

ANALISIS PENGEMBANGAN TAROMPA UKIA MELALUI INOVASI PRODUK BERBASIS PRINSIP SYARIAH (Studi Kasus Pada Usaha Tarompa Ukia Di Jorong Iv Kampuang Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek)

Rahmi¹, Fatmi Asshifa Windy²

UIN Sejh M. Djamil Djambek Bukittinggi

E-Mail: rahmi@uinbukittinggi.ac.id¹, fatmiasshifawindy0222@gmail.com²

Abstrak – Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi Tarompa Ukia sebagai kerajinan tradisional Minangkabau yang memiliki nilai budaya dan ekonomi, namun saat ini mengalami penurunan daya saing akibat munculnya produk modern serta perubahan selera konsumen. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengrajin dapat mengembangkan produk secara inovatif tanpa menghilangkan identitas budaya serta tetap sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengembangan Tarompa Ukia melalui inovasi produk berbasis prinsip syariah pada pengrajin di Jorong IV Kampuang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam proses pengembangan Tarompa Ukia melalui inovasi produk berbasis prinsip syariah. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi terhadap pengrajin, konsumen, dan masyarakat sekitar, sedangkan analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai proses inovasi produk serta penerapan prinsip-prinsip syariah dalam pengembangan usaha Tarompa Ukia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk Tarompa Ukia dilakukan secara bertahap dan sederhana berdasarkan pengalaman pengrajin serta permintaan konsumen, dengan fokus pada peningkatan kualitas bahan baku, penambahan fitur ukiran seperti ukiran nama dan wajah, serta pengembangan variasi dan produk turunan, sementara desain tradisional tetap dipertahankan sebagai identitas budaya. Selain itu, pengrajin juga telah menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam proses pengembangan produk, yang tercermin dalam kejujuran dalam menyampaikan kualitas produk, amanah dalam memenuhi pesanan, keadilan dalam penetapan harga, serta orientasi pada kemaslahatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan Tarompa Ukia melalui inovasi produk berbasis prinsip syariah memiliki potensi untuk meningkatkan keberlanjutan usaha sekaligus melestarikan budaya lokal, meskipun masih memerlukan dukungan dalam aspek permodalan, pemasaran, dan pembinaan usaha agar daya saing produk dapat meningkat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Tarompa Ukia, Inovasi Produk, Produk Lokal, Prinsip Syariah, Kerajinan Tradisional.

Abstract – This study is motivated by the condition of Tarompa Ukia as a traditional Minangkabau craft that holds cultural and economic value; however, it is currently experiencing a decline in competitiveness due to the emergence of modern products and changing consumer preferences. The problem addressed in this study is how craftsmen can develop the product innovatively without losing its cultural identity while still adhering to sharia principles. Therefore, this research aims to analyze the development process of Tarompa Ukia through product innovation based on sharia principles among craftsmen in Jorong IV Kampuang, Nagari Kamang Hilia, Kamang Magek District. This study uses a descriptive qualitative approach to describe and deeply understand the process of developing Tarompa Ukia through product innovation based on sharia principles. Data collection was conducted through interviews and documentation involving craftsmen, consumers, and the surrounding community in Jorong IV Kampuang, Nagari Kamang Hilia, Kamang Magek District. The data obtained were analyzed descriptively through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing in order to obtain a comprehensive understanding of the product innovation process as well as the implementation of sharia principles in the development of the Tarompa Ukia business. The results show that product innovation in Tarompa Ukia is carried out gradually and simply based on the craftsmen's experience and consumer demand. The innovations focus on improving the quality of raw materials, adding carving features such as name and face engravings, and developing variations and derivative products, while the traditional design is maintained as a

cultural identity. In addition, craftsmen have also implemented sharia principles in the product development process, which are reflected in honesty in conveying product quality, trustworthiness in fulfilling orders, fairness in pricing, and an orientation toward public benefit (maslahah). This study concludes that the development of Tarompa Ukia through sharia-based product innovation has the potential to enhance business sustainability and preserve local culture, although it still requires support in terms of capital, marketing, and business development in order to sustainably increase the product's competitiveness.

Keywords: *Tarompa Ukia, Product Innovation, Local Products, Islamic Principles, Traditional Handicrafts.*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan keberagaman budaya memiliki kekayaan kerajinan tradisional yang mencerminkan kearifan lokal dan identitas bangsa. Kerajinan tradisional tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya dan pewarisan nilai leluhur. Dalam konteks pembangunan ekonomi nasional, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis karena kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto serta penyerapan tenaga kerja, sekaligus berperan dalam menjaga keberlanjutan budaya lokal melalui produk kreatif berbasis tradisi. Hal ini sejalan dengan pandangan ekonomi kreatif yang menempatkan inovasi dan nilai budaya sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Namun, di tengah arus globalisasi dan modernisasi, kerajinan tradisional menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan gaya hidup, masuknya produk industri massal dan impor, serta minimnya regenerasi pengrajin. Keterbatasan modal, rendahnya inovasi desain, dan strategi pemasaran yang belum optimal turut memperlemah daya saing UMKM kerajinan. Kondisi ini menuntut adanya upaya pelestarian dan pengembangan yang terencana melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia, perluasan akses pasar, serta dukungan pemerintah dan lembaga terkait agar kerajinan tradisional tetap eksis dan mampu bersaing di pasar global.

Inovasi produk menjadi strategi kunci dalam pengembangan usaha kerajinan tradisional untuk menyesuaikan diri dengan dinamika selera pasar. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pembaruan desain, fungsi, bahan, dan nilai guna produk secara berkelanjutan. Namun, dalam praktiknya, inovasi pada UMKM kerajinan masih cenderung bersifat sederhana dan inkremental, belum berbasis kebutuhan pasar, serta belum dilakukan secara terencana. Dalam perspektif ekonomi Islam, inovasi produk tidak hanya berorientasi pada peningkatan daya saing dan keuntungan usaha, tetapi juga diarahkan pada pencapaian kemaslahatan, kejujuran, keadilan, keberlanjutan, serta pelestarian budaya dan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial, sehingga pengembangan produk lokal seperti Tarompa Ukia menjadi wujud nyata *ihya' al-māl* dalam menghidupkan potensi ekonomi masyarakat yang bernilai keberkahan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf ayat 96:

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْفُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴿٩٦﴾

Artinya: “Dan sekiranya penduduk negeri beriman dan bertakwa, pasti kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi.”

Ayat ini menegaskan pentingnya mengelola potensi lokal dengan kejujuran, tanggung jawab, dan profesionalisme agar mendatangkan keberkahan bagi masyarakat. Tarompa Ukia merupakan salah satu kerajinan tradisional Minangkabau yang menghadapi tantangan tersebut. Meskipun memiliki nilai budaya tinggi, inovasi produk masih terbatas sehingga memengaruhi daya saing dan keberlanjutan usaha. Penurunan menunjukkan bahwa produk mengalami tantangan serius dari sisi pemasaran, promosi, dan kapasitas usaha.

Tabel 1 Data Penjualan

Tabel Data Penjualan (2016–2025) Tarompa Ukia				
Tahun	Penjualan (Rp)	Selisih	Persen %	Keterangan
2016	340.000	-	-	
2017	4.760.000	4.420.000	100%	
2018	7.796.000	3.036.000	63,78%	
2019	15.602.000	7.806.000	100%	
2020	27.500.000	11.898.000	76,26%	
2021	-	-	-	Catatan hilang
2022	19.455.000	-8.045.000	-29,25%	
2023	7.125.000	-12.330.000	-63,38%	
2024	9.595.000	2.470.0000	34,67%	
2025	4.535.000	-5.060.000	-52,74%	s.d. Me 2025

Sumber: Hasil Wawancara yang diolah oleh Penulis.

Berdasarkan tabel data penjualan Tarompa Ukia tahun 2016–2025, terlihat bahwa usaha mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2016 penjualan masih sangat rendah sebesar Rp 340.000, kemudian meningkat tajam pada tahun 2017 menjadi Rp 4.760.000 dengan kenaikan 100% (dibatasi), yang menunjukkan fase awal pertumbuhan usaha. Tren peningkatan berlanjut hingga mencapai puncaknya pada tahun 2020 sebesar Rp 27.500.000 dengan pertumbuhan 76,26%. Namun, pada tahun 2022 dan 2023 terjadi penurunan cukup drastis masing-masing sebesar -29,25% dan -63,38%, yang mengindikasikan adanya kendala dalam keberlanjutan usaha, baik dari sisi produksi, pemasaran, maupun permintaan pasar. Tahun 2024 menunjukkan adanya pemulihan dengan kenaikan 34,67%, sedangkan tahun 2025 (hingga Me) mengalami penurunan kembali sebesar -52,74%, meskipun data tersebut belum mencerminkan kondisi satu tahun penuh.

Data penjualan Tarompa Ukia menunjukkan fluktuasi yang signifikan sepanjang periode 2016–2025. Penjualan mengalami peningkatan tajam sejak 2017 dan mencapai puncaknya pada tahun 2020, namun setelah itu cenderung mengalami penurunan hingga tahun 2024, dengan capaian tahun 2025 yang masih relatif rendah hingga pertengahan tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa usaha Tarompa Ukia sempat mengalami pertumbuhan yang positif, tetapi kemudian menghadapi penurunan kinerja akibat faktor perubahan pasar, daya beli masyarakat, meningkatnya persaingan usaha, serta kendala internal yang dihadapi pengrajin.

Pengembangan Tarompa Ukia masih menghadapi berbagai kendala utama, seperti keterbatasan akses pasar, modal usaha, teknologi produksi, tenaga kerja terampil dan minimnya dukungan pemerintah daerah. Berdampak pada rendahnya kapasitas produksi dan terbatasnya inovasi produk meskipun pengrajin telah mulai memanfaatkan pemasaran digital. Tarompa Ukia memiliki potensi pengembangan melalui diversifikasi produk dengan harga yang kompetitif, sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis peluang dan tantangan pengembangan Tarompa Ukia melalui inovasi produk berbasis prinsip syariah guna meningkatkan daya saing, melestarikan nilai budaya Minangkabau, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

Harga produk bervariasi, mulai dari Rp 15.000 untuk gantungan kunci, Rp 35.000–Rp 80.000 untuk sandal ukir nama dan batik, hingga Rp 250.000 untuk sandal ukir wajah yang bersifat custom. Harga yang kompetitif dan desain yang unik menjadi potensi besar untuk menembus pasar wisata dan pasar seni nasional bila dikelola secara profesional. Meskipun memiliki potensi pasar yang besar, pengembangan Tarompa Ukia masih menghadapi berbagai tantangan, terutama aspek inovasi produk dan keberlanjutan usaha, sehingga perlu dikaji secara lebih mendalam.

Oleh karena itu, penelitian ini relevan dilakukan untuk menganalisis peluang dan tantangan pengembangan Tarompa Ukia sebagai produk ekonomi kreatif dan warisan budaya

Minangkabau agar tetap lestari, berdaya saing, dan memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat tanpa kehilangan nilai budayanya. Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan menuangkannya dalam bentuk proposal skripsi dengan judul “Analisis Pengembangan Tarompa Ukia Melalui Inovasi Produk Berbasis Prinsip Syariah (Studi Kasus pada Pengukir Tarompa Ukia di Jorong IV Kampuang Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek)”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder, di mana data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi proses produksi Tarompa Ukia untuk menggali informasi mengenai sejarah usaha, proses pembuatan, inovasi produk, serta penerapan nilai syariah, sedangkan data sekunder berasal dari arsip nagari, laporan UMKM, buku referensi, jurnal ilmiah, artikel, dan data statistik instansi terkait sebagai pendukung analisis. Penelitian dilaksanakan di Jorong IV Kampuang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek, yang dipilih karena masih mempertahankan tradisi ukiran khas Minangkabau.

Informan penelitian terdiri atas pengrajin Tarompa Ukia sebagai informan kunci serta tokoh adat, masyarakat setempat, dan konsumen sebagai informan pendukung. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis konten melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan mengelompokkan temuan ke dalam tema faktor internal dan eksternal, inovasi produk, nilai budaya, serta penerapan prinsip syariah guna memahami hubungan antara pengembangan Tarompa Ukia, pelestarian budaya lokal, dan keberlanjutan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, observasi lapangan, dan analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa pengembangan Tarompa Ukia merupakan proses yang berlangsung secara bertahap dan adaptif terhadap dinamika kebutuhan pasar, dengan tetap berlandaskan pada nilai budaya lokal dan prinsip-prinsip syariah. Inovasi produk menjadi strategi utama yang dilakukan pengrajin dalam mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan daya saing produk kerajinan tradisional di tengah perkembangan produk modern.

1. Proses Inovasi Produk dalam Pengembangan Tarompa Ukia

Proses inovasi produk Tarompa Ukia dilakukan sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi kerajinan tradisional sekaligus menyesuaikan diri dengan perkembangan kebutuhan dan selera pasar. Inovasi tidak dimaknai sebagai perubahan total terhadap bentuk dan nilai produk, melainkan sebagai pengembangan yang tetap berpijak pada identitas budaya lokal. Inovasi produk merupakan proses pengembangan ide baru atau modifikasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan nilai bagi konsumen tanpa menghilangkan karakter utama produk.

Proses inovasi produk Tarompa Ukia yang dilakukan oleh pengrajin di Jorong IV Kampuang pada dasarnya mencerminkan penerapan inovasi yang meliputi kualitas produk, variasi produk, dan desain produk. Namun, dalam praktiknya, inovasi tersebut berkembang secara alami berdasarkan pengalaman pengrajin dan kebutuhan konsumen, bukan berdasarkan konsep teoritis secara formal. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, proses inovasi produk Tarompa Ukia yang dilakukan oleh pengrajin di Jorong IV Kampuang dapat dijelaskan melalui tiga aspek utama, yaitu kualitas produk, variasi produk, dan desain produk. Penjelasan berikut disusun berdasarkan temuan empiris di lapangan, bukan pada pemaparan teori semata.

a. Kualitas Produk

Pengrajin Tarompa Ukia menekankan pentingnya pemilihan bahan baku karet yang kuat dan telah melalui proses pengeringan untuk menjaga ketahanan produk dan mencegah kerusakan. Kualitas menjadi perhatian utama karena Tarompa Ukia digunakan dalam jangka waktu lama serta sering dijadikan koleksi atau cendera mata, sehingga pengrajin tetap mempertahankan kerapian ukiran, kenyamanan penggunaan, dan daya tahan produk meskipun seluruh proses produksi masih dilakukan secara manual.

b. Variasi Produk

Inovasi Tarompa Ukia dilakukan dengan menyesuaikan permintaan dan selera konsumen melalui pengembangan berbagai variasi produk, seperti sandal ukir nama, sandal ukir wajah (custom), serta produk turunan berupa gantungan kunci dan souvenir. Penambahan variasi personalisasi berupa ukiran nama, motif tertentu, atau wajah tokoh bertujuan meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk sekaligus memperluas segmen pasar Tarompa Ukia.

c. Desain Produk

Berdasarkan hasil wawancara, pengrajin menyatakan bahwa inovasi Tarompa Ukia saat ini tidak difokuskan pada perubahan desain, melainkan pada upaya mempertahankan motif ukiran tradisional Minangkabau sebagai ciri khas utama produk. Unsur desain modern sengaja diminimalkan agar keaslian dan identitas budaya lokal tetap terjaga, sementara inovasi dilakukan melalui pengombinasian motif tradisional dengan variasi jenis produk sehingga Tarompa Ukia tetap relevan dengan kebutuhan pasar tanpa meninggalkan nilai tradisionalnya.

2. Proses Inovasi Produk Tarompa Ukia Ditinjau dari Prinsip Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, pengrajin Tarompa Ukia telah menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas usaha meskipun belum secara formal dan terkonsep. Prinsip kejujuran (al-shidq) tercermin dalam keterbukaan pengrajin dalam menyampaikan kualitas produk, bahan baku, serta waktu penyelesaian pesanan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab ayat 70:

وَأَرَادُوا بِكِ كَيْدًا فَجَعَلْنَاهُمْ الْأَخْسَرِينَ ٧٠

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

Ayat ini menegaskan bahwa kejujuran dalam transaksi merupakan prinsip fundamental dalam Islam yang membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen. Prinsip amanah dan keadilan (al-'adl) juga tercermin dalam penetapan harga produk. Pengrajin menetapkan harga berdasarkan tingkat kesulitan ukiran, bahan baku, dan waktu pengerjaan tanpa mengambil keuntungan berlebihan. Praktik ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠

90. Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran

Makna ayat ini menegaskan bahwa keadilan dalam aktivitas ekonomi merupakan perintah langsung dari Allah SWT. Selain itu, usaha Tarompa Ukia juga mencerminkan nilai masalah dan ihya' al-mal, yaitu menghidupkan potensi ekonomi lokal dan memberikan manfaat bagi keluarga serta masyarakat sekitar. Tidak ditemukan praktik gharar, tadlis, maupun riba dalam proses produksi dan transaksi. Hal ini sejalan dengan pandangan Antonio (2011) yang menyatakan bahwa bisnis syariah harus berorientasi pada keberkahan, keadilan, dan kemanfaatan sosial.

a. Prinsip Kejujuran (Al-Shidq)

Pengrajin Tarompa Ukia menerapkan prinsip kejujuran melalui keterbukaan dalam

menyampaikan informasi mengenai bahan baku, proses pembuatan, serta kualitas produk kepada konsumen. Kondisi dan tingkat ketahanan produk dijelaskan secara apa adanya tanpa dilebih-lebihkan, sehingga konsumen memperoleh informasi yang jelas sebelum melakukan pembelian. Penerapan prinsip kejujuran ini membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan hubungan jangka panjang antara pengrajin dan pelanggan. Selain itu, praktik tersebut sejalan dengan konsep kejujuran dalam ekonomi Islam yang menekankan transparansi serta larangan penipuan dalam setiap bentuk transaksi usaha.

Prinsip kejujuran tercermin dalam transparansi pengrajin mengenai bahan baku yang digunakan, seperti jenis kayu, karet alas sandal, serta kualitas cat atau pewarna ukiran. Pengrajin tidak mengklaim bahan premium apabila yang digunakan adalah bahan standar. Selain itu, jika terdapat keterbatasan kualitas atau keterlambatan produksi, pengrajin menyampaikannya secara terbuka kepada konsumen. Praktik ini menunjukkan komitmen terhadap nilai *shidq* dalam muamalah, yaitu menyampaikan informasi secara benar tanpa unsur penipuan (*gharar*).

b. Prinsip Amanah

Prinsip amanah tercermin dalam tanggung jawab dan kesungguhan pengrajin dalam memenuhi pesanan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Pengrajin berupaya menyelesaikan pesanan tepat waktu dan sesuai dengan spesifikasi yang diminta konsumen, serta menjaga kualitas produk meskipun proses produksi dilakukan secara manual dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Penerapan prinsip amanah ini menjadi landasan penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan mendukung keberlanjutan usaha Tarompa Ukia dalam perspektif syariah.

c. Prinsip Keadilan (*Al-'Adl*)

Dalam penetapan harga, pengrajin menerapkan prinsip keadilan dengan menyesuaikan harga berdasarkan bahan baku yang digunakan, tingkat kesulitan ukiran, serta waktu dan tenaga yang dibutuhkan dalam proses pengerjaan. Harga ditetapkan secara wajar sehingga tidak merugikan konsumen maupun pengrajin. Penetapan harga yang adil ini mencerminkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pengrajin dan konsumen, serta menunjukkan adanya keseimbangan kepentingan antara kedua belah pihak dalam aktivitas usaha Tarompa Ukia. Dalam pesanan ukiran nama atau motif tertentu, pengrajin menyelesaikan produk sesuai desain dan waktu yang telah disepakati. Apabila terjadi keterlambatan karena faktor cuaca atau ketersediaan bahan, pengrajin menghubungi pelanggan untuk meminta persetujuan. Sikap ini mencerminkan amanah, yakni menjaga kepercayaan konsumen dan memenuhi akad yang telah dibuat.

Penetapan harga dilakukan berdasarkan tingkat kesulitan ukiran, ukuran sandal, serta jenis bahan yang digunakan. Produk dengan ukiran lebih rumit memiliki harga lebih tinggi karena membutuhkan waktu dan ketelitian lebih besar. Dengan demikian, harga tidak ditentukan secara sewenang-wenang, melainkan proporsional terhadap biaya dan usaha produksi. Hal ini mencerminkan prinsip keadilan (*'adl*) dalam transaksi, yaitu tidak merugikan salah satu pihak.

d. Prinsip Maslahah

Inovasi produk Tarompa Ukia juga berorientasi pada kemaslahatan, baik bagi pengrajin maupun masyarakat sekitar. Penerapan prinsip maslahah tercermin dari manfaat usaha Tarompa Ukia yang dirasakan oleh pengrajin dan masyarakat sekitar, baik dari sisi ekonomi maupun pelestarian budaya lokal. Usaha ini membuka peluang kerja, melestarikan nilai budaya lokal, serta memberikan manfaat ekonomi bagi keluarga pengrajin. Dengan demikian, inovasi produk Tarompa Ukia tidak hanya berfokus pada keuntungan pribadi, tetapi juga pada manfaat sosial yang lebih luas dan kemaslahatan bersama. Produksi Tarompa Ukia tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga melestarikan budaya Minangkabau melalui motif ukiran tradisional. Selain itu, usaha ini membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar,

meskipun dalam skala kecil. Dengan demikian, usaha ini menghadirkan nilai kemaslahatan sosial dan budaya, bukan semata-mata profit oriented.

Analisis Pembahasan

Strategi pengembangan Tarompa Ukia dilakukan melalui inovasi produk yang bersifat bertahap dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Inovasi muncul dari pengalaman pengrajin dan respons langsung terhadap permintaan konsumen, terutama dalam pengembangan desain ukiran yang semakin variatif, seperti ukiran nama, wajah, motif adat, dan desain khusus. Selain itu, Tarompa Ukia tidak hanya dikembangkan sebagai alas kaki, tetapi juga sebagai produk souvenir dan hadiah personal. Inovasi ini berfungsi sebagai strategi mempertahankan eksistensi usaha sekaligus meningkatkan daya tarik produk tanpa menghilangkan identitas budaya Minangkabau. Hal ini tercermin dari perkembangan desain ukiran yang awalnya sederhana, kemudian menjadi lebih variatif seperti ukiran nama, wajah, motif adat, dan simbol tertentu sesuai pesanan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tarompa Ukia memiliki peluang pengembangan yang besar, terutama melalui sektor pariwisata, pasar souvenir, dan pemasaran digital. Keunikan produk berbasis budaya lokal menjadi keunggulan kompetitif yang didukung oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kerajinan bernilai seni. Namun, pengembangan usaha masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, teknologi produksi yang sederhana, kapasitas produksi yang rendah, minimnya tenaga kerja terampil, serta persaingan dengan produk pabrikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi produk memerlukan dukungan sumber daya, teknologi, dan sistem pengelolaan yang lebih memadai agar peluang yang ada dapat dimanfaatkan secara optimal.

Temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa inovasi produk Tarompa Ukia masih bersifat inkremental, berupa penyempurnaan desain, variasi produk, dan pengembangan fungsi tanpa perubahan signifikan pada bahan baku dan teknologi produksi. Proses produksi tetap bergantung pada keterampilan manual pengrajin, sehingga kapasitas produksi relatif terbatas. Di sisi lain, pengrajin telah menerapkan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, dan keadilan dalam praktik usaha, yang berdampak positif terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen. Secara keseluruhan, pengembangan Tarompa Ukia melalui inovasi produk berbasis prinsip syariah memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan usaha, namun masih memerlukan dukungan permodalan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, serta kebijakan pemerintah untuk mencapai pengembangan yang lebih optimal dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan Tarompa Ukia melalui inovasi produk berbasis prinsip syariah menunjukkan bahwa penerapan inovasi yang berorientasi pada kualitas, nilai budaya, dan etika syariah dapat mendukung keberlanjutan usaha kerajinan tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya berfungsi sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing produk, tetapi juga sebagai strategi untuk melestarikan identitas budaya lokal sekaligus menjaga nilai-nilai etika dalam praktik usaha. Dengan mengintegrasikan peningkatan kualitas produk, pelestarian budaya, serta penerapan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan orientasi pada kemaslahatan, para pengrajin mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pasar tanpa menghilangkan keaslian Tarompa Ukia sebagai kerajinan tradisional Minangkabau. Oleh karena itu, inovasi produk berbasis prinsip syariah dapat menjadi pendekatan penting dalam memperkuat keberlanjutan serta pengembangan industri kerajinan tradisional di masa mendatang.

1. Proses Inovasi Produk dalam Pengembangan Tarompa Ukia

Proses inovasi produk Tarompa Ukia di Jorong IV Kampuang dilakukan secara bertahap

berdasarkan pengalaman pengrajin dan kebutuhan pasar. Inovasi difokuskan pada peningkatan kualitas bahan dan proses produksi, penyesuaian fitur seperti ukiran nama dan wajah, serta pengembangan produk turunan, dengan tetap mempertahankan desain dan motif tradisional Minangkabau sebagai identitas budaya. Dengan demikian, inovasi yang dilakukan bersifat inkremental tanpa menghilangkan karakter tradisional Tarompa Ukia.

2. Penerapan Prinsip Syariah dalam Proses Inovasi Produk Tarompa Ukia

Penerapan prinsip syariah dalam pengembangan Tarompa Ukia telah dijalankan secara konsisten oleh pengrajin melalui kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, amanah dalam menjaga kualitas dan memenuhi pesanan, serta keadilan dalam penetapan harga sesuai proses produksi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Tarompa Ukia tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada nilai keberkahan dan kemaslahatan, sehingga berpotensi mendukung keberlanjutan usaha dan pelestarian budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2010). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012,). 36
- Ana Siti Labibah. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Produk. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(11), 31–35.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2011. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Bapak Jasrimal Akbar hasil wawancara langsung dengan pengrajin Tarompa Ukia, tanggal 15 September 2025, di Jorong IV Kampuang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid Al-Shariah*. Islamabad: International Institute of Islamic Thought.
- Kamali, M. H. (2008). *Shari'ah Law: An Introduction*. Oxford: Oneworld Publications.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education. 389-394
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*, (Bandung: ALFBETA, 2009), 37.
- Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi*, (Bandung; alfabeta, 2009), 4.
- Nugroho Setiadi, J. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta; Predana Media, 2003). 398-399.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management (New Jersey: Pearson Education, 2016)*, 379.
- Safarinda Imani dkk., *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 98–102.
- Suharto, E. (2015). *Pembangunan Masyarakat dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Refika Aditama
- Yulita, Satrio, A., Abdullah, R. Z., & Tegar, D. H. (2022). Strategi Inovatif Manajemen Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, Vol.1(No.2), 89–99.