaman, 2026. hlm 165-166

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

usaha sering kali dilakukan melalui diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta meningkatkan akses terhadap pembiayaan dan pasar.

Selain itu, pengembangan usaha juga berkaitan erat dengan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkuangan bisnis, seperti perubahan selera konsumen, pengembangan teknologi, serta diamika pesaing pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan inovatif dan fleksibel agar dapat mempertahankan eksistensi usahanya.[82]

2. Pengertian Kerajinan Kasab

Kerajinan adalah salah satu cabang seni. Kerajinan menekan pada sebuah keterampirlan tangan yang lebih tinggi saat proses pengerjaannya. Kerajinan juga sering dikenal dengan naaseni kriya. Sebuah kerajinan akan menghasilkan suatu barang. Barang tersebut memiliki nilai-nilai fungsi. Selain nilai fungsi, barang hasil dari kerajinan juga meili nilai ektetika yang tinggi di dalamnya. Hal itu yang menjadi salah satu alasan keradikan pajangan.[83]

Kasab merupakan salah satu bentuk kerajinan tradisional khas Aceh yang memiliki nilai seni dan budaya tinggi. Kasab umumnya berupa kain yang dihiasi dengan sulaman benang emas atau benang berwarna cerah dengan motif khas yang mencerminkan identitas budaya Aceh. Produk kasab sering digunakan dalam dalam keperluan adat, seperti pelaminan, busana pengantin, hiasan rumah, dan masih banyak lagi.

Dalam perspektif ekonomi kreatif, kasab termasuk dalam kategori industri berbasis budaya (*cultural-based industry*) yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas unggul daerah. Nilai ekonomi kasab tidak hanya terletak pada fungsi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[82] Hidayat, R. "Strategi Pengembangan Usaha UMKM di Era Digital," Jurnal Ekonomi, 2022. https://journal.uny.ac.id/index.php/jurnal-ekonomi/article/view/40212

[83] Nandy, "Pengertian Kerajinan:Manfaaat, Tujuan, dan Jenis-jenis Kerajinan", Gramedia Blog. Diakses pada tanggal 23 Mei 2026. https://www.gramedia.com/literasi/kerajinan/

produknya, tetapi juga pada nilai estetika, keunikan motif, serta makna simbolis yang terkandung di dalamnya.

Namun demikian, pengembangan usaha kasab menghadapai berbagai tentangan, seperti keterbatasan inovasi desain, pemasaran yang masih tradisional, serta rendahnya pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, diperlukanya strategi pengembangan usaha yang tepat agar kerajinan kasab dapat bersaing di pasar modern tanpa kehilangan tradisionalnya.[84]

3. Sejarah Kerajinan Kasab

Kasab merupakan salah satu kerajinan tangan khas Aceh yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, terutama bagian upacara adat seperti upacara daur hidup. Kerajinan ini berupa kain berudu yang dihiasi dengan sulaman benang emas membentuk motif-motif khas yang mencerminkan identitas budaya daerah seta memiliki nilai ektetika yang tinggi. Keunikan motif dan teknik pembuatannya menjadi kasab tidak hanya sebagai produk kerajinan, tetapi juga sebagai simbol budaya yang serat makna.

Secara historis kasab telah berkembangn sejak abad ke-15 dan banyak digunakan dalam lingkungan status sosial. Catatan sejarah menunjukkan bahwa kain bersulam emas dari Aceh pernah dijadikan sebagai hadia kepada kerajaan luar negeri, yang menandakan bahwa kasab memiliki nilai budaya dan ekonomi yang tinggi sejak masa lampau. Selain itu, keberadaan kasab juga menunjukkan seni kerajinan masyarakat Aceh pada masa tersebut.

Perkembangan kerajinan kasab tidak terlepas dari pengaruh budaya luar seperti India, Turki, dan Cina, terutama dalam menggunakan bahan baku seperti benang emas serta teknik sulam yang digunakan. Pengaruh ini masuk melalui jalur perdangan dan hubungan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[84] Budaya Aceh, "Kasab", Pancacitan, diakses pada tanggal 01 Mei 2026. https://budayaaceh.com/wbwt/kasab/97

antar bangsa yang berkembang pada masa itu. Meskipun demikian, kasab telah mengalami proses adaptasi dengan budaya lokal Aceh, baik dari segi motif, fungsi, maupun nilai yang terkandung di dalamnya.

Hingga saat ini, kasab dilestarikan oleh masyarakat sebagai bagian warisan budaya yang memiliki nilai histori dan kearifan lokal. Selain berfungsi sebagai pelengkap dalam upacara adat, kasab juga memiliki potensi ekonomi yang besar dalam pengembangan usaha kerajinan. Oleh karena itu, pelestarian dan pengembangan kasab menjadi penting, tidak untuk menjaga identitas budaya daerah, tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi ekonomi yang dimiliknya.[85]

4. Konsep Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha (*business sustainability*) adalah kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan kelangsungan operasionalnya dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Konsep ini dikenal dengan pendekatan *triple bottom line*, yaitu *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Dalam konteks UMKM, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh laba, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam beradaptasi terhadap perubahan, mengelola sumber daya secara efesien, serta membagun hubungan yang baik dengan pelanggan dan lingkungan sekitar. Keberlanjutan usaha juga mencerminakan sejauh mana bisnis mampu bertahan menghadapi berbagai tantangan, seperti krisis ekonomi, perubahan teknologi, dan persaingan pasar. Oleh karena itu, usaha yang berkelanjutan adalah usaha yang memiliki

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[85] Ibid, https://budayaaceh.com/wbwt/kasab/97

fondasi manajemen yang kuat, inovasi yang berkelanjutan, serta strategi pemasaran yang efektif.[86]

5. Indikator-Indikator Perkembangan UMKM

a. Omset Penjualan

Kata Omset berarti jumlah, sedangkan penjualan menjual barang yang betujuan mencari laba atau pendapata. Penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang atau jasa kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan yang enurut harga yang telah ditentukan sebelumnya.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja atau *man power* adalah kelompok penduduk dalam unit kerja. Tenaga kerja terdiri dari Angkatan kerja dan bukan Angkatan kerja.

c. Pertumbuhan Pelanggan

Pertumbuhan pelanggan merupakan demensi dari kinerja pasat yang diartikan sebagai bagian kinerja pemasaran untuk mengukur prestasi pasar suatu produk.[87]

6. Faktor-Faktor yang Memperngaruhi Keberlanjutan Usaha

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam usaha itu sediri dan sangat menentukan keberhasilan serta keberlanjutan usaha. Beberapa faktor internal yang penting antara lain:

1) Kemampuan manajerial

Kemampuan manajerial dalam mengelola usaha, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[86] Surya, Putru Eka, dkk, "Determinasi Faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha UMKM: A Sysyematic Literature Review (SLR)," Junal Manajemen Terapan dan Keuangan, Vol. 14 No.03, 2025. https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/atricle/view/46172

[87] Budi Rustandi Kartawinata, dkk, "Analisis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sebelum dan Sesuda Memperoleh Pembiayaan dari Lembaga Keuangan Syariah (studi kasus UMKM Kabupaten Bandung)", Jurnal Komunitas Dosen Indonesia, Vol. 2 No. 2, 2020.

sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Manajemen yang baik akan membantu usaha berjalan lebih efektif dan efesien.

2) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM yang kompeten, kreatif, dan inovatif akan mendorong perkembangan usaha. Pelaku usaha yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik cenderung lebih mampu menghadapi tantangan bisnis.

3) Inovasi produk

Kemampuan untuk menciptakkan produk baru atau meningkatkan kualitas produ yang ada merupakan faktor penting dalam mempertahankan daya saing usaha.

4) Modal usaha

Ketersediaan modal yang cukup memungkinkan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya, baik dalam hal produksi pemasaran, maupun investasi teknologi.

5) Pemanfaatan teknologi

Penggunaan teknologi, terutama teknologi digital, dapat meningkatkan efesiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar usaha dan tidak dapat dikendalikan secara langsung oleh pelaku usaha. Faktor-faktor tersebut meliputi:

1) Akses pasar

Kemudahan dalam jangkauan pasar, baik pasar lokal maupun global, sangat mempengaruhi keberlanjutan usaha.

2) Persaingan usaha

Tingkat persaingan yang tinggi menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk.

3) Kondisi ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Stabilitas ekonomi akan mempengaruhi daya beli masyarakat dan keberlangsungan usaha.

4) Kebijakan pemerintah

Dukungan pemerintah, seperti bantuan modal, pelatihan, dan regulasi yang mendukung UMKM, sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha.

5) Perkebangan teknologi dan digitalisasi

Perkebangan teknologi, terutama digitalisasi, memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang, namun juga menjadi tantangan bagi yang tidak mampu beradaptasi.[88]

c. Faktor pendukung lain

Selain faktor internal dan eksternal, terdapat beberapa faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha, antara lain:

1) Literasi keuangan

Pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan akan membantu pelaku usaha dalam mengatur arus kaas dan mengambil Keputusan finansial yang tepat.

2) Strategi pemasaran

Pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan platfrom digital, dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

3) Jaringan usaha (networking)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[88] Tamata, Ronaelia, "Analisis Faktor-Faktor yang Memperngaruhi Keberlanjutan UMKM di Aceh Timur," Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, EBiMA, Vol 3 No.2, (2024). https://journal.ypmma.org/index.php/ebima/article/view/78

Kemitraan dengan berbagai pihak, seperti supplier, distributor, lembanga keuangan, dapat mendukung perkebangan usaha.

4) Inklusi keuangan

Akses terhadap layanan keuangan formal, seperti perbankan dan fintech, dapat membantu pelaku usaha dalam memperoleh pembiayaan dan mengembangakan usahanya.[89]

E. Peran Budaya Lokal dalam Usaha Kerajinan Kasab

1. Pengertian Budaya Lokal

Budaya lokal merupakan keseluruhan nilai, norma, tradisi, adat istiadat, pengetahuan, dan hasil karya manusia yang berkembang dalam suatu masyarakat tertentu dan diwariskan secara turun-menurun. Budaya lokal mencerminkan identitias dan karakter suatu daerah yang terbentuk melalui proses sejarah panjang serta interaksi sosial masyarakat.

Budaya lokal tidak mencakup aspek material seperti pakaian adat dan kerajinan, tetapi juga aspek non-material seperti nilai, kepercayaan, bahasa, dan sosial. Dalam konteks masyarakat Aceh, budaya lokal sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai agama, sejarah, serta interaksi dengan berbagai badaya luar yang kemudian berasimilasi menjadi indentik khas daerah.

Selain itu, budaya lokal juga berfungsi sebagai pedoman hidup masyarakat dalam berinteraksi, baik secara sosial maupun ekonomi. Budaya menjadi landasan dalam membentuk pola pikir, perilaku, serta

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[89] Nanda Rachma Hernindya, Sri Ayem, "Faktor-faktor yang Memperngaruhi Keberlangsungan Usaha UMKM di Yogyakarta," Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), Vol. 13 No. 2, (2025). https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/65349

cara masyarakat dalam memproduksi dan mengembangkan suatu produk atau usaha.[90]

2. Budaya Lokal dama Produk Kerajinan Kasab

Kerajinan kasab merupakan salah bentuk nyata implementasi budaya lokal dalam produk ekonomi kreatif. Kasab tidak hanya sekedar produk kerajinan, tetapi juga mengadu nilai budaya, simbol, dan filosofi yang mencerminkan indentitas masyarakat Aceh. Motif-motif dalam kasab biasanya memiliki makna tertentu, seperti simbol kemakmuran, keharmonisan, dan nilai religius. Penggunaan warna emas dan corak khas menunjukkan kemewahan serta status sosial dalam budaya Aceh, khususnya dalam acara adat seperti pernikahan.

Dalam konteks ekonomi kreatif, produk kasab menjadi representasi budaya lokal yang memiliki nilai yang tinggi karena keunikan dan keasliannya. Budaya lokal memberikan *diferensiasi* (pembeda) yang kuat dibandingkan produk massal, sehingga meningkatkan daya saing di pasar. Namun demikian, tantangan yang di hadapi adalah menurunnya minat generasi muda serta peraingan dengan produk modern. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam desain dan pemasaran tanpa menghilangkan nilai budaya yang melekat pada produk kasab.[91]

3. Peran Budaya dalam Pengembangan Usaha

Budaya memili peran yang sangat penting dalam pengembangan usaha, terutama pada sektor usaha berbasis kearifan lokal. Beberapa peran utama budaya dalam pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

a. Sumber Inspirasi dan Inovasi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[90] Mushafa, Nurul Q, Wawan Darmawan, "Penanaman Nilai-nilai Multikultural dalam Tradisi Budaya Lokal di Aceh," Jurnal Pendidikan Sosial, Vol. 11 No.2, (2024). https://journal.pgripnk.ac.id/index.php/sosial/article/view/7293

[91] Malahayati, Malahayati, "Menelusuri Kemudahan Industri Kerajinan tenun Songket Aceh (sebuah asesmen lapngan)," Jurnal Pengabdian Kreativitas (JPeK), Vol. 4 No. 2, (2025). https://ojs.unimal.ac.id/index.php/aksikitas/aticle/view/761

Budaya lokal menjadi sumber ide dalam menciptakan produk yang unik dan bernilai tinggi. Nilai-nilai budaya dapat diolah menjadi inovasi produk yang memiliki ciri khas tersendiri.

b. Identitas dan Diferensiasi Produk

Produk yang berbasis budaya lokal memiliki identitas yang kuat, sehingga lebih mudah dikenali dan memiliki keunggulan konpetitif di pasar.

c. Penguatan Ekonomi Kreatif

Budaya lokal dapat dikembangkan menjadi sumber ekonomi melalui industry keatif, seperti kerajinan, kuliner, dan seni. Hal ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat serta membuka lapangan kerja.

d. Mendorong Kewirausahaan Lokal

Pemanfaatan budaya lokal dalam usaha dapat mendorong tumbuhnya wirausaha baru yang berbasis potensi daerah.[92]

4. Kontribusi terhadap Pelestarian Budaya

Pengembangan usaha berbasis budaya lokal, seperi kerajinan kasab, memiliki kontribusi besar terhadap pelestarian budaya, antara lain:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

1) Pelestarian Nilai dan Tradisi

Produk dan penggunaan produkk budaya secara terus-menerus dapat membantu menjaga keberlangsungan nilai dan tradisi yang terkandung di dalamnya.

2) Regenarasi Budaya

Keterlibatan generasi muda dalam usaha kerajinan tradisional dapat mendorong proses pewarisan identitas aslinya.

[92] Hamid, Slamet, Wahyu Utama, "Transformasi Ekonomi Komunikasi melalui Inkubasi Usaha Kreatif Berbasis Budaya Lokal," Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 1 No. 4, (2025). https://indojurnal.com/index.php/aksikita/article/view/761

3) Adaptasi Budaya terhadap Perkembangan Zaman

Melalui inovasi, budaya lokal dapat tetap relevan dengan perkebangan zaman tanpa kehilangan identitas aslinya.

4) Pengaturan Identitas Daerah

Budaya lokal yang dilestarikan melalui produk ekonomi akan memperkuat identitas daerah dan meningkatnya kebanggan masyarakat terhadap budayanya. Selain itu, pelestarian budaya juga berfungsi sebagai banteng terhadap pengaruh globalisasi yang dapat mengikis identitas lokal. Dengan mengitegrasikan budaya ke dalam aktivitas ekonomi, budaya tidak hanya dilestarikan, tetapi juga dikembangkan agar tetap hidup dan keberlanjutan.[93]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[93] Bahagia, Saiful, Hasbi Hasbi, "Peran Inkubasi Budaya terhadap Pelestarian dan Pemajuan Budaya Lokal Aceh," Jurnal Kreasi Rakyat, Vol. 2 No.2, (2024).

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Fitri Souvenir

1. Sejarah Usaha Fitri Souvenir

Fitri Souvenir merupakan sebuah usaha milik UMKM yang beroprasi dalam produk kerajinan tangan yaitu Kasab khas Aceh, Fitri Souvenir bertepat di Jl. Garot Jabal Ghafur, Lampeunteut Garot Cut, Kec. Indra Jaya, Kab. Pidie, Aceh. Fitri Souvenir didirakan oleh ibu Fitriani pada tahun 2005. Awal berdirinya usaha ini dilatar belakangin oleh keterbatasan ekonomi serta keinginan untuk melestarikan budaya kerajinan kasab Aceh. Setelah terjadinya tsunami pada tahun 2004, banyak perajin menjadi korban tsunami tersebut. Kondisi ini menyebabkan kerajinan kasab mulai menghilang dan hampir tidak ada lagi masyarakat yang mengelola maupun menjahit kerajinan tersbut.

Pemilik usaha yaitu Fitriani menyadari bahwa apabila kerajinan kasab tidak dilestarikan, maka budaya tersebut akan benar-benar punah. Selain karena proses pembuatannya dilakukan secara handmade, keuntungan yang diperoleh dari kerajinan kasab ini juga relatif sedikit sehingga minat generasi muda untuk menekunin kerajinan ini sangat rendah. Sebagian besar anak muda lebih memilih perkerjaan yang menghasilkan keuntungan cepat dan besar. Meskipun keuntungan yang diperoleh tidak terlalu besar, pemilik usaha tetap mempertahankan dan mengembangkan kerajinan kasab sebagai bentuk melestarikan budaya Aceh agar tidak punah.

Seiring berjalannya waktu hasil yang diproduksi mulai dikenal masyarakat dan mendapatkan banyak pesanan dari bulan ke bulan hingga tahun ke tahun dan juga dukungan masyarakat sekitar juga semakin meningkat karena adanya usaha yang tetap menjaga keberadaan kerajinan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

kasab. Dengan makin berkembangnya usaha yang dijalan kan oleh Fitriani ini, pesanan semakin banyak dan Fitriani tidak mampu membuatnya sediri. Oleh karena itu, Fitriani mulai memberdayakan masyarakat di sekitar untuk bergabung sebagai pengerajin kasab dan memberikan pelatihan khusus cara pembuatan kerajinan kasab itu.

Pada awal masyarakat menolak karena menganggap keuntungan dari keuntungan kerajinan kasab relative kecil. Namun, pemilik usaha terus memberikan motivasi dan dorongan agar mereka tetap semangat menjalankan usaha tersebut. Berkat ketekunan dan kerja sama yang dibangun saat ini Fitri Souvenir telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan jumlah pesanan yang terus meningkat, tidak hanya dari wilayah Aceh tetapi juga dari luar daerah hingga luar negeri.

Gambar 3.1 Tempat Usaha Fitri Souvenir



Sumber: Dokumen Pribadi

2. Nama-Nama Karyawan yang Bekerja di Tempat Fitri Souvenir.

Tabel 3.1 Nama-Nama Karyawam Fitri Souvenir

Nama	Umur	Jabatan	Masa Kerja
Fitriani	41 Tahun	Pemilik	21 Tahun
Afifah	18 Tahun	Bendahara & Administrasi	8 Bulan
Rusmiati	51 Tahun	Survei Barang	20 Tahun
Faiza	35 Tahun	Karyawan	20 Tahun
Aisyaton	31 Tahun	Karyawan	8 Tahun

Sumber: Dokumen Pribadi

Tabel diata merupakan sebagian nama-nama karyawan yang bekerja di tempat usaha Fitri Souvenir, jumlah karyawan pada usaha ini ada 50 karyawan yang dimana semuanya adalah perempuan dan ada salah satu diantara 50 orang tesebut ada yang disabilitas.

3. Profil Tenaga Kerja Fitri Souvenir

Seiring dengan perkembang usaha yang semakin pesat, jumlah tenaga kerja di Fitri Souvenir juga terus mengalami peningkatan peningkatan. Saat ini, Fitri Souvenir memperkerjakan sekitar 50 orang tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar. Memenuhi tingginya permintaan pasar terhadap produk kerajinan kasab, tetapi juga memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sehingga turut meningkatkan perekonomian keluarga di lingkungan sekitar usaha.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Tabel 3.2 Karakteristik Tenaga Kerja Fitri Souvenir Bedasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)
1	Sekolah Dasar (SD)	8 Orang
2	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	13 Orang
3	Sekolah Menengah Atas (SMA)	17 Orang
4	Sarjana (S1)	12 Orang
	Total	**50 Orang**

Sumber: Dokumen Pribadi

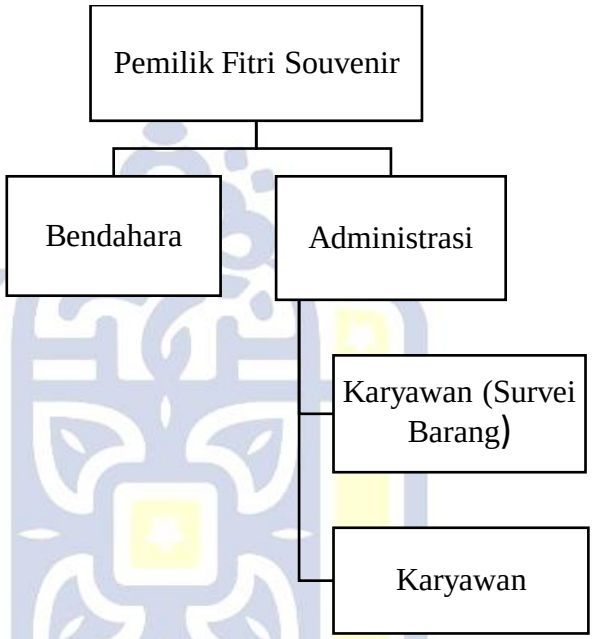
Berdasarkan tingkat pendidikan, tenaga kerja yang bekerja di Fitri Souvenir memiliki latar belakang pendidikan yang beragam. Dari keseluruhan tenaga kerja, terdapat 8 orang yang merupakan lulusan Sekolah Dasar (SD), 13 orang lulus Sekolah Menengah Pertama (SMP), 17 orang lulus Sekolah Menengah Atas (SMA), dan 12 orang merupakan lulusan Sarjana (S1). Keberagamanan tingkat pendidikan tersebut menunjukkan bahwa usaha Fitri Souvenir mampu membrikan kesempatan kerja kepada masyarakat tanpa membatasi latar belakang pendidikan tertentu. Pembagian tugas dilakukan berdasarkan kemampuan, keterampilan, dan pengalaman yang dimiliki oleh masing-masing tenaga kerja sehingga seluruh karyawan dapat berkontribusi sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Selain memiliki latar belakang pendidikan yang beragam, sebagaian besar tenaga kerja di Fitri Souvenir juga telah memili pengalaman kerja yang cukup lama. Mayoritas karyawan telah bekerja selama kurang lebih 10 tahun. Lamanya masa kerja terhadap usaha yang dijalankan serta mencerminkan hubungan kerja yang baik antara pemilik usaha dan para karyawan. Pengalaman kerja yang panjang juga memberikan dampak positif terhadap kualitas produk yang dihasilkan karena para karyawan

telah menguasai teknik pembuatan kerajinan kasab serta memahami standar kualitas yang diterapkan oleh Fitri Souvenir.

4. Struktur Organisasi Fitri Souvenir

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Fitri Souvenir



Sumber: Dokumen Pribadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Pada gambar diatas merupakan struktur organisasi yang ada di Fitri Souvenir, dimana pemilik Fitri Souvenir Bernama Fitriani, dan Bendahara dan Sekretaris beranama Afifah merupakan anak dari pemilik Fitri Souvenir, Fitri Souvenir memiliki satu tempat produksi dimana karyawan memiliki tugas masing-masing yaitu sebagai survei hasil dari hasil kerajinan yang dibuat oleh karyawan pengrajin dan karyawan pengrajin atau membuat kerajinan kasab tersebut. Untuk menyiapkan dan untuk mengantar pesanan itu di siapkan oleh karyawan dan dibantu oleh pemilik.

B. Hasil Penelitian

1. Peran Inklusi Keuangan Terhadap Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab Fitri Souvenir

Inklusi keuangan merupakan upaya untuk memastikan bahwa setiap pelaku usaha memiliki akses dan kesempatan yang sama dalam memanfaatkan berbagai layanan keuangan formal yang tersedia. Tingkat inklusi keuangan menjadi salah satu faktor yang mendapatkan dukungan dalam perkembangan usaha karena memberikan kemudahan dalam pengelola keuangan, akses terhadap sumber pembiayaan, dan kemanan dalam melakukan transaksi. Pada usaha Fitri Souvenir, penerapan inklusi keuangan dapat dilihat dari sejauh mana pemilik usaha memanfaatkan layanan keuangan formal dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Dalam penelitian ini, analisis inklusi keuangan dilakukan melalui beberapa indikator, yaitu kepemilikan rekening bank, akses terhadap kredit/ pembiayaan, penggunaan, serta kualitas dan kemananan. Dari keempat indikator tersebut digunakan untuk mengetahui tingkat pemanfaatan layanan keuangan formal dan kontribusinya terhadap pengembangan usaha Fitri Souvenir. Untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha, bendahara, dan pembeli. Adapun hasil dari wawancara terkait dengan inklusi keuangan pada usaha Fitri Souvenir sebagai berikut.

a. Indikator Akses ke Layanan Keuangan

Dengan adanya indikator pada akses ke layanan keuangan, pelaku usaha Fitri Souvenir memiliki peluang yang lebih besar untuk mengembangkan usahanya. Dalam indikator pada akses ke layanan keuangan ini dapat memberikan kemudahan bagi pelaku usaha Fitri Souvenir dalam kepemilikian rekening bank dan pada akses layanan kredit/pembiayaan untuk mempermudah transaksi dan meningkatkan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

modal untuk kapasitas produksi. Melalui layanan keuangan formal, pelaku usaha dapat menjalankan aktivitas usaha dengan lebih efektif dan efesien.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Fitri Souvenir yang bernama Fitriani, diketahui bahwa dalam menjalankan usahanya sehari-hari, Fitriani telah memanfaatkan kepemilikan rekening bank yaitu BSI Visa, BSI Easy Wadiah dan Bank Aceh dan Fitriani juga memanfaatkan layanan keuangan formal dalam akses pembiayaan untuk meningkatkan kapasitas produksi pada usahanya. Penggunaan layanan tersebut dapat mempermudah proses transaksi dengan pelanggan serta membantu dalam pengelolaan keuangan usaha secara lebih praktis dan aman.

Menurut hasil wawancara dengan pemilik usaha yaitu Fitriani, menyatakan bahwa:

"*Dalam melalakukan transaksi dengan pelanggan, saya menggunakan tabungan BSI Visa, Tabungan BSI Easy Wadiah, dan Bank Aceh. Untuk modal usaha, awalnya menggunakan modal sendiri sebesar 1 juta, namun pernah juga meminjamn dana dari bank BRI untuk meningkatkan penjualan produk. Selain itu, baru-baru ini saya mendapatkan bantuan berupa mesin jahit dari Bank Indonesia. Bank Indonesia sangat mendukung UMKM seperti usaha kami. Dari pemerintah juga pernah mendapatkan bantuan meskipun jumlahnya tidak banya, tetapi sangat membantu dalam pengembangan usaha*."[94]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Firti Souvenir telah memiliki akses terhadap layanan keuangan formal berupa kepemilikan rekening bank, akses terhadap pembiayaan, maupun bantuan dari lembaga pemerintah dan bantuan dari Bank Indonesia. Akses terhadap layanan keuangan tersebut

[94] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 9 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

menunjukkan bahwa pelaku usaha sudah cukup baik, karena tidak hanya memanfaatkan produk perbankan untuk transaksi, tetapi juga memperoleh pembiayaan dan bantuan yang mendukung perkembangan usaha.

Keberadaan layanan keuangan formal memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku usaha, terutama dalam memenuhi kebutuhan modal ketika menghadapin peningkatan permintaan pasar. Selain itu, dukungan dari perbankan dan pemerintah turut membantu keberlangsungan serta pengembangan usaha kerajinan kasab sehingga dapat terus berkembanga dan meningkatkan produtivitas usaha.

b. Indikator Penggunaan

Penggunaan alat pembayaran digital dan penggunaan layanan asuransi atau investasi merupakan salah satu indikator inklusi keuangan yang menunjukkan sejauh mana pelaku usaha memanfaatkan layananan keuangan formal dalam melakukan transaksi. Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha kerajinan kasab yaitu Fitri Souvenir telah menggunakan layanan perbankan sebagai alat pembayaran dalam kegiatan usahannya. Penggunaan transfer bank menjadi metode pembayaran yang paling sering digunakan, terutama karena sebagian besar konsumen berasal dari luar daerah sehingga transaksi tidak dapat dilakukan secara tunai. Hal tersebut sebagaimana yang disampaikan oleh Afifah selaku admin usaha sekaligus bendahara pada usaha Fitri Souvenir yang menyatakan bahwa:

"*Sekarang ini pembeli sering menggunakan transfer, karena kebanyakan yang memesan produk yang kami jual dari luar Pidie, jadi barang kami kirim melalui jasa pengiriman dan pembayaran melalui transfer.*"[95]

[95] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan layanan transfer bank telah menjadi sarana pembayaran utama dalam transaksi penjualan produk kasab. Temuan ini juga diperkuat pleh pernyataan Tajul Muna selaku konsumen yang dari Aceh mengatakan bahwa:

"*Untuk pembayaran produk yang saya beli biasanya saya menggunakan layanan via tranfer*."[96]

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen telah memanfaatkan alat pembayaran formal yang disediakan oleh lembaga keuangan. Dengan demikian, penggunaan layanan transfer bank telah mendukung kemudahan transaksi dan memperluas jangakauan pemasaran pada produk kasab Fitri Souvenur hingga keluar daerah.

Sementara itu, pada indikator penggunaan layanan asuransi dan investasi, hasil penelitian menujukkan bahwa pelaku usaha belum memanfaatkan kedua layanan tersebut dalam menjalankan usahanya. Meskipun telah menggunakan layanan perbankan untuk menerima pembayaran, pelaku usaha masih belum menggunakan produk keuangan lain seperti asuransi maupun investasi. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Fitriani selaku pemilik usaha Fitri Souvenir yang menyatakan bahwa.

"*Saya tidak menggunakan asuransi maupun investasi pada usaha ini, karena adanya informasi yang diberikan mengenai produk tersebut dari bank itu sendiri dan saya juga hanya berfokus untuk mengembangkan usaha saya dulu*."[97]

Berdasarkan pernyataan tesebur dapat diketahui bahwa pelaku usaha lebih memilih menggunakan layanan transfer bank untuk menerima pembayaran dibandingkan memanfaatkan layanan

[96] Muna, Tajul (Pembeli dari Aceh pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp pada Tanngal 23 Mei 2026, Pukul 11:47 Wib.

[97] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

keuangan lainnya. Rendahnya penggunaan asuransi dan investasi menunjukkan bhawa pemanfaatan layanan keuangan formal oleh pelaku usaha masih terbatas pada fungsi transaksi pembayaran, sehingga aspek perlindungan usaha dan pengembangan aset melalui investasi belum menjadi bagian dari pengelolaan usaha Fitri Souvenir.

c. Indikator Kualitas dan Keamanan Layanan Keuangan Formal

Kualitas dan kemanan layanan keuangan formal merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur tingkat inklusi keuangan. Indikator ini tidak hanya berkaitan dengan kemudahan masyarakat dalam mengases layanan keuangan, tetapi juga mencakup keamanan transaksi perlindungan nasabah, serta kemampuan lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan responsif ketika terjadi permasalahan. Semakin baik kualitas dan kemananan layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan masyarakat untuk memanfaatkan layanan keuangan formal dalam kegiatan ekonomi dan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian, Fitri Souvenir tidak mengalamin kendala dalam mengakses layanan perbankan maupun layanan keuangan formal lainnya. Kemudahan akses tersebut menunjukkan bahwa layanan keuangan yang tersedia telah mampu menjangkau kebutuhan pelaku usaha. Meskipun demikian, Fitri Souvenir pernah mengalamin situasi yang berpotensi mengancam kemanan transaksi keuangannya, yaitu adanya upaya penipuan oleh pihak yang mengatas namakan bank. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Fitriani selaku pemilik usaha Fitri Souvenir yang menyatakan bahwa.

"*Kalau dalam akses layanan bank atau keuangan tidak ada, tapi kemarin itu saya hampir tertipu oleh orang yang tidak bertanggung jawab mengatas namakan Bank BSI memintas sejulah uang, akan tetapi saya dibantu sama Allah dan tidak mengalamin*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

kerugian dan saya buru-buru ke bank terdekat untuk memblokir ATM saya dan dibantu sama mereka hingga kembali aman lagi."[98]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa secara umum kualitas layanan keuangan formal yang diterima oleh pelaku usaha sudah cukup baik karena tidak terdapat hambatan dalam mengakses layanan perbankan. Selain itu, tindakan cepat yang diebrikan oleh pihak bank dalam membantu proses pemblokiran ATM menunjukkan adanya komitmen lembaga keuangan dalam memberikan perlindungan dan pelayanan kepada nasabah ketika menghadapi permasalahan keamanan transaksi. Resons tersebut memberikan rasa aman bagi pelaku usaha dalam menggunakan layanan keuangan formal untuk mendukung kegiatan usahanya.

Di sisi lain, pengalaman hampir menjadi korban penipuan menunjukkan bahwa meskipun sistem layanan perbankan telah berkembangan dnegan baik, ancaman kejahatan keuangan masih dapat terjadi. Oleh karena itu, keamanan layanan tidak hanya bergantung pada sistem yang disediakan oleh lembaga keuangan, tetapi juga tingkat kewaspadan dan pemahaman nasabah dalam mengenali berbagai modus penipuan. Dengan demikian, peningkatan agar pelaku usaha dapat menggunakan layanan keuangan formal secara aman dan terhindar dari berbagai risiko yang dapat menimbulkan kerugian.

Beradasrkan temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator kualitas dan kemanan layanan keuangan formal pada usaha Fitri Souvenir tergolong baik. Hal ini ditunjukkan oleh kemudahan akses terhadap layanan perbankan, adanya perlindungan dan bantuan yang diberikan oleh pihak bank ketika terjadi masalah,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[98] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

serta tingginya kepercayaan pelaku usaha dalam menggunakan layanan keuangan formal untuk mendukung aktivitas usahanya.

2. Sistem Pemasaran Pada Usaha Fitri Souvenir

Sistem pemasaran merupakan salah satu faktor yang penting dalam pengembangan usaha karena berfungsi untuk memperkenalkan produk kepada konsumen serta memperluas jangkauan pasar. Dalam menjalankan usahanya, Fitri Souvenir menerapkan sistem pemasaran yang terstruktur melalui beberapa indikator pemasaran yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain. Indikator-indikator tersebut meliputi 4 P, *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi), serta memanfaatkan media pemasaran secara offline dan online. Penerapan indikator-indikator tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk kerajinan kasab, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan volume penjualan usaha.

a. *Product* (Produk)

Product (Produk) merupakan salah satu unsur penting dalam sistem pemasaran yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Keberagaman produk yang ditawarkan dapat menjadi nilai tambahan bagi suatu usaha karena mampu menjangkau lebih banyak segmen pasar. Semakin beragam produk yang dihasilkan, maka semakin beragam produk yang dihasilkan, maka semakin besar pula peluang usaha untuk menrarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Berdasarkan hasil penelitian, usaha Fitri Souvenir memiliki varias produk yang cukup beragam. Produk yang dihasilkan tidak hanya terbatas ke berbagai produk kerajinan yang memiliki nilai estetika dan fungsi yang berbagai sesuai kebutuhan konsumen dan permintaan konsumen. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Fitriani selaku pemilik usaha yang menyatakan bahwa.

"*Ada tas wanita, dompet, blezer, kipas pengantin, gantungan kunci, payung pernikahan Aceh, sarung bantal, tempat tisu, dan masing banyak lagi sesuai dengan pesanan yang kami buat ataupun yang diminta oleh konsumen*."[99]

Berdasarkan pertanyaan tersebut dapat diketahui bahwa Fitri Souvenir telah melakukan diversifikasi produk dengan menghasilkan berbagai jenis kerajinan kasab. Keberagaman produk yang ditawarkan menunjukkan adanya upaya pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan pasar yang beragam, mulai dari produk fashion, perlengakapan pernikahan Aceh, perlengakapan adat dan penikahan aceh. Selain itu, kemampuan pelaku usaha dalam menerima dan memproduksi barang berdasarkan pesanan konsumen menunjukkan adanya fleksibilitas dalam pengembangan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Berikut adalah produk-produk dan harga pada produk yang dijual oleh Fitri Souvenir:

Tabel 3. 3 Daftar Produk dan Harga Fitri Souvenir pada Tahun 2026

No	Produk	Harga	No	Produk	Harga
1.	Gantungan Kunci	5.000/pcs	9.	Mini Tas Kasab	100.000/pcs
2.	Kipas Pengantin	5.000 – 30.000/pcs	10.	Tas Selempang Meukutop	180.000/pcs
3.	Tas Hp	30.000/pcs	11.	Sarung Bantal Kursi Kasab	500.000/pcs
4.	Pouch Kasab	50.000/pcs	12.	Kupiah Meukutop	400.000/pcs
5.	Id card	80.000/pcs	13.	Bakal Kain	1.800.000/pcs
6.	Dompet Kasab	85.000/pcs	14.	Baju Adat	2.000.000/psg
7.	Tas keruncut	150.000/pcs	15.	Baju Gamis	2.000.000/psg

[99] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

8.	Payung Pernikahan	350.000	16.	Baju Nikahan (Custom)	10.000.000/psg

Sumber: Fitri Souvenir

Keberagamanan produk tersebut menjadi salah satu strategi pemasaran yang dapat meingaktkan daya tarik usaha di mata konsumen. Dengan menyediakan berbagai pilihan produk, Fitri souvenir memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas pangsa pasar dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, indikator produk pada sistem pemasaran Fitri Souvenir dapat dikatakan sudah cukup baik, yang dihasilkan serta kemampuan usaha dalam menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan permintaan konsumen.

b. *Price* (Harga)

Price (harga) merupakan salah satu elemen penting dalam sistem pemasaran yang berfungsi sebagai alat tukat atas nilai suatu produk. Penetapan harga yang tepat dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, meningkatkan daya saing produk, serta menentukan keberlangsungan usaha. Dalam menentukan harga, pelaku usaha perlu mempertimbangakan berbagai faktor, seperti biaya produksi, kualitas bahan yang digunakan, tingkat kesulitan pembuatan nilai estetika produk, dan kemampuan daya beli komsumen. Oleh karena itu, harga tidak hanya mencerimankan kualitas dan keunikan yang ditawarkan kepada konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Berdasarkan hasil penelitian, usaha Fitri Souvenir menerapkan harga yang bervariasi sesuai dengan jenis dan karakteristik produk yang dihasilkan. Variasi harga tersebut menunjukan bahwa pelaku usaha menyesuaikan harga berdasarkan tingkat kerumitan pengerjaan, ukuran produk, bahan yang digunkan, dan permintaan khusus dari konsumen. Hal ini, sebagaimana di ungkatpkan oleh Fitriani selaku pemilik usaha yang menyatakan bahwa.

"*Harga yang dijual dari mulai Rp 5.000 sampai jutaan bahkan ada yang puluhan juta juga dalam sekali pembuatannya. Kalau puluhan juta itu ada baju pengantin yang khusus dan sesuai dengan model permintaan customer.*"[100]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa produk kerajinan kasab yang dipasarkkan memiliki rentan harga yang cukup luas. Produk dengan harga yang relatif rendah umumnya merupakan produk berukurang kecil atau memiliki tingkat pekerjaan yang lebih sederhana, seperti gantungan kunci atau aksesoris lainnya. Sementara itu, produk dengan harga yang lebih tinggi merupakan produk yang memerlukan keterampilan khusus, waktu pengerjaan yang lebih lama, penggunaan bahan yang lebih banyak, dan desain yang lebih kompleks. Bahkan untuk produk tertentu seperti baju pengantin adat Aceh yang dibuat berdasarkan pesanan khusus konsumen, harga yang ditetapkan dapat mencapai puluhan juta rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa produk kasab tidak hanya memiliki nilai dan fungsi, tetapi juga memiliki nilai seni dan nilai budaya yang tinggi sehingga mempengaruhi harga jualnya.

Penetapan harga yang beragam tersebut juga mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan produk dengan berbagai segmen pasar. Konsumen dengan daya saing usaha kerajinan kasab ditengah persaingan produk kerajinan lainnya.

Selain ditinjau dari sisi pelaku usaha, efektivitas penetapan harga juga dapat dilihat dari persepsi konsumen terhadap kesesuaian harga dan kualitas produk yang diterima. Berdasarkan hasil wawancara dengan Tria Anisa selaku konsumen yang berasal dari Medan, diketahui bahwa harga produk yang ditawarkn dinilai sesuai dengan kualitasnya. Hal tersebut terlihat dari pernyataannya sebagai berikut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[100] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

"*Kisaran harga yang asih masuk akal menurut saya, apalagi dengan produk lokal buatan sendiri*."[101]

Pernyataan tersebut menujukkan bahwa konsumen memiliki penilaian positif terhadap harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha. Menurut konsumen, harga produk masih berada dalam batas wajar dan sebanding dengan kualitas yang diperoleh. Selain itu, status produk sebagai kerajinan lokal yang dibuat secara langsung oleh pengarajin turut menjadi pertimbangan konsumen dalam menilai kewajaran harga. Produk kerajinan khusus serta proses pengerjaan yang tidak sederhana, sehingga konsumen memahamin bahwa harga yang ditawarkan mencerminkan usaha, kreativitas, dan kualitas produk yang dihasilkan.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategis penetapan harga yang diterapkan oleh Fitri Souvenir telah mampu menyesuaikan antara kualitas produk dengan nilai yang ditawarkan kepada konsumen. Rentang harga yang bervariasi memberikan kesempatan bagi berbagai kalangan konsumen untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan mereka, sementara penilaian positif dari konsumen menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan masih dianggap layak dan konperetif. Oleh karena itu, indikator harga (*price*) dalam sistem pemasaran pada usaha Fitri Souvenir ini dapat dikategorikan baik karena mampu mencerminkan kualitas produk, memenuhi harapan konsumen, dan mendukung keberlangsungan dan perkembangan usaha.

c. *Place* (Tempat)

Place (tempat) merupakan salah satu usnur penting dalam sistem pemasaran yang berakaitan dengan bagaimana produk didistribusikan dan dijangkau oleh konsumen. Indikator tempat tidak hanya mencakup lokasi usaha, tetapi juga saluran distribusi, jangkauan pemasaran, dan kemudahan konsumen dalam memperoleh produk

[101] Anisa, Tria (Pembeli dari Medan pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp Pada Tanggal 12 Mei 2026, Pukul 16:40 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

yang ditawarkan. Semakin luas jangkauan distribusi dan pemasaran suatu produk, maka semakin besar peluang usaha untuk memperoleh konsumen dan meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian, usaha Fitri Souvenir menerapkan dua metode pemasaran, yaitu secara offline dan online. Pemasaran secara offline pelanggan datang kerumah produksi dan tempat penjualan produk bertepatan di Jl. Garot Jabal Ghafur, Lampeunteut Garot Cut Kec. Indra Jaya, Kab. Pidie, Aceh. Dalam metode ini, pelaku usaha berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar merasah puas dan kembali melakukan pembelian. Sementara itu, pemasaran secara online dilakukan melalui berbagai *platform* media sosial dan marketplace yang memungkinkan produk dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Fitriani selaku pemilik usaha Fitri Souvenir yang menyatakan bahwa.

"*Ada dua, yang pertama offline itu dari datang langsung ketempat usaha. Kalau ada kustomer yang datang langsung, kita layanin dengan sepuas hati agar dia bisa kembali lagi dan puas belanja dikami. Yang kedua itu dari online itu dari Tiktok, Instagram, Facebook, dan shopee*."[102]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pelaku usaha memanfaatkan berbagai saluran pemasaran untuk menjangkau konsumen. Strategi pemasaran offline malalui pelayanan yang baik kepada pelanggan bertujuan untuk menciptakan loyalitas konsumen dan mendorong promosi secara tidak langsung melalui rekomendasi dari pelanggan ke calon konsumen lainnya. Dari sisi lain, pemanfaatan media sosial dan *marketplace* menunjukkan bahwa pelaku usaha telah mengikuti perkembangan teknologi digital dalam memasarkan produknya. Penggunaan *platfrom* seperti TikTok, Instagram, Facebook,

[102] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

dan Shopee memberikan peluang yang lebih besar untuk memperkenalkan produk kasab kepada masyarakat di berbagai daerah tanpa terbatas oleh jarak geografis.

Keberhasilan strategi pemasaran tersebut dapat dilihat dari luasanya wilayah pemasaran produk kasab yang telah menjangkau berbagai daerah di Indonesia bahka hingga luar negeri. Hal ini sebagaimana di ungkapkan oleh Fitriani yang menyatakan bahwa.

"*Biasanya dari Jakarta, Bandung, Kalimantan, Sulawesi, Medan, yang belum pertnah ke Bali ya. Untuk luar negeri itu biasanya yang sering dari Singapura dan Malaysia, tetapu juga ada dari Amerika, Afrika, dan dibulan juli ini ada pengiriman ke Swedia*."[103]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa produk kasab yang dihasilkan tidak hanya diminati oleh konsumen lokal, tetapi juga telah berhasil menembus pasar nasional dan internasional. Jangkauan pemasaran yang luas menunjukkan bahwa saluran distribusi yang digunakan telah berjalan dengan baik sehingga produk dapat diakses oleh konsumen dari berbagai wilayah. Keberadaan pelanggan dari berbagai kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Medan, Kalimantan, dan Sulawesi menunjukkan bahwa produk kasab memiliki daya tarik yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, adanya pengiriman produk ke negara-negara seperti Singapura, Malaysia, Amerika, Afrika, dan Swedia menunjukkan bahwa kerajinan kasab memiliki potensi untuk berkembangan di pasar internasional.

Dengan demikian, indikator tempat (*place*) pada sistem pemasaran usaha Fitri Souvenir dapat dikatakan sangat baik. Hal ini terlihat dari penggunaan berbagai saluran pemasaran baik secara *offline* maupun *online*, kemudahan distribusi produk kepada konsumen, dan luasnya jangkauan pasar yang telah mencapai tingkat nasional dan internasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi distribusi

[103] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

dan pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha serta meningkatkan peluang penjualan produk kasab secara berkelanjutan.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi (*promotion*) merupakan salah satu unsur penting dalam sistem pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepaa masyarakat, menarik minat konsumen, dan meningkatkan penjualan. Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti mengikuti pameran, pelatihan usaha, media sosial, maupun bentuk komunikasi pemasaran lainnya. strategi promosi yang efektif dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadao produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian, usaha kerajinan Fitri Souvenir menerapkan berbagai strategis promosi untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Promosi dilakukan melalui pemasaran digital. Hal tersebut sebagimana disampaikan oleh Afifah selaku admin usaha yang menyatakan bahwa.

"*Yang pertama itu pernah mengikuti pelatihan di Amanah, Tamiang, banyak acara UMKM yang kami ikuti. Pernah juga pelatihan dan pameran UMKM di Jakarta, Batam, Banda Aceh, Kalimantan dan Tanggerang. Yang kedua itu dari media sosail, itu dari TikTok, Instagram, Facebook, dengan cara kami buat postingan terkait produk yang kami jual dan di TikTok ada keranjang kuningnya.*"[104]

Bedasarkan pernyataaan tersebut dapat diketahui bahwa pelaku usaha memanfaatkan promosi secara langsung (offline) dan Promosi secara digital (online). Promosi secara langsung dilakukan melalui ke ikut sertaan dalam berbagai kegiatan pelatihan dan pameran UMKM. Kegiatan tersebut tidak hanya memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun jaringan usaha dan

[104] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:55 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

memperoleh calon pelanggan baru. Ke ikut sertaan dalam pameran yang diselenggarakkan di berbagai daerah, termasuk Jakarta, Tanggerang, Batam, Medan, Kalimantan, dan Banda Aceh menunjukkan adanya upaya aktif dari pelaku usaha untuk meningkatkan vasibilitas produk di tingkat nasional.

Selain promosi secara langsung, pelaku usaha juga memanfaatkan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook sebagai media promosi. Penggunaan media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk menampilkan berbagai produk yang dihasilkan melalui foto, vidio, maupun informasi lainnya yang dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai daerah. Strategis promosi digital ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengenal produk tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha serta memabntu memperluas jangkauan pasaran dengan biaya yang relatif lebih efesien.

Efektivitas kegiatan promosi yang dilakukan oleh Fitri Souvenir dapat dilihat dari sumber informasi yang diperoleh konsumen mengenai produk tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Hafeeza, seorang konsumen yang berasal dari Singapura, diketahui bahwa ia mengenal produk Fitri Souvenir melalui kegiatan pameran. Hal tersebut terlihat dari pernyataan.

"*Saya tau produk Fitri Souvenir ini dari Booth di Batam, Kepri."*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ke ikut serta dalam pameran atau kegiatan promosi secara langsung berhasil memperkenalkan produk kepada konsumen, termasuk konsumen yang berasal dari luar negeri. Pameran mejadi salah satu media yang efektif dalam menarik perhatian calon pembeli karena konsumen dapat melihat produk secara langsung dan memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai produk yang ditawarkan."[105]

[105] Hafeez (Pembeli dari Singapura pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial Instagram pada Tanggal 13 Mei 2026, Pukul 10:29 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Berdasakan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa indikator promosi (promotion) pada sistem pemasaran usaha Fitri Souvenir telah berjalan dengan baik. Hal ini, terlihat dari penggunaan berbagai strategi promosi, baik melalui kegiatan pameran dan pelatihan UMKM maupun melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan facebook. Keberhasilan strategi promosi tersebut juga mencerminkan dari kemampuan usaha dalam menarik konsumen dari berbagai daerah, bahkan hingga luar negeri. Dengan demikian, kegiatan promosi yang dilakukan telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningaktkan pengenalan produk serta memperluas jangkauan pasar usaha Fitri Souvenir.

3. Pengembangan dan Bekerlanjutan pada Usaha Fitri Souvenir

Pengemabangan dan keberlanjutan usaha merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha dalam mempertahankan eksitensi dan meningkatkan kinerja dari waktu ke waktu. Pada usaha Fitri Souvenir, pengembangan usaha dapat dilihat melalui berbagai aspek yang menunjukkan adanya kemajuan dan kemampuan usaha untuk terus bertahan ditengah persaingan pasar.

Dalam penelitian ini, pengembangan dan keberlanjutan usaha dianalisis berdasarkan beberapa indikator, yaitu peningkatan omset penjualan, pemberdayaan tenaga kerja dan pertumbuhan pelanggan. Ketiga indikator tersebut menjadi tolak ukut untuk mengetahui sejauh mana usaha Fitri Souvenir mengalami perkembangan dan mampu menjaga keberlangsungan usahanya. Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi tersebut, peneliti melakukan wawancara mengenai perkembangan omset, tenaga kerja, dan pertumbuhan pelanggan pada usaha Fitri Souvenir dipaparkan sebagai berikut:

a. Omset Penjualan

Omset penjualan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai perkembangan dan bekerlanjutan suatu usaha.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Besarnya omset yang diperloeh mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memasarkan produknya, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu. Peningkatan omset menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan memiliki permintaan yang baik di pasar, sedangkan penurunan omset dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam maupun luar usaha. Oleh karena itu, omset penjualan menjadi salah satu ukuran penting dalam melihat keberhasilan dan keberlangsungan suatu usaha.

Beradasarkan hasil penelitian, usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir menunjukkan perkembangan yang cukup baik dari sisi omset penjualan. Hal tersebut terlihat dari kemampuan usaha meningkatkan pendapatan sejak pertama kali didirikan dengan modal yang relatif kecil. Fitriani selaku pemilik usaha menjelaskan bahwa modal awal yang digunakan untuk memulai usaha hanya sekitar Rp. 1.000.000, namun dengan seiring waktu berkembangnya usaha, omset yang diperoleh mengalami peningkatan setiap bulannya. Hal tersebut sebagaimana disampaikan dalam hasil wawancara berikut.

"*Modal awal itu sekitar 1 juta rupaih. Sekarang saya bisa mendapatkan omset perbulannya sekitar 15 juta, dan bisa lebih kalau ada pesananan dari luar negeri. Kalau di hitung dalam setahun itu bisa omset yang saya terima sekitar lebih kurang 180 jt dan akan bertambah lagi kalau ada pessanan dari luar negeri.*"[106]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa usaha Fitri Souvenir telah mengalami perkembangan yang siginifikan dari segi pendapatan. Dengan modal awal yang relatif kecil, pelaku usaha mampu menghasilkan omset sekitar Rp. 15.000.000 setiap bulan. Bahkan, omset tersebut dapat meningkatkan apabila terdapat pesanan dalam jumlah besar atau pesanan yang berasal dari luar negeri. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk kerajinan kasab yang diapasarkan

[106] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:55 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

memiliki daya saing dan mampu menarik minat konsumen, baik di tingkat lokal, nasional, dan iternasional. Peningkatan omset tersebut juga tidak terlepas dari strategi pemasaran yang diterapkan, seperti pemanfaatan media sosial, ke ikut sertaan dalam pameran UMKM, serta semakin luasnya jaringan pelanggan yang dimiliki oleh Fitri Souvenir.

Meskipun demikian, perkembangan omset usaha tidak selalu mengalamin peningkatan secara terus-menerus. Dalam menjalankan usahanya, Fitri Souvenir juga mengalami penurunan omset yang disebabkan oleh faktor eksternal, yaitu bencana banjir yang melanda sumatra. Bencana tersebut menghabat aktivitas produksi dan operasional usaha sehingga berdampak pada menurunannya jumlah pesanan yang diterima. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Fitri Souvenir dalam wawancara berikut.

"*Cukup banyak, biasanya bulan 11-12 kami harus lembur, tapi kemarin tidak ada karena banjir, kami tidak bisa kerja karena mati listrik, dan kami tidak bisa beroprasi. Habis itu semnagat juga berkurang dan pesanan juga berkurang*."[107]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa bencana banjir memberikan dampak yang cukup besar terhadap keberlangsungan usaha. Pada kondisi normal, bulan November hingga Desember merupakan periode dengan permintaan produk yang tinggi sehingga pelaku usaha sering harus bekerja lembur untuk memenuhi pesanan pelanggan. Namun, akibat banjir yang menyebabkan pemadaman listrik dan terganggunya aktivitas produksi, usaha tidak dapat beroperasi secara maskimal. Kondisi tersebut mengakibatkan jumlah pesanan menurun sehingga omset yang diperoleh juga mengalami penurunan. Selain berdampak pada kegiatan produksi, bencana tersebut

[107] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:55 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

juga memperngaruhi motivasi dan semangat pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Meskipun sempat mengalami penurunan omset akibat bencana alam, Fitri Souvenir tetap mampu mempertahankan usahanya dan kembali menjalankan kegiatan produksi setelah kondisi menjalankan kegiatan produksi setelah kondisi mulai membaik. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki kemampuan untuk bertahan dalam menghadapi berbagai tantangan yang terjadi di luar kendali pelaku usaha. Kemampuan untuk tetap melanjutkan usaha setelah mengalami penurunan penjualan menjadi salah satu indikator bahwa usaha memiliki keberlanjutan yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator omset penjualan pada aspek perkembangan dan keberlangsungan usaha menunjukkan hasil yang positif. Hal ini terlihat dari peningkatan pendapatan yang dicapai sejak awal usaha berdiri, kemampuan pelaku usaha untuk mempertahankan usahanya meskipun sempat mengalami penurunan omset akibat bencana banjir. Dengan demikian, omset penjualan menjadi bukti bahwa Fitri Souvenir terus mengalami perkembangan dan memiliki prospek keberlanjutan usaha yang baik.

b. Tenaga Kerja

Penyerapan tenaga kerja merupakan salah satu indikator penting dalam menilai perkembangan dan keberlanjutan suatu usaha. Semakin berkembang suatu usaha, maka semakin besar pula peluan tersebut dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Selain mampu menyerap tenaga kerja, usaha yang bekerlanjutan juga ditandai dengan adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan kerja serta meningkatnya kesejahteraan karyawan yang bekerja di dalamnya. Dengan demikian, perkembangan usaha tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga memberikan dampak ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Berdasarkan hasil penelitian, perkembanga usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir telah memberika kontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Seiring dengan meningaktkanya permintaan produk, jumlah tenaga kerja yang direkrut juga mengalami peningkatan. Selain itu, usaha ini juga memberikan kesempatan bekerja kepada penyanding disabilitas sebagai bentuk keperdulian sosial dan pemberdayaan masyarakat. Hal tersebut, sebagaimana disampaikan oleh Fitriani selaku pemilik usaha yang menyatakan bahwa.

"*Sekarang saya sudah memiliki 50 karyawan dan ada 1 diantaranya disabilitas, dan saya juga setiap ada produk atau inovasi baru saya mengadakan pelatihan terlebih dahulu kepada karyawan saya.*"[108]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa Fitri Souvenir telah berkambang menjadi usaha yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar. Keberadaan sekitar 50 karyawan menunjukkan bahwa usaha ini tidak lagi dikelola dengan sederhana, tetapi telah berkembang menjadi usaha yang memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja. Selain itu, adanya kesempatan bekerja bagi penyandang disabilitas menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki keperduluan terhadap aspek sosial melalui pemberdayaan tanaga kerja yang inklusif.

Selain meningkatkan jumlah tenaga kerja. Fitri souvenir juga berupaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pemberian pelatihan kerja. Pelatihan diberikan kepada karyawan ketika terdapat motif baru maupun inovasi produk yang harus diproduksi sesuai dengan permintaan pelanggan. Hal tersebut diperkuat oleh hasil

[108] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:55 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

wawancara dengan Rusmiati selaku karyawan bagian survei barang yang menyatakan bahwa.

"*Kalau ada motif baru ataupun adanya inovasi produk pasti dilakukan pelatihan kerja dulu, bagaimana cara membuat produk ataupun motif baru*."[109]

Hal tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan Faiza selaku karyawan pada usaha Fitri Souvenir mengenai cara kerja pada karyawan pada usaha Fitri Souvenir menyatakan bahwa.

"*Kami berkerja dengan cara buat kelompok, nah jadi dalam satu kelompok berapa orang terus dalam kelompok itu bekerja sama dan kerjaannya dibagi-bagi menjadi beberapa bagian agar lebih cepat mengerjakannya*."[110]

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa pelatihan kerja menjadi bagian penting dalam proses pengembangan usaha. Pelatihan dilakukan agar setiap karyawan memiliki kemampuan dan keterampilan yang sesuai dengan standar kualitas produk yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan adanya pelatihan secara berkala, karyawan mampu mengikuti perkembangan desain serta inovasi produk sehingga kualitas hasil produk tetap terjaga dan mampu bersaing di pasar.

Perkembangan usaha juga memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan karyawa. Meningkatnya jumlah pesanan dan berkembangnya usaha berpengaruh terhadap kesempatan kerja dan pendapatan yang diterima oleh para karyawa. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Aisyaton selaku karywan Fitri Souvenir yang menyatakan bahwa.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

[109] Rusmiati (Karyawan pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 14:45 Wib.

[110] Faiza (Karyawan pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp pada Tanggal 11 Mei 2026, Pukul 12:48 Wib.

"*Iya, sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan karyawan dan saya bisa menghasilkan pengahasilan yang lebih baik lagi*."[111]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan usaha Fitri Souvenir tidak hanya dirasakan oleh pemilik usaha, tetapi juga membrikan manfaat langsung kepada pra karyawan. Adanya kesempatan memperoleh pendapatan yang baik menunjukkan bahwa usaha ini telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja. Kondisi tersebut juga mencerminkan bahwa keberhasilan usaha mampu menciptakan manfaat ekonomi bagi masyarakat yang terlibat di dalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan karyawan pada aspek perkembangan dan keberlanjutan usaha menunjukkan hasil yang baik. Hal ini dibutikan dengan bertambahnya jumlah tenaga kerja hingga mencapai 50 orang, adanya pemberdayaan penyadang disabilitas, pemberian pelatihan kerja untuk meningkatnya keterampilan karyawan, dan meningkatnya kesejahteraan karyawan sebagai dampai dari perkembangan usaha. Dengan demikian, Fitri Souvenir tidak hanya berhasil mengembangkan usahanya dari sisi ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kesejahteraan masyarakat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

c. Pertumbuhan Pelanggan

Pertumbuhan pelanggan merupakan salah satu indikator dalam mengukur perkembangan dan bekerlanjutan suatu usaha. Meningkatnya jumlah pelanggan menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen sehingga permintaan terhadap produk terus mengalami peningkatan. Selain itu, keberadaan pelanggan tetap (*loyal customer*) juga menjadi

[111] Aisyaton (Karyawan pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp pada Tanggal 11 Mei 2026, Pukul 12:45 Wib.

indikator keberhasilan suatu dalama mempertahankan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang kepada konsumen. Semakin banyak pelanggan yang melakukan pembelian ulang, maka semakin besar peluang usaha untuk berkembanga dan bertahan dalam menghadapin persaingan.

Berdasarkan hasil penelitian, usaha kerajinan kasab Fitri Souvenir mengalami pertumbuhan pelanggan yang cukup baik dari tahun ke tahun. Peningaktan jumlah pelanggan tidak terlepas dari upaya pelaku usaha dalam menghadirkan berbagai inovasi produk yang mengikuti kebutuhan dan selra pasar. Dengan terus memperkenalkan produk-produk baru, pelaku usaha mampu menarik meinat pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama agar tetap melakukan pembelian. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Afifah selaku admin dan bendahara pada usaha Fitri Souvenir yang menyatakan bahwa.

"*Alhamdulillah dalam pertumbuhan pelanggan selalu ada, karena kita tiap bulan atau tahun mengeluarkan produk-produk baru, jadi menarik pelanggan dan ada pelanggan yang tetap juga yang beli produk kami*."[112]

Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa pertumbuhan pelanggan pada Fitri Souvenir dipengaruhi strategi inovasi produk yang dilakukan secara berkelanjutan. Pelaku usaha secara rutin menghadirkan variasi produk baru sehingga mampu mempertahankan daya tarik produk dimata konsumen. Selain berhasil menarik pelanggan baru, strategi tersebut mampu menciptakan pelanggan tetap yang secara berulang melakukan pembelian pada produk yang dijual oleh Fitri Souvenir. Keberadaan pelanggan tetap menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat kepercayaan dan epuasan yang tinggi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[112] Afifah (Admin dan Bendahara pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 14:19 Wib.

terhadap kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan oleh Fitri Souvenir.

Hasil penelitian tersebut, juga diperkuat oleh pernyataan salah satu konsumen dari Singapura yang mengaku memiliki keinginan untuk kembali membeli produk Fitri Souvenir. Ketika ditnayatakan mengenai minat untuk melakukan pembelian ulang, konsumen dari Singapura bernama Hafeez menyataan.

"*Iya, saya sangat tertarik membeli kembali produk yang dijual oleh Fitri Souvenir, karena saya sudah memesan kepada Fitri Souvenir untuk siuvenir pernikahan adik saya pada tahun 2025 dan saya juga memesan kembali souvenir untuk pernikahan saya di tahun 2026. Untuk kualitas produk yang dijual oleh Fitri Souvenir sangat bagus dan cocok di harga yang dijualnya.*"[113]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsumen dari Singapura merasa puas terhadap produk yang telah dibeli sehingga memiliki keinginan untuk kembali melakukan pembelian pada kesempatan berikutnya. Keputusan konsumen untuk kembali memesan produk menunjukkan adanya loyalitas oelanggan terhadap Fitri Souvenir. Selain itu, penilaian konsumen bahwa kualitas produk sebanding dengan ahrga yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang mendorong terjadinya pembelian ulang. Hal ini menujukkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas produk yang diterapkan oleh Fitri Souvenir telah mampu memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator pertumbuhan pelanggan pada aspek perkembangan dan keberlanjutan usaha menunjukkan hasil yang baik. Ha ini telihat dari meningkatnya jumlah pelanggan setiap tahun, adanya pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara berulang, serta tingginya minat konsumen untuk kembali membeli produk karen amerasa puas

[113] Hafeez (Pembeli dari Singapura pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial Instagram pada Tanggal 13 Mei 2026, Pukul 10:29 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

terhadap kualitas produk karena merasa puas terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, pertumbuhan pelanggan menjadi salah satu bukti bahwa usaha Fitri Souvenir mampu memeprtahankan eksitensinya, membangun loyalitas pelanggan, dan memiliki prospek keberlanjutan usaha yang baik di masa mendatang.

4. Kontribusi Fitri Souvenir terhadap Pelestarian Budaya

Pelestarian nilai dan tradisi budaya merupakan salah satu upaya penting dalam menjaga keberlangsunngan warisan budaya daerah agar tetap dikenal dan diwariskan kepada generasi berikutnya. Sebagai usaha yang bergerak dibidang kerajinan dan souvenir khas Aceh, Fitri Souvenir tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga berkontribusi dalam mempertahankan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam setiap produk yang dihasilkan. Melalui pemanfaatan motif, simbol, serta unsur budaya lokal pada produk kerajinan, Fitri Souvenir turut berperan dalam menjaga eksintensi budaya Aceh di tengah perkembangan zaman. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kontribusi tersebut. Peneliti melakukan wawancara dengan informan sebagai berikut.

a. Pelestarian Nilai dan Tradisi.

Pelestarian nilai dan tradisi budaya merupakan salah satu bentuk kontribusi yang dapat diberikan oleh pelaku usaha dalam menjaga keberlangsungan warisan budaya daerah. Usaha yang mengembangkan produk berbasis budaya lokal tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki peran dalam mempertahankan nilai-nilai budaya agar tetap dikenal dan diwariskan kepada generasi berikutnya. Melalui produk yang dihasilkan, pelaku usaha dapat memperkenalkan filosofi, makna, dan identitas budaya yang terkandung di dalamnya sehingga budaya tersebut tetap hidup di tengah perkembangan zaman.

Berdasarkan hasil penelitian, Fitri Souvenir memiliki komitmen yang kuat dalam menjaga dan melestarikan budaya Aceh, khususnya kerajinan kasab. Pelestarian budaya dilakukan dengan tetap

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

mempertahankan nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam setiap produk yang dihasilkan serta terus memperkenalkan kerajinan kasab kepada masyarakat. Menurut Fitriani selaku pemilik usaha, tujuan utama didirikannya Fitri Souvenir bukan hanya untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai upaya agar budaya kasab tetap lestari dan tidak hilang seiring perkembangan zaman. Hal tersebut sebagaimana disampaikan dalam wawancara dengan Fitriani selaku pemilik usaha berikut:

"*Untuk melestarikan nilai-nilai bisa dilihat dari filosofi produk, seperti kupiah itu ada lambangnya sendiri. Warna merah melambangkan kepemimpinan, kuning melambangkan raja, hijau melambangkan ulama, dan hitam melambangkan rakyat. Jadi dalam satu kupiah itu bersatu, tidak ada yang membedakan dan kalau budaya tidak dilestarikan ya akan punah, sehingga generasi penerus tidak akan tahu budaya di sini*."[114]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa setiap produk yang dihasilkan oleh Fitri Souvenir tidak hanya memiliki nilai fungsi dan nilai estetika, tetapi juga mengandung makna filosofis yang menjadi bagian dari identitas budaya Aceh. Salah satu contohnya adalah kupiah Aceh yang memiliki kombinasi warna dengan makna tersendiri. Warna merah melambangkan kepemimpinan, warna kuning melambangkan raja, warna hijau melambangkan ulama, sedangkan warna hitam melambangkan rakyat. Filosofi tersebut mencerminkan nilai persatuan, kebersamaan, dan keharmonisan dalam kehidupan masyarakat Aceh, di mana setiap unsur memiliki peran yang sama pentingnya dan saling melengkapi.

Selain mempertahankan filosofi pada setiap produk, Fitri Souvenir juga berupaya menjaga eksistensi kerajinan kasab dengan terus memproduksi dan memperkenalkannya kepada masyarakat

[114] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:55 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

melalui berbagai kegiatan pemasaran dan promosi. Upaya tersebut menjadi salah satu bentuk pelestarian budaya karena semakin banyak masyarakat yang mengenal dan menggunakan produk kasab, maka semakin besar pula peluang budaya tersebut untuk tetap bertahan di tengah perkembangan produk modern. Dengan demikian, produk yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai barang kerajinan, tetapi juga menjadi media untuk memperkenalkan dan mewariskan nilai-nilai budaya Aceh kepada masyarakat luas.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi Fitri Souvenir terhadap pelestarian nilai dan tradisi budaya Aceh tergolong sangat baik. Hal ini terlihat dari komitmen pelaku usaha dalam mempertahankan makna filosofis yang terkandung dalam setiap produk, menjaga keaslian unsur budaya Aceh, serta terus memperkenalkan kerajinan kasab kepada masyarakat agar tetap dikenal oleh generasi sekarang maupun generasi yang akan datang. Dengan demikian, Fitri Souvenir tidak hanya berperan sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai salah satu pihak yang turut menjaga keberlangsungan warisan budaya Aceh melalui produk-produk kerajinan kasab yang dihasilkan.

b. Keterlibatan Generasi Muda

Keterlibatan generasi muda merupakan salah satu indikator penting dalam pelestarian budaya. Minat dan partisipasi generasi muda terhadap produk budaya lokal menjadi faktor yang menentukan keberlangsungan suatu warisan budaya di masa depan. Apabila produk budaya mampu diterima dan diminati oleh generasi muda, maka peluang untuk mempertahankan eksistensi budaya tersebut akan semakin besar. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu melakukan berbagai inovasi tanpa menghilangkan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalam produk agar tetap relevan dengan perkembangan zaman dan selera pasar.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Berdasarkan hasil penelitian, Fitri Souvenir berupaya meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam pelestarian budaya Aceh melalui pengembangan produk kasab yang mengikuti tren dan kebutuhan pasar. Pelaku usaha tidak hanya mempertahankan ciri khas budaya Aceh pada setiap produk yang dihasilkan, tetapi juga melakukan inovasi pada model, motif, dan jenis produk agar dapat diterima oleh berbagai kelompok usia, khususnya generasi muda. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Fitriani selaku pemilik usaha yang menyatakan bahwa:

"*Sangat diminati, karena saya ada barang yang sekiranya pas untuk Generasi Z dan ada juga barang-barang yang diminati oleh generasi milenial. Dan untuk model ataupun motif juga kami mengikuti selera ataupun permintaan pembeli*."[115]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa Fitri Souvenir berupaya menyesuaikan desain dan variasi produk dengan perkembangan tren tanpa menghilangkan unsur budaya Aceh yang menjadi identitas utama kerajinan kasab. Produk yang dihasilkan tidak hanya ditujukan bagi kalangan tertentu, tetapi juga dirancang agar dapat diminati oleh berbagai generasi, termasuk Generasi Z dan generasi milenial. Penyesuaian model, motif, serta jenis produk berdasarkan kebutuhan dan selera konsumen menjadi salah satu strategi yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik produk budaya di kalangan generasi muda.

Upaya tersebut menunjukkan bahwa pelestarian budaya tidak hanya dilakukan dengan mempertahankan bentuk tradisional produk, tetapi juga melalui inovasi yang tetap mengedepankan nilai-nilai budaya. Dengan menghadirkan desain yang lebih modern sesuai perkembangan zaman, produk kasab menjadi lebih mudah diterima oleh generasi muda tanpa kehilangan identitas budaya yang melekat

[115] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:55 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

pada setiap produknya. Strategi ini sekaligus menjadi bentuk adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan selera pasar sehingga produk budaya tetap memiliki daya saing di tengah perkembangan industri kreatif.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi Fitri Souvenir dalam meningkatkan keterlibatan generasi muda terhadap pelestarian budaya Aceh tergolong baik. Hal ini terlihat dari tingginya minat generasi muda terhadap produk kasab yang diproduksi, serta upaya pelaku usaha dalam terus berinovasi melalui pengembangan model dan motif sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, Fitri Souvenir tidak hanya berhasil memasarkan produk budaya kepada berbagai kalangan, tetapi juga turut mendorong generasi muda untuk mengenal, menggunakan, dan melestarikan kerajinan kasab sebagai salah satu warisan budaya Aceh.

c. Adaptasi Budaya terhadap Perkembangan Zaman

Adaptasi budaya terhadap perkembangan zaman merupakan salah satu indikator penting dalam pelestarian budaya. Kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan produk budaya dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar menjadi salah satu upaya agar budaya lokal tetap diminati oleh masyarakat tanpa menghilangkan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Adaptasi tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan desain, motif, maupun jenis produk yang tetap mempertahankan identitas budaya, namun disesuaikan dengan selera konsumen dan perkembangan zaman. Dengan demikian, budaya tidak hanya dipertahankan dalam bentuk tradisional, tetapi juga dikembangkan agar tetap relevan dan memiliki daya saing di era modern.

Berdasarkan hasil penelitian, Fitri Souvenir terus melakukan penyesuaian terhadap perkembangan zaman dengan mengikuti perubahan permintaan pasar dan kebutuhan konsumen. Pelaku usaha menyadari bahwa selera masyarakat terus berubah sehingga inovasi menjadi salah satu strategi yang harus dilakukan agar produk kerajinan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

kasab tetap diminati. Meskipun demikian, setiap inovasi yang dilakukan tetap mempertahankan unsur-unsur budaya Aceh sebagai identitas utama produk yang dihasilkan. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Fitriani selaku pemilik usaha yang menyatakan bahwa:

"*Ya, mengikuti keadaan pasar dan permintaan konsumen, jadi kami mengikuti kemauan pasar bagaimana*."[116]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Fitri Souvenir menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan konsumen (*market oriented*). Pelaku usaha secara aktif mengamati perkembangan tren pasar dan menyesuaikan produk yang dihasilkan dengan keinginan pelanggan. Langkah tersebut dilakukan agar produk kasab tetap memiliki daya tarik di tengah persaingan serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan. Namun, penyesuaian tersebut tidak menghilangkan nilai budaya yang menjadi ciri khas kerajinan kasab, melainkan menjadi bentuk inovasi dalam mengembangkan produk budaya agar tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Upaya adaptasi tersebut juga terlihat dari adanya pengembangan motif-motif baru yang terinspirasi dari perkembangan budaya dan ikon daerah. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Rusmiati selaku karyawan Fitri Souvenir yang menjelaskan bahwa:

"*Baru-baru ini selama adanya Tugu Aneuk Mulieng, jadi kami membuat motif dengan menggunakan Aneuk Mulieng tersebut*."[117]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Fitri Souvenir tidak hanya mengikuti tren pasar, tetapi juga memanfaatkan perkembangan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

[116] Fitriani (Pemilik Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 12:55 Wib.

[117] Rusmiati (Karyawan pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara pada Tanggal 09 Mei 2026, Pukul 14:45 Wib.

budaya lokal sebagai sumber inspirasi dalam menciptakan inovasi produk. Penggunaan motif yang terinspirasi dari Tugu Aneuk Mulieng menjadi bentuk adaptasi terhadap perkembangan zaman sekaligus upaya memperkenalkan simbol budaya Aceh melalui produk kerajinan kasab. Inovasi tersebut menunjukkan bahwa budaya dapat terus berkembang tanpa kehilangan identitas aslinya, bahkan mampu menjadi daya tarik baru bagi konsumen.

Selain meningkatkan daya saing produk, inovasi terhadap motif dan desain juga menjadi salah satu strategi untuk menjaga minat masyarakat terhadap kerajinan kasab. Dengan menghadirkan produk yang mengikuti perkembangan zaman, konsumen tidak hanya memperoleh produk yang memiliki nilai budaya, tetapi juga produk yang sesuai dengan tren dan kebutuhan saat ini. Hal tersebut membuktikan bahwa pelestarian budaya tidak selalu dilakukan dengan mempertahankan bentuk lama secara utuh, melainkan juga melalui proses adaptasi yang tetap menjaga nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi Fitri Souvenir dalam melakukan adaptasi budaya terhadap perkembangan zaman tergolong baik. Hal ini terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam mengikuti perubahan permintaan pasar, melakukan inovasi pada model dan motif produk, serta mengembangkan desain baru yang tetap berlandaskan pada identitas budaya Aceh. Dengan demikian, Fitri Souvenir berhasil menjaga keseimbangan antara pelestarian budaya dan inovasi sehingga kerajinan kasab tetap diminati, memiliki nilai ekonomi, serta mampu bertahan di tengah perkembangan zaman.

d. Penguatan Identitas Daerah

Penguatan identitas daerah merupakan salah satu bentuk kontribusi pelaku usaha dalam melestarikan budaya lokal melalui produk yang dihasilkan. Produk yang mengangkat ciri khas daerah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan identitas, nilai-nilai, dan kekayaan budaya kepada masyarakat yang lebih luas. Semakin dikenal dan digunakan suatu produk budaya, maka semakin kuat pula identitas daerah tersebut di tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, usaha yang memproduksi kerajinan berbasis budaya memiliki peran penting dalam memperkuat citra daerah sekaligus menjaga keberlangsungan warisan budaya.

Berdasarkan hasil penelitian, Fitri Souvenir memberikan kontribusi yang nyata dalam memperkuat identitas daerah melalui produksi dan pemasaran kerajinan kasab yang menjadi salah satu warisan budaya khas Aceh. Produk-produk yang dihasilkan tidak hanya dipasarkan kepada masyarakat Aceh, tetapi juga telah menjangkau berbagai daerah di Indonesia hingga mancanegara. Kondisi tersebut menjadi salah satu upaya dalam memperkenalkan budaya Aceh kepada masyarakat yang lebih luas sehingga identitas budaya daerah semakin dikenal.

Kontribusi tersebut juga dirasakan oleh konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan Tria Anisa selaku konsumen, diketahui bahwa keberadaan Fitri Souvenir dinilai mampu membantu memperkenalkan dan melestarikan budaya Aceh. Hal tersebut sebagaimana disampaikan dalam wawancara berikut:

"*Amat sangat membantu dengan hasil produk lokal yang dibuat seperti ini. Jadi bisa mengenalkan budaya Aceh lebih luas lagi dan lebih mendunia lagi kalau bisa*."[118]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsumen memandang produk kerajinan kasab yang dihasilkan oleh Fitri Souvenir tidak hanya sebagai produk kerajinan, tetapi juga sebagai simbol budaya yang mampu memperkenalkan identitas Aceh kepada

[118] Anisa, Tria (Pembeli dari Medan pada Usaha Fitri Souvenir), Wawancara Melalui Media Sosial WhatsApp Pada Tanggal 12 Mei 2026, Pukul 16:40 Wib.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

masyarakat luas. Melalui produk-produk tersebut, nilai budaya, seni, dan kearifan lokal Aceh dapat dikenal oleh masyarakat dari berbagai daerah bahkan hingga luar negeri. Hal ini menunjukkan bahwa produk budaya memiliki peran sebagai media promosi budaya yang efektif sekaligus memperkuat citra positif daerah asalnya.

Selain memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha, pemasaran produk kasab ke berbagai wilayah juga memberikan dampak positif terhadap penguatan identitas daerah. Semakin banyak masyarakat yang mengenal dan menggunakan produk khas Aceh, maka semakin besar pula peluang budaya Aceh untuk tetap lestari dan dikenal oleh generasi mendatang. Dengan demikian, keberadaan Fitri Souvenir tidak hanya berkontribusi dalam mengembangkan usaha kerajinan, tetapi juga berperan sebagai salah satu sarana dalam memperkenalkan budaya Aceh di tingkat nasional maupun internasional.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi Fitri Souvenir terhadap penguatan identitas daerah tergolong baik. Hal ini terlihat dari kemampuannya menghasilkan dan memasarkan produk kasab yang menjadi ciri khas budaya Aceh, sehingga mampu meningkatkan pengenalan budaya Aceh kepada masyarakat yang lebih luas. Dukungan dan penilaian positif dari konsumen juga menunjukkan bahwa Fitri Souvenir telah berperan dalam memperkuat identitas daerah serta mendukung pelestarian budaya Aceh melalui produk-produk kerajinan yang dihasilkan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

C. Analisis Penelitian

1. Analisis Inklusi Keuangan pada Usaha Fitri Souvenir

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik usaha Fitri Souvenir, dapat diketahui bahwa tingkat inklusi keuangan pada usaha tersebut telah terlihat dari kepemilikan rekening bank dan penggunakan layanan perbankan dalam aktivitas usahanya. Pemilik

usaha memanfaatkan rekening bank untuk menerima pembayaran dari pelanggan maupun melakukan transaksi yang berkaitan dengan kegiatan usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah memiliki akses terhadap lembaga keuangan formal sehingga mendukung kelancaran operasional pada usahanya.

Selain itu, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa Fitri Souvenir pernah memanfaatkan fasilitas pembiayaan sebagai salah satu sumber modal untuk mengembangkan usahanya. Pemanfaatan layanan pembiayaan ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan kegiatan usaha dan memenuhi kebutuhan modal kerja. Dengan adanya akses terhadap pembiayaan, usaha dapat terus berjalan dan mengalami perkembangan dari waktu ke waktu.

Pada indikator penggunaan layanan keuangan ini, pemilik usaha telah memanfaatkan berbagai layanan perbankan yang dapat mempermudahkan transaksi usaha, seperti transfer antar bank, transfer antar negara, dan Qris. Dalam penggunaan layanan tersebut, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya memiliki akses terhadap lembaga keuangan saja, tetapi juga memanfaatkan layanan yang tersedia untuk mendukung aktivitas bisnis sehari-hari.

Sementara itu, pada indikator kualitas dan keamanan pada layanan keuangan, pemilik usaha merasa bahwa penggunaan rekening bank memberikan rasa aman dalam menyimpan dan mengelola dana usaha dibandingkan dengan menyimpan uang secara tunai. Keamanan transaksi serta kemudahan akses terhadap layanan perbankan menjadi faktor yang mendorong pemilik usaha terus menggunakan layanan keuangan formal.

Namun demikian, bedasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pemilik usaha belum memanfaatkan produk investasi dan asuransi dalam mengelola usahanya. Hal tersebut disebabkan karena fokus utama pemilik usaha masih pada pengembangan operasional dan pemenuhan kebutuhan usaha sehari-hari. Meskipun demikian, kondisi tersebut tidak mengurangi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

tingakat akses usaha terhadap layanan keuangan formal yang telah dimanfaatkan melalui rekening bank dan fasilitas pembiayaan.

2. Analisis Sistem Pemasaran pada Usaha Fitri Souvenir

Bedasarkan hasil wawancara, sistem pemasaran yang diterapkan oleh Fitri Souvenir dilakukan melalui pemasaran langsung dan pemasaran digital. Pemilik usaha memasarkan produk kepada pelanggan yang datang langsung ke lokasi usaha serta memanfaatkan media sosial sebagai saranan promosi pada produk yang dijualnya. Penggunaan media sosial membantu usaha dalam menjangkau konsumen yang lebih luas lagi, baik itu dari luar Aceh maupun dari luar negeri.

Dari aspek produk, Fitri Souvenir menawarkan berbagai jenis kerajinan kasab khas Aceh yang memiliki nilai budaya dan estetika tersendiri. Variasi produk yang dihasilkan menjadi dalah satu daya tarik bagi konsumen sehingga mampu meningkatkan minat pembelian.

Pada aspek harga, penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi, tingkat kesulitan pembuatan produk, dan kondisi pasar. Harga yang ditetapkan dinilai sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan sehingga dapat diterima oleh konsumen.

Selanjutnya, pada aspek promosi, pemilik usaha secara aktif memperkenalkan produk melalui media sosial dan promosi dari mulut ke mulut. Strategi promosi tersebut terbukti membantu meingkatkan jumlah pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

pada aspek tempat, produk tidak hanya dijual secara langsung di lokasi usaha, tetapi juga dipasarkan kepada pelanggan dari berbagai daerah melalui sistem pemesanan. hal ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang diterapkan telah mendukung perkembangan usaha dan meningkatkan peluang penjualan produk.

3. Analisis Perkembangan dan Keberlanjutan Usaha Fitri Souvenir

Bedasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, perkembangan pada usaha Fitri Souvenir dapat dilihat dari peningkatan omset usaha, bertambahnya jumlah pelanggan, serta kemampuan usaha untuk

mempertahankan aktivitas produksinya hingga saat ini. Peningkatan permintaan terhadap produk kerajinan kasab menunjukkan bahwa usaha memiliki daya saing dan mampu memenuhi kebutuhan permintaan konsumen.

Selain itu, pada usaha ini juga memberikan dampak terhadap penyerapan tenaga kerja, keterlibatan tenaga kerja dalam proses produksi menunjukkan bahwa perkembangan usaha tidak hanya memberikan manfaat bagi pemilik usaha saja, tetapi juga bagi masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan pekerjaan bagi ibu rumah tangga.

Dari sisi keberlanjutan, Fitri Souvenir terus berupaya mempertahankan kualitas produk dan menyesuaikan ciri khas budaya Aceh. Kemampuan beradaptasi terhadap perubahan permintaan konsumen menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Dengan demikian, perkembangan usaha yang ditandai oleh peningkatkan omset, pertumbuhan pelanggan, dan keberlangsungan kegiatan produksi menunjukkan bahwa Fitri Souvenir memiliki prospek yang baik terus berkembangan dimasa yang mendatang.

4. Analisis Pelestarian Budaya pada Usaha Fitri Souvenir

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, Fitri Souvenir memiliki kontribusi yang signifikan dalam upaya pelestarian kerajinan kasab. Produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetap juga mengandung nilai budaya yang mencerminkan indentitas masyarakat Aceh.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Pelestarian budaya dilakukan dengan tetap mempertahankan motif, teknik, dan unsur khas kasab dalam setiap produk yang dihasilkan. Melalui kegiatan produksi tersebut, warisan budaya lokal dapat terus diperkenalkan kepada masyarakat luas, termasuk wisatawan yang berkunjung ke Aceh.

Selain itu, keterlibatan tenaga kerja dalam proses pembuatan kasab turut berperan dalam menjaga keberlangsungan keterampilan tradisional yang diwariskan secara turun-menurun. Dengan adanya proses pengetahuan

dan keterampilan kepada generasi berikutnya, budaya kasab dapat terus dilestarikan dan tidak mengalami kepunahan.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kasab yang memberikan dampak positif terhadap upaya pelestarian budaya. Semakin banyak produk kasab yang diperoleh dan dipasarkan, semakin besar pula peluang budaya lokal untuk dikenal dan dihargai oleh masyarakat. Oleh karena itu, keberadaan Fitri Souvenir tidak hanya berfungsi sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya Aceh melalui pemanfaatan kerajinan kasab sebagai produk unggulan daerah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Peran Inklusi Keuangan dalam Pengembangan Usaha Fitri Souvenir

Pada aspek inklusi keuangan, indikator akses terhadap layanan keuangan telah terpenuhi. Hal ini ditunjukkan dengan kepemilikan rekening bank, kemudahan dalam melakukan transaksi digital, dan adanya akses terhadap pembiayaan usaha. Pada indikator penggunaan layanan keuangan juga telah terpenuhi melalui pemanfaatan transfer bank dan pembayaran digital dalam kegiatan usaha. Namun, pada indikator produk keuangan lain seperti asuransi dan investasi dalam usaha belum terpenuhi secara optimal karena pelaku usaha belum memanfaatkan layanan tersebut. Selain itu, pemahamanan terkait perlindungan konsumen dan manajemen rasiko keuangan masih perlu ditingkatkan lagi. Dengan demikian, inklusi keuangan berperan dalam mendukung permodalan, efisiensi produksi, kemudahan transaksi, dan perkembangan usaha kerajinan kasab pada usaha Fitri Souvenir.

2. Sistem Pemasaran UMKM Fitri Souvenir dalam Memperluas Jangkauan Pasar

Pada aspek sistem pemasaran, indikator produk, harga, promosi, dan distribusi telah terpenuhi. Produk kasab yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan variasi yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan dan generasi. Penetapan harga dilakukan berdasarkan kualitas produk dan tingkat kesulitan dalam pengerjaan. Promosi telah dilakukan melalui media sosial dan pemasaran dari mulut ke mulur, sedangkan distribusi produk dilakukan secara langsung maupun melalui pemesanan online. Meskipun demikian, pemanfaatan strategi pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

digital yang lebih luas dan terencana masih belum optimal sehingga menjadi aspek yang perlu dikembangkan lagi.

3. **Pengembangan dan Keberlanjutan Usaha Kerajinan Kasab Fitri Souvenir**

Pada aspek perkembangan dan keberlanjutan usaha, indikator omset, tenaga kerja, dan perumbuhan perlanggan terpenuhi. Usaha Fitri Souvenir mampu mempertahankan eksistensinya dan terus menghasilkan produk yang diminati konsumen. Selain itu, usaha ini juga mampu menyesuaikan produk dengan perkembangan tren pasar sehingga dapat menarik minat berbagai kalangan, termasuk generasi muda. Dengan demikian, pengembangan dan keberlanjutan usaha ini termasuk terus berkembangan saat awal pertama didirikan hingga sekarang karena pertumbuhan omset terus berkembang, tenaga kerja berkembanga dikarenakan rutin dilakukan pelatihan kerja dan pembeli terus menambah dari tahun ketahun karena adanya inovasi pada produk yang dijual oleh Fitri Souvenir.

4. **Peran Budaya Lokal terhadap Pelestarian Budaya pada Usaha Fitri Souvenir**

Usaha kerajinan kasab Fitri souvenir memiliki peran besar dalam melestarikan budaya lokal Aceh, khususnya kasab di Kabupaten Pidie. Berdirinya usaha ini dilatar belakangi oleh keinginan pemilik untuk menghidupkan kembali kerajinan kasab yang hampir punah pasca tsunami pada tahun 2004. Produk kasab yang dihasilkan memiliki berbagai motif yang mengandung nilai filosofi budaya Aceh, seperti simbol kepemimpinan, ulama, rakyat, keberanian, spiritual, dan kesuburan tanah Pidie. Selain mempertahankan motif tradisional, Fitri souvenir juga melakukan inovasi pada desain budaya agar tetap diminati oleh berbagai generasi.

Melalui pemasaran yang luas hingga keluar negeri, Fitri souvenir turut memperkenalkan budaya Aceh kepada masyarakat nasional dan internasional. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya berfungsi sebagai

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya lokal Aceh agar tetap dikenal oleh generasi penerus.

B. Saran

1. Bagi Pemilik Usaha Fitri Souvenir

Diharapkan Fitri souvenir terus mempertahankan kualitas produk dan terus melakukan inovasi desain agar produk kasab tetap dimani oleh berbagai generasi. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan *marketplace* perlu terus ditingkatkan agar pemesanan produk semakin banyak dari luas Aceh hingga luar negeri. Diharapkan kepada pemilik usaha agar menambahkan produknya di shopee dan keranjang kuning ditiktok serta untuk mengambilan vidio atau gambar diharapkan vidio atau gambar yang di ambil bisa lebih menarik lagi, Pemilik usaha juga diharapkan dapat meningkatkan pelatihan bagi karyawan, khususnya generasi muda, agar keterampilan membuat kerajinan kasab tetap terjaga dan budaya kasab tidak mengalami kepunahan di masa depan dan pemilik usaha diharapkan bisa mengukuti pameran kerajinan kasab ke luar negeri serta menggunakan Letter of Credit agar memudahkan proses transaksinya keluar negeri.

2. Bagi Masyarakat dan Generasi Muda.

Masyarakat dan generasi muda diharapkan dapat lebih mengenal, mencintai, dan menggunakan produk budaya lokal seperti kerajinan kasab Aceh agar budaya daerah tetap dilestarikan dan tidak hilang akibat perkembangan zaman. Dukungan masyarakat terhadap produk lokal juga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan pengrajin dan pelaku UMKM daerah.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapar mengembangkan penelitian mengenai usaha kerajinan kasab dengan membahas yang lebih luas, seperti strategi digital marketing, pengaruh media sosial terhadap

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

peningkatan penjualan, pemberdayaan perempuan dalam UMKM kasab, maupun kontribusi UMKM budaya terhadap perekonomian daerah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

DAFTAR PUSTAKA

(LKJ), Laporan Kinerja. "Laporan Kinerja (LKJ) Dinas Koprasi, Usaha Kecil Dan Menengah Aceh Tahun 2024." (2024)

Abdullah, Musrizal, dan Muhammad Yanis. "Perberdayaan Kerajinan Tangan Dari Tempurug Kelapa Sebagai Media Ekspresi Kearif Santriwati." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (2024), 62–74.

Akhmad, Khabib Alia, Stmik Duta, Bangsa Surakarta, Keberadaan Usaha Mikro, and Menengah Umkm. "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kota Surakarta)." *duta.com* (2015), 43–54.

Anggela, M. "Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Kelompok Pengrajin Sulam Kasap Di Gampong Padang Kecamatan Manggeng Kabupaten Aceh Barat Daya." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. (2023). https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/26450/%0Ahttps://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/26450/1/Maya Anggela%2C 180404048%2C FDK%2C PMI%2C 082228394322.pdf.

Animan Andi Kafri, Indra Setiawan."Kajian Ikonografi Pada Sulaman Kasab Di Gampong Keubang Kecamatan Indra Jaya Kabupaten Pidie." *Gondang: Jurnal Seni dan Budaya* Vol. 5, No. 2 (2021).

Apriliani. "Penfaatan Rumah Produksi Kasab Sebagai Tempat Kreativitas Masyarakat (Studi Penelitian Di Gampong Lambhuk Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)." *UIN Ar- Raniry*, (2025).

Asyatun, Irma. "Regional Indonesia." *Jurnal Ilmiah*, 2018).

Asyifah Fauzah Delfira, Putri Yuliarman, Muhammad Baihaqi, dan Muhammad Baihaqi. "Analisis Permasalahan Perkembangan UMKM Terhadap Perekonomian Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 4(1), (2025). doi:10.58192/ebismen.v4i1.3184.

Ayem, Sri, dan Nanda Rachma Hernindya. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Keberlangsungan Usaha Umkm.” 13(2) (2025): 82–90.

Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh. “Ekonomi Aceh Triwulan I-2025 Tumbuh 4,59 Persen (y-on-Y).” (2025) https://aceh.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/05/1125/ekonomi-aceh-triwulan-i-2025-tumbuh-4-59-persen--y-on-y-.html .

Bungin, Burhan. "*Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*." (2020) Jakarta: Kencana.

D. Iwan Riswandi, Arie Fitria. “Sustainable Development, Networks, Financial Inclusion, And Market Competitiveness: A Holistic View Of Indonesian Msmes.” *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 6: 1315–34, (2024).

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh. “Laporan Tahunan Program Pengembangan UMKM Dan Kerajinan Tradisional.” (2023).

Dwi Arini Nursansiwi, Endang Kartini, Baiq Desthania Prathama, Armiani. “Jurnal Pengabdian Masyarakat (Pengamas) Branding Of Msme Products Based On Local Wisdom : Digital Strategy To Highlight The Cultural Stories Of West Lombok Branding Produk Umkm Berbasis Kearifan Lokal : Strategi Digital.” *J*urnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS) Vol 2 (1) (2025) *: 550-559* 2(1): 550–59.

Erwan Sastrawan, Juliana Kadang, Aldo Almando Parengkuan. “Memperluas Jangkauan Pasar Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Coffee & Space.” *Indonesia Journal of Multidiciplianry on Social and Technology* 1(1), (2023), 42–49.

Fitriani. 2025. “Wawancara Dengan Pemilik Usaha Fitri Souvenir Jumlah Tanaga Kerja.”

Hamsiani, Hamsiani, La Ode Turi, and Niar Astaginy. “Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm (Studi Kasus Pada UMKM Di Kelurahan Anaiwoi).” *Jurnal Akuntansi Kompetif* 8(2): (2025), 527–36. doi:10.35446/akuntansikompetif.v8i2.2227.

Hamzah, Zulfadli, and Astri Ayu Purwati. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 3(1): (2019), 98–105.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

doi:10.31539/costing.v3i1.846.

Indonesia, Bank. *Pedoman Pengembangan Ekonomi Dan Keuangan Inklusif Berbasis Kelompok Subsistem*. ed. Perry Warjiyo. (2023), Jakarta.

Ismi, Diva Rizki, Zulfa Razi, and Ilal Mahdi. "Pengembangan Aplikasi Manajemen Keuangan Milik Umkm E-Commerce Di Kabupaten Pidie Berbasis Android." *Jurnal Literasi Informatika* 4(1): (2025).

Jalil, Hasbul. "Eksistwnsi Kerajinan Kasab (Sulaman Benang Emas Khas Aceh) Di Kecamatan Samadua Kabupaten Aceh Selatan." *Jurnal Pendidikan Geosfer* Khusus MBK(Nomor 3), (2024).

Khalsiah. "Pengaruh Inovasi Pemasaran Umkm Kerajinan Berbasis Digital Di Daerah Aceh." *Proceeding seminar nasional peningkatan kapabilitas UMKM dalam mewujudkan UMKM naik kelas*: (2018), 430.

Kota, D I, Amuntai Kab, Studi Kasus, Pada Umkm, Furniture Kayu, dan Bpk H Majid. "Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Amuntai Kab. HSU (Studi Kasus Pada UMKM Furniture Kayu Bpk. H. Majid)." *Inovatif* 4(1), (2022), 27–34.

Mardiah, Ainil, Johni Eka Putra, Tio Devilishanti, Luthoi Nuraini, dan Muh Aksa. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Yang Didirikan Oleh Mahasiswa." *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 6(1, (2025), 708–18.

Mulyana, Agus, dan Hanhan Wijaya. "Perancangan E-Payment System Pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android." *Komputika : Jurnal Sistem Komputer* 7(2), (2018), 63–69. doi:10.34010/komputika.v7i2.1511.

Musthafa, Nurul Qhatami, dan Wawan Darmawan. "SOSIAL HORIZON Jurnal Pendidikan Sosial." *Jurnal Pendidikan Sosial* 11(2), (2024), 219–30. doi:10.31571/sosial.v11i2.7293.

Nathasya, Sri, Br Sitepu, Krismi Budi Sienatra, and Monika Teguh. 2024. "Pelatihan Kewirausahaan Dan Sistem Pemasaran Online Kepada Pelaku UMKM Kecamatan Pakal , Kota Surabaya." *Jurnal Pengabdian Nusantara* 8(1), (2024), 257–67.

Nisa, Chairatin. "Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Syari'ah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Kecamatan Banda Raya Kota Banda Aceh).” *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*, (2023).

OJK. 2022. “Survei Nasional Literasi Dan Inklusi 2022.” *Siaran Pers*: 1–3. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2019.aspx#:~:text=Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan,inklusi keuangan 76%2C19%25.

Otoritas Jasa Keuangan. “Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31 /Seojk.07/2017 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Dalam Rangka Meningkatkan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan.” *Otoritas Jasa Keuangan (OJK)*: 9–25, (2017).

Prasetra, Agung. “Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023.”, (2023).

Roberto Akyuwen & Jaka Waskito. "*Memahami Inklusi Keuangan*". Pradiastut. ed. Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Anggota IKAPI 077/ DIY/ 2012. Yogyakarta. (2018), https://repository.upstegal.ac.id/59/1/buku memahami inklusi keuangan.pdf .

Ruli, Mei, Ninin Hilmawati, Rohmawati Kusumaningtias, et al. “Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kecil Menengah.” *Barometer Riset Akuntasi dan Manajemen* 10(1), (2021).

Seliana, Rida Safuan. “Kerajinan Sulaman Benang Emas ‘Kasab Aceh’ (Kajian Terhadap Corak Dan Fungsinya Bagi Masyarakat Aceh".” *Proceedings of the National Academy of Sciences* 3(1), (2015). 1–15. http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10.

Setiawan, Lalu Hendri, and Wayan Budiastra. “Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKM AKA Di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor (Marketing Strategy Analysis of AKA’s UMKM Handmade Bags in

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH LHOKSEUMAWE

Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor).” *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat Juli* 2(5), (2020), 869–80.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv, (2022).

Surya, Eka Putri, Wening Patmi Rahayu, and Titis Shinta Dhewi. 2025. “Determinasi Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Umkm : A Systematic Literature Review (Slr).” 14(03), (2025), 1129–43.

Syahrani, Tiara, and Endar Pradesa. “Peran Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Dalam Meningkatkan Penggunaan Financial Technology Pada UMKM.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 4(3), (2023). 1003–10. doi:10.47065/ekuitas.v4i3.2985.

Tjahyadi, Indra, Hosnol Wafa, and Moh Zamroni. "Kajian Budaya Lokal *Kajian Budaya Lokal"*. (2019)

Ubaidillah*, Sri Wahyuni, Syarifah Yumaherni, Yuna Dernisa, Rina Septiana. “Upaya Menumbuhkan Rasa Kecintaan Siswa Terhadap Adat Dan Budaya Melalui Proyek Kearifan Lokal Menghias Payung Dalam Implementasi Kurikulum Merdeka Di MAN 2 Aceh Barat.” *Jurnal Global …* 2(6), (2025). https://jgi.internationaljournallabs.com/index.php/ji/article/view/197%0Ahttps://jgi.internationaljournallabs.com/index.php/ji/article/download/197/207.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. 2008. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.” (1).

Utama, Wahyu, and Slamet Hamid. “Transformasi Ekonomi Komunitas Melalui Inkubasi Usaha Kreatif Berbasis Budaya Lokal.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(4), (2025) 829–34.

Widyaningsih, Eka Nur, and Heri Widodo. “Meningkatkan Kinerja UMKM : Dampak Dari Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan.” *Journal Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat* 1(2), (2024), 1–17.

Interviews

Fitriani, Wawancara Pribadi. 9 Mei 2026.

Afifah, Wawancara Pribadi. 9 Mei 2026.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

Rusmiati, Wawancar Pribadi. 09 Mei 2026.

Faiza, Wawancar Pribadi. 11 Mei 2026.

Aisyaton, Wawancara Pribadi. 14 Mei 2026.

Hafeez, Wawancara Pribadi. 12 Mei 2026.

Anisa, Tria, Wawancar Pribadi. 12 Mei 2026.

Tajul, Muna, Wawancara Pribadi, 23 Mei 2026.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

PEDOMAN WAWANCARA

A. Partanyaan Wawancara Kepada Pemilik Usaha

1. Kapan dan Bagaimana awal berdirinya usaha Fitri Souvenir?
2. Berapa modal awal dalam membangun usaha Fitri Souvenir dan apakah ada bantuan modal ataupun pembiayaan kepada lembaga keuangan dalam proses perkembangan usaha ini?
3. Bagaimana cara mementukan harga jual produk dan berapa omset pertahun yang di dapat dari usaha Fitri Souvenir ini?
4. Bagaimana peran Bank atau layanan keungan terhadap permbangan usaha dan apakah dalam menggunakan layanan keuangan perbankan ada kendala dalam mengaksesnya?
5. Layanan keuangan formal apa yang digunakan dalam membantu transaksi kepada pelanggan?
6. Bagaimana cara memasarkan produk kasab untuk memperluaskan pemasaran produk tersebut?
7. Berapa total karyawan yang diperkerjakan dalam usaha kasab ini?
8. Apakah produk kasab ini dapat dimintin pada semua generasi dan semua kalangan?
9. Produk apa saja yang dijual dan berapa harga-harga yang dijual pada usaha Fitri Souvenir ini?
10. Bagaimana cara menjaga kualitas dan perubahan permintaan pasar dan teknologi yang berkembang pesat ini?
11. Apakah setiap motif dan bentuk yang dijual pada usaha Fitri Souvenir ini memiliki filosifi tertentu?

B. Pertanyaan Wawancara Kepada Bendahara dan Administrasi Usaha.

1. Sudah berapa lama bekerja di Fitri Souvenir ini?
2. Apakah dalam proses menjual produk ini menggunakan transaksi digital dalam pembelian bahan baku dan proses transaksi kepada pelanggan?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

3. Apakah ada laporan keuangan disetiap bulannya atau tahunnya?
4. Apakah jumlah pelanggan meningkat setiap tahunnya dan apakah ada pelanggan tetap dalam usaha Fitri Souvenir ini?
5. Seberapa efektifnya menggunakan media sosial dalam sistem pemasaran hasil produk yang dijual pada usaha ini?
6. Apakah usaha ini megikuti kegiatan budaya atau pameran UMKM yang diadakan oleh pemerintah setempat?

C. Pertanyaan Wawancara Kepada Karyawan Usaha.

1. Sudah berapa lama bekerja di Fitri Souvenir ini?
2. Bagaimana perkembangan usaha yang dirasakan selama bekerja?
3. Apaah ada inovasi baru dalam desain ataupun motif pada produk kerajinan yang dijual?
4. Apakah karyawan mendapatkan pelatihan kerja?
5. Apakah bangga ikut melestarikan budaya kasab Aceh?

D. Pertanyaan Wawancara Kepada Pembeli.

1. Darimana anda mengetahui produk Fitri Souvenir ini?
2. Bagaimana pendapat anda terkait tentang kualitas produk yang dijual?
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Fitri Souvenir ini?
4. Apakah harga produk sebanding dengan kualitas produk Fitri Souvenir?
5. Apakah anda tertarik untuk membeli kembali produk kasab ini?
6. Apakah dalam proses transaksi pada pembelian produk ini anda menggunakan layanan keuangan formal seperti transfer atau Qris?
7. Menurut anda apakah usaha ini membantu melestarikan budaya dan apa harapan anda terhadap perkembangan produk kasab dimasa depan?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

DOKUMENTASI



Tempat Usaha Fitri Souvenir



Foto Bersama Pemilik dan Karyawan



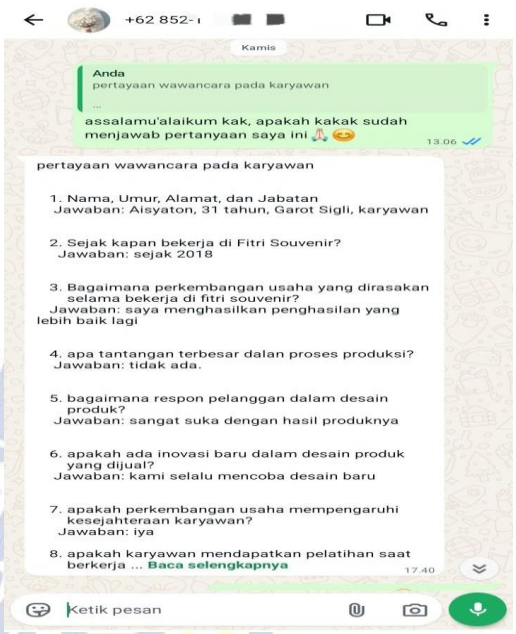
Wawancara dengan Pemilik Usaha



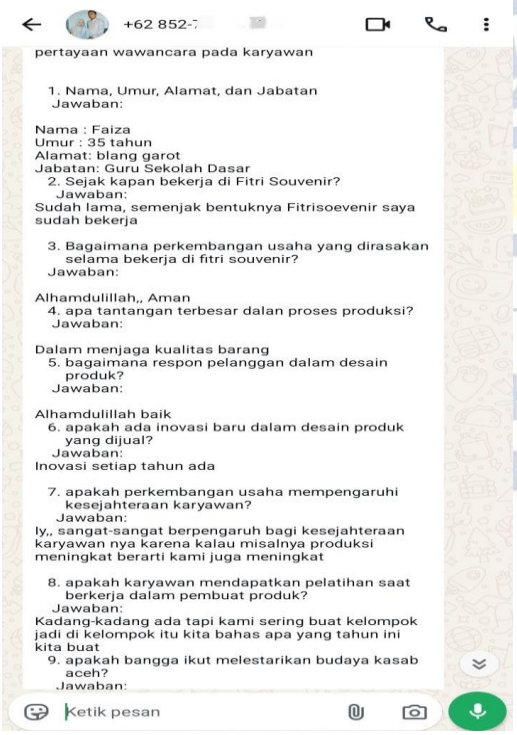
Wawancara dengan Bendahara dan Admin



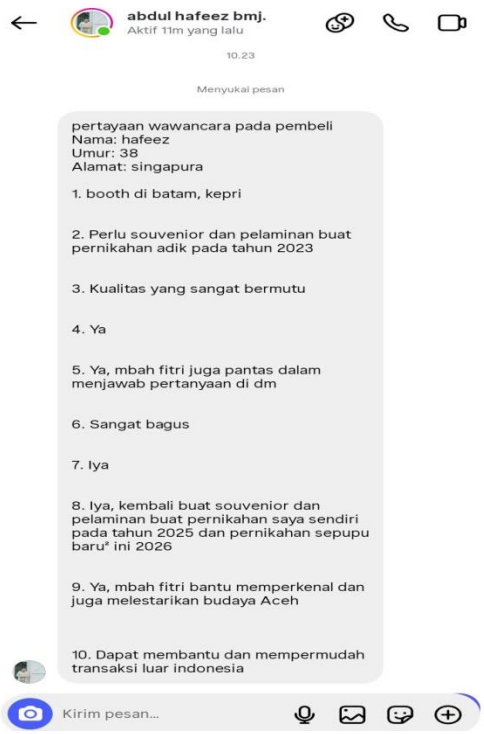
Wawancara dengan Karyawan Survei Barang Bernama Rusmiati



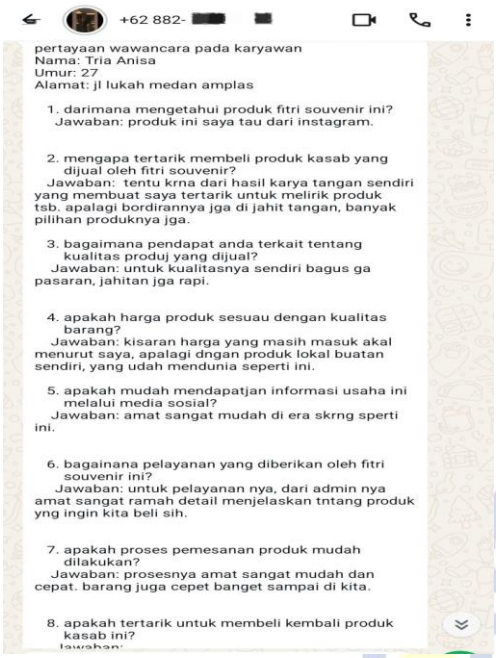
Wawancara dengan Karyawan Bernama Aisyaton



Wawancara dengan Karyawan Bernama Faiza



Wawancara dengan Konsumen Singapura Bernama Hafeez



Wawancara dengan Konsumen Medan Bernama Tria Anisa



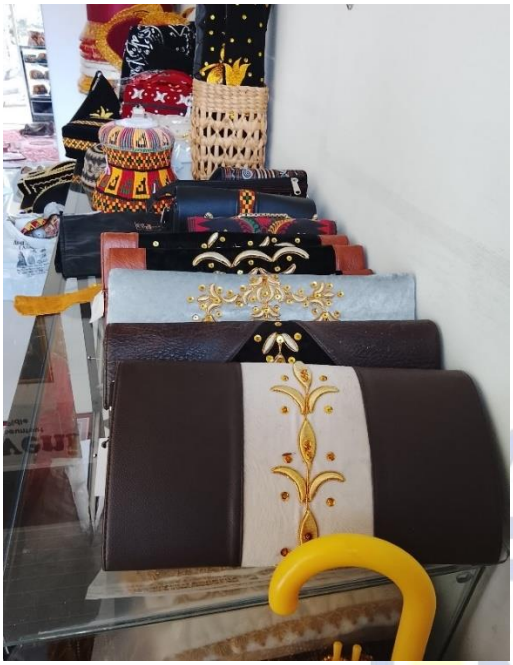
Bajee Sikhan Kupak (Baju Meukasah)



Outer Wanita



Baju Meukasah



Dompet Panjang Wanita



Gantungan Kunci dari Kain Perca



Kipas Pengantin Aceh



Kopiah Meukeutop



Kopiah Riman



Kotak Tisu Motif Gayo



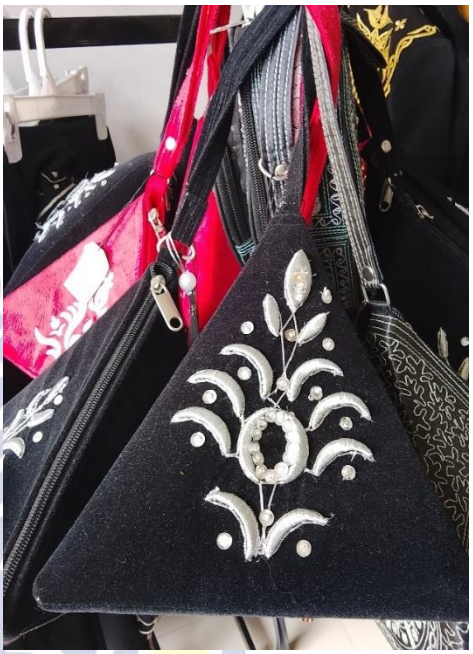
Kuluk (Sanggul Hijan Pengantin)



Payung Pengantin



Sange



Tas Kerucut



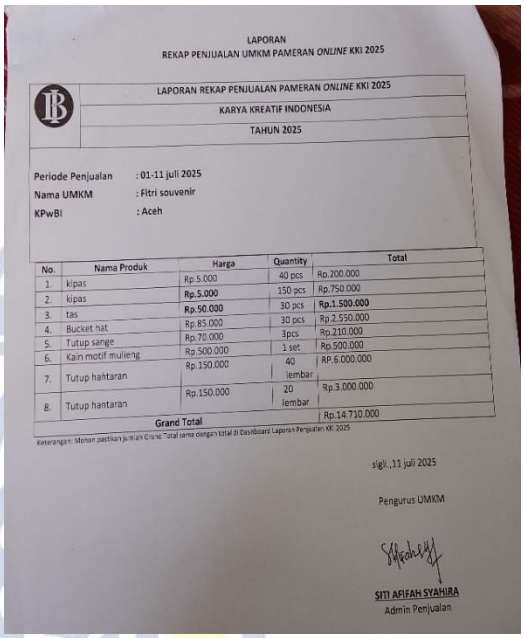
Tas Wanita



Penghargaan Stand Terbaik



Penghargaan Anugerah Budaya



LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 01-11 juli 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	kipas	Rp.5.000	40 pcs	Rp.200.000
2.	kipas	**Rp.5.000**	150 pcs	Rp.750.000
3.	tas	**Rp.50.000**	30 pcs	**Rp.1.500.000**
4.	Bucket hat	Rp.85.000	30 pcs	Rp.2.550.000
5.	Tutup serige	Rp.70.000	3pcs	Rp.210.000
6.	Kain motif mulieng	Rp.500.000	1 set	Rp.500.000
7.	Tutup hahtaran	Rp.150.000	40 lembar	RP.6.000.000
8.	Tutup hantaran	Rp.150.000	20 lembar	Rp.3.000.000
Grand Total				Rp.14.710.000

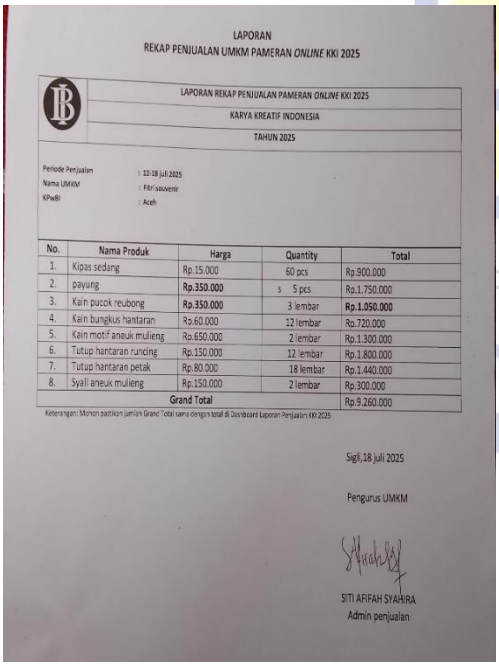
Keterangan: Mohon pastikan jumlah Grand Total sama dengan total di Dashboard Laporan Penjualan KKI 2025

sigli, 11 juli 2025

Pengurus UMKM

SITI AFIFAH SYAHIRA
Admin Penjualan

Laporan Keuangan Tanggal 01-11 Juli 2025



LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 12-18 juli 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Kipas sedang	Rp.15.000	60 pcs	Rp.900.000
2.	payung	**Rp.350.000**	5 pcs	Rp.1.750.000
3.	Kain pucok reubong	**Rp.350.000**	3 lembar	**Rp.1.050.000**
4.	Kain bungkus hantaran	Rp.60.000	12 lembar	Rp.720.000
5.	Kain motif aneuk mulieng	Rp.650.000	2 lembar	Rp.1.300.000
6.	Tutup hantaran runcing	Rp.150.000	12 lembar	Rp.1.800.000
7.	Tutup hantaran petak	Rp.80.000	18 lembar	Rp.1.440.000
8.	Syall aneuk mulieng	Rp.150.000	2 lembar	Rp.300.000
Grand Total				Rp.9.260.000

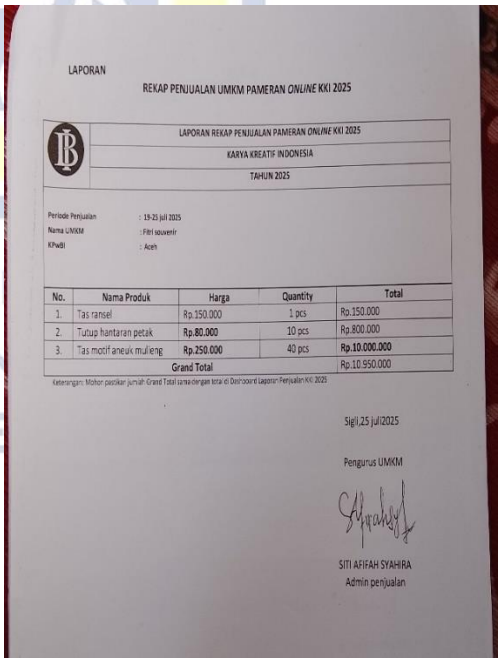
Keterangan: Mohon pastikan jumlah Grand Total sama dengan total di Dashboard Laporan Penjualan KKI 2025

Sigli,18 juli 2025

Pengurus UMKM

SITI AFIFAH SYAHIRA
Admin penjualan

Laporan Keuangan Tanggal 12- 18 Juli 2025



LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 19-25 juli 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Tas ransel	Rp.150.000	1 pcs	Rp.150.000
2.	Tutup hantaran petak	**Rp.80.000**	10 pcs	Rp.800.000
3.	Tas motif aneuk mulieng	**Rp.250.000**	40 pcs	**Rp.10.000.000**
Grand Total				Rp.10.950.000

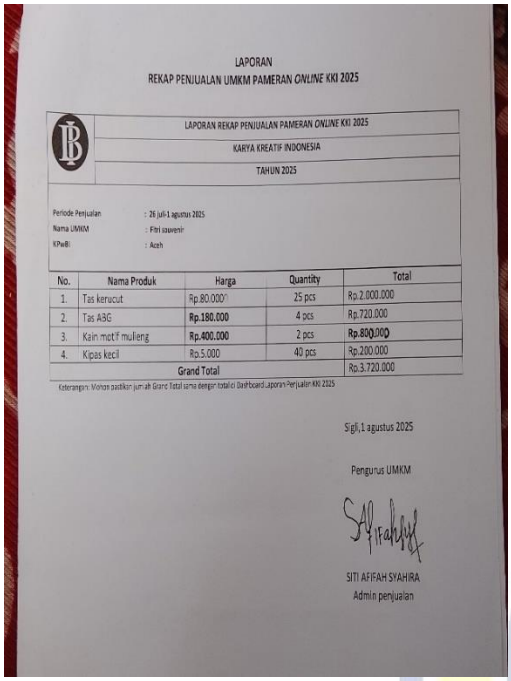
Keterangan: Mohon pastikan jumlah Grand Total sama dengan total di Dashboard Laporan Penjualan KKI 2025

Sigli,25 juli2025

Pengurus UMKM

SITI AFIFAH SYAHIRA
Admin penjualan

Laporan Keuangan Tanggal 19- 25 Juli 2025



LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 26 juli-1 agustus 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Tas kerucut	Rp.80.000	25 pcs	Rp.2.000.000
2.	Tas A3G	Rp.180.000	4 pcs	Rp.720.000
3.	Kain motif mulieng	Rp.400.000	2 pcs	Rp.800.000
4.	Kipas kecil	Rp.5.000	40 pcs	Rp.200.000
	Grand Total			Rp.3.720.000

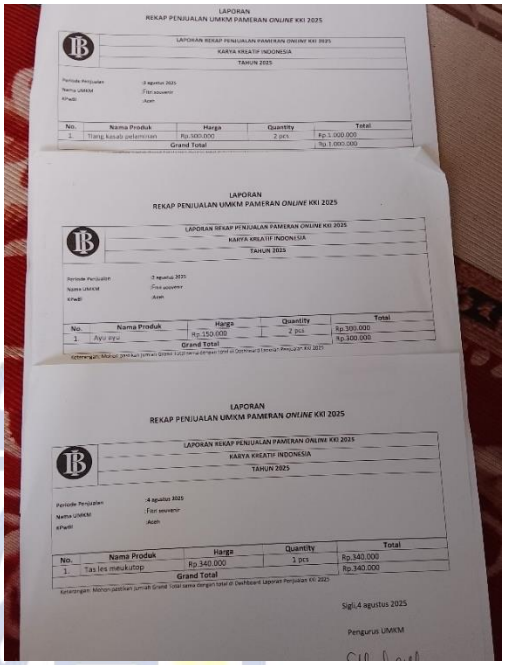
Keterangan: Mohon pastikan jumlah Grand Total sama dengan total di Dashboard Laporan Penjualan KKI 2025

Sigli,1 agustus 2025

Pengurus UMKM

SITI AFIFAH SYAHIRA
Admin penjualan

Laporan Keuangan Tanggal 26 Juli – 01 Agustus 2025



LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Ayu ayu	Rp.150.000	2 pcs	Rp.300.000
	Grand Total			Rp.300.000

LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 4 agustus 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

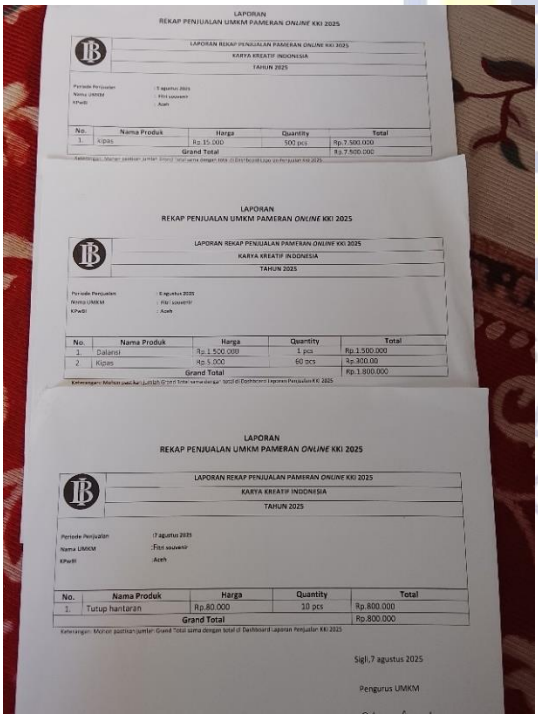
No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Tas les melukotop	Rp.340.000	1 pcs	Rp.340.000
	Grand Total			Rp.340.000

Keterangan: Mohon pastikan jumlah Grand Total sama dengan total di Dashboard Laporan Penjualan KKI 2025

Sigli,4 agustus 2025

Pengurus UMKM

Laporan Keuangan Tanggal 2, 3 dan 4 Agustus 2025



LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN ONLINE KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Kipas	Rp.35.000	500 pcs	Rp.7.500.000
	Grand Total			Rp.7.500.000

LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Dalansi	Rp.1.500.000	1 pcs	Rp.1.500.000
2.	Kipas	Rp.5.000	60 pcs	Rp.300.00
	Grand Total			Rp.1.800.000

LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 7 agustus 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

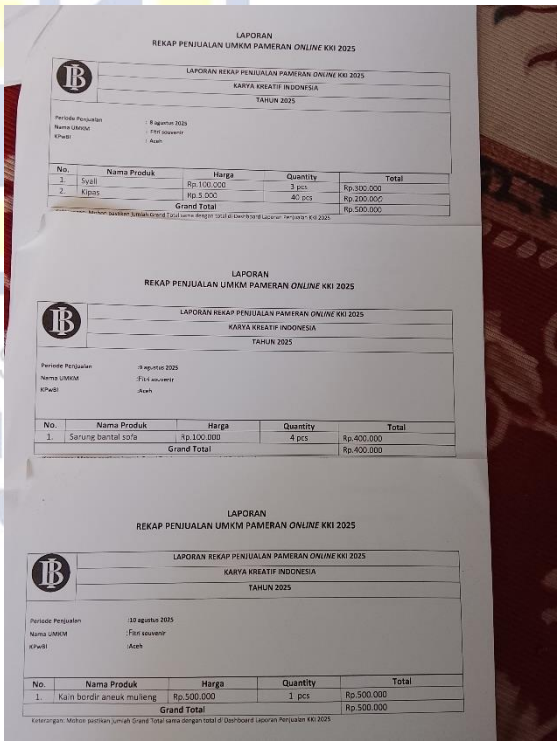
No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Tutup hantaran	Rp.80.000	10 pcs	Rp.800.000
	Grand Total			Rp.800.000

Keterangan: Mohon pastikan jumlah Grand Total sama dengan total di Dashboard Laporan Penjualan KKI 2025

Sigli,7 agustus 2025

Pengurus UMKM

Laporan Keuangan Tanggal 5, 6, dan 7 Agustus 2025



LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
2.	Syall	Rp.100.000	3 pcs	Rp.300.000
2.	Kipas	Rp.5.000	40 pcs	Rp.200.000
	Grand Total			Rp.500.000

LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 8 agustus 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Sarung bantal sofa	Rp.100.000	4 pcs	Rp.400.000
	Grand Total			Rp.400.000

LAPORAN
REKAP PENJUALAN UMKM PAMERAN *ONLINE* KKI 2025

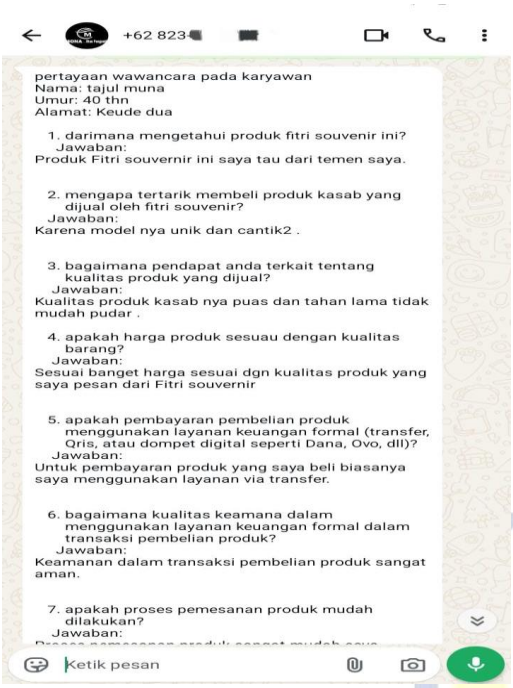
LAPORAN REKAP PENJUALAN PAMERAN *ONLINE* KKI 2025
KARYA KREATIF INDONESIA
TAHUN 2025

Periode Penjualan : 10 agustus 2025
Nama UMKM : Fitri souvenir
KPwBI : Aceh

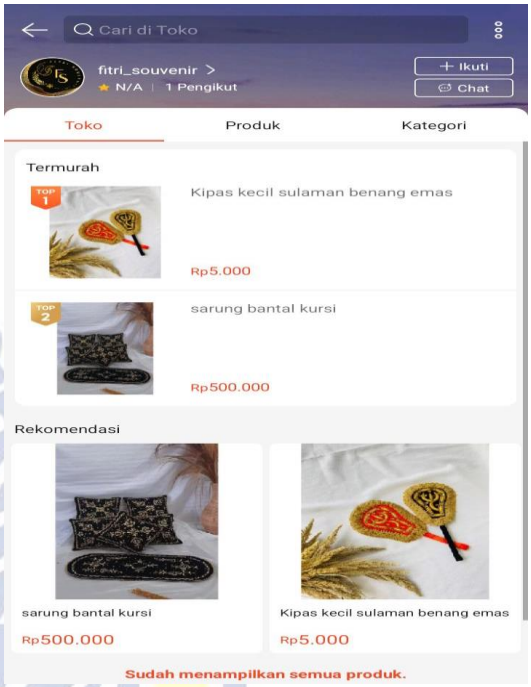
No.	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1.	Kain bordir aneuk mulieng	Rp.500.000	1 pcs	Rp.500.000
	Grand Total			Rp.500.000

Keterangan: Mohon pastikan jumlah Grand Total sama dengan total di Dashboard Laporan Penjualan KKI 2025

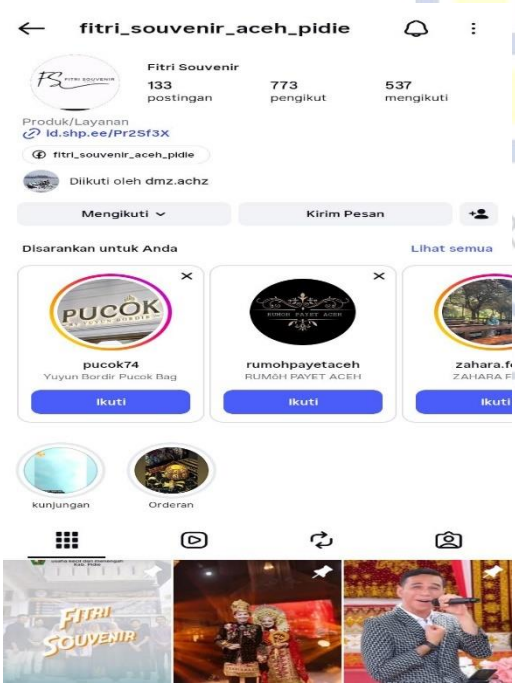
Laporan Keuangan Tanggal 8, 9, dan 10 Agustus 2025



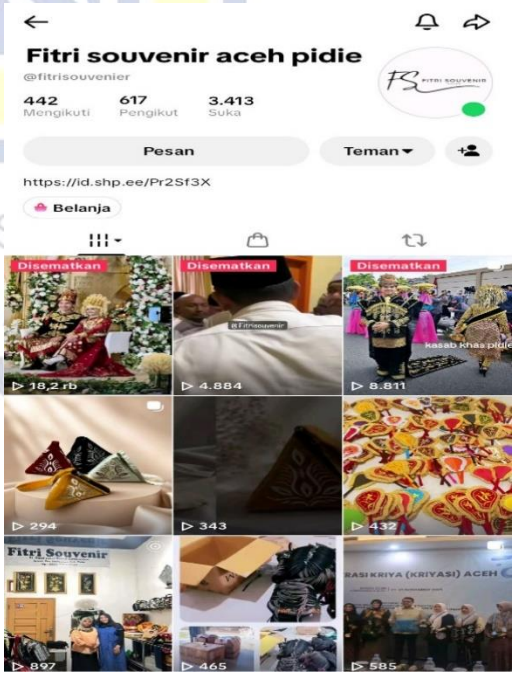
Wawancara dengan Konsumen Aceh



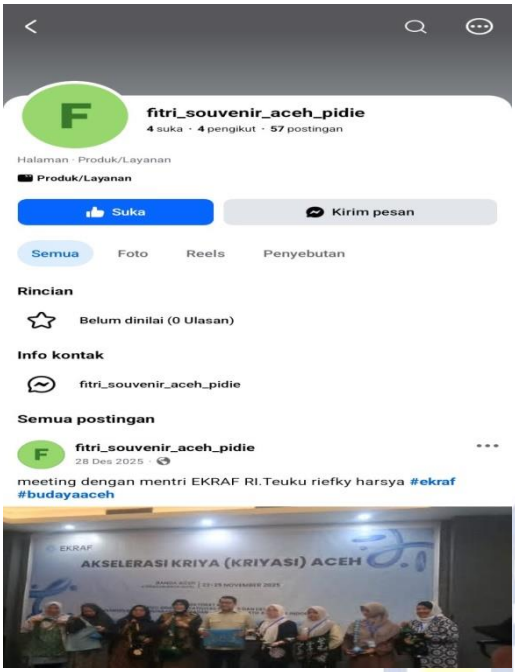
Shopee Fitri Souvenir



Media Sosial Instagram Fitri Souvenir



Media Sosial Tiktok Fitri Souvenir



Media Sosial Facebook Fitri Souvenir



Sertifikat Milik Fitri Souvenir

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas

Nama	: Naswa Sasmita
NIM/ Prodi	: 202242055/ Perbankan Syariah
Tempat dan Tanggal Lahir	: Sambirejo Timur, 24 Juli 2004
Email	: naswasasmita30@gmail.com
Nomor Hp	: 0823-4266-5161
Alamat	: Jl. Makmur Dusun V Dahlia, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Dali Serdang, Sumatra Utara

B. Pendidikan

SD	: MIS Bidayatul Hidayah
SMP	: MTS Parmiyatu Wassa'adah
SMA	: MAS Al- Washliyah 22 Tembung
Kuliah	: UIN Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe

C. Data Orang Tua

Nama Ayah	: Lily Suhairi
Tempat dan Tanggal Lahir	: -
Pekerjaan	: -
Agama	: Islam
Alamat	: -
Nama Ibu	: Rumilah
Tempat dan Tanggal Lahir	: Bandar Khalipah, 21 Juli 1968
Pekerjaan	: Konveksi/ Penjahit
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Makmur Dusun V Dahlia, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Dali Serdang, Sumatra Utara

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWE

SURAT KETERANGAN TES PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe menerangkan bahwa:

Nama	:	Naswa Sasmita
Tempat Tgl. Lahir	:	Sambirejo Timur, 24 Juli 2004
NIM	:	202242055
Semester	:	8 (delapan)
Jurusan	:	Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil cek plagiasi yang dilakukan pada tanggal 10 Agustus 2026, dengan ini Mahasiswa tersebut telah mencapai skor sebesar 35% Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Lhokseumawe, 10 Agustus 2026
Mengetahui
Ketua Prodi Perbankan Syariah

Juliana Putri, S.E.Sy., M.E.I.
NIP.198807222019032012

Naswa Sasmita

Skripsi Naswa Sasmita

Turnitin 2026

Document Details

Submission ID
trn:oid:::13286:147814909

Submission Date
Aug 10, 2026, 11:48 AM GMT+7

Download Date
Aug 10, 2026, 11:52 AM GMT+7

File Name
Skripsi Naswa Sasmita.pdf

File Size
4.5 MB

150 Pages

30,403 Words

201,801 Characters

35% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

25%		Internet sources
10%		Publications
20%		Submitted works (Student Papers)

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTANAH NAHRASIYAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Medan-B. Aceh Km.275 No.1, Alue Awe, Muara Dua, Kota Lhokseumawe Aceh
Telp./WA: 082118444436 / 085359789990; Kode Pos: 24351
Email: febi@uinsuna.ac.id Website: www.uinsuna.ac.id

Nomor : B - 494 /Un.35/D4.1/TL.00 /05/2026
Lamp : -
Hal : **Izin Penelitian Mahasiswa**

Kepada Yth,
Pimpinan Usaha Fitri Souvenir
di-
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Penyelesaian Tugas Akhir Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe, maka kami mohon dapat diberi Izin Penelitian kepada :

Nama : Naswa Sasmita
NIM : 202242055
Alamat : Jl. Makmur Dusun V Dahlia Desa Sambirejo Timur Kec. Percut Sei Tuan Kab. Deli Serdang, Sumatra Utara
Judul : Analisis Peran Inklusi Keuangan dan Sistem Pemasaran dalam Pengenbangan Usaha Kerajinan Kasab Khas Aceh (Studi Kasus Fitri Souvenir, Garot Cut Kec. Indra Jaya Kab. Pidie, Aceh)

Demikian Surat Izin ini diberikan atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Lhokseumawe, 04 Mei 2026
An. Dekan
Wakil Dekan I,

Munawar Rizki Jailani, Lc, M.Sh., Ph.D
NIP. 198607312020121002

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BBSrE).
Token : I8uj1X0u

Perihal : Konfirmasi Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe.

Dengan Hormat,

Berdasarkan surat nomor : B - 494/Un.35/D4.1/TL.00 /05/2026 tanggal 09 Mei 2026, perihal Mohon Bantuan Data Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi atas nama Mahasiswa/i:

Nama	: Naswa Sasmita
NIM	: 202242055
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Penelitian	: Analisis Peran Inklusi Keuangan dan Sistem Pemasaran dalam Pengembangan Usaha Kerajinan Kasab Khas Aceh (Studi Kasus Fitri Souvenir, Garot Cut, Kec. Indra Jaya, Kab. Pidie, Aceh).

Dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa/I tersebut di atas kami terima untuk melakukan penelitian di Fitri Souvenir. Demikian izin penelitian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pidie, 09 Mei 2026



Fitriani

Pemilik Fitri Souvenir