

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Deskripsi Pustaka

##### 1. Ekonomi Kreatif

###### a. Devinisi Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas.<sup>1</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *ekonomi* merupakan ilmu mengenai azas-azas produksi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan.<sup>2</sup> Sementara *kreatif* merupakan kata serapan bahasa Inggris *creativity* (kreativitas) yang berarti kemampuan untuk menciptakan sesuatu<sup>3</sup>. Jadi, ekonomi kreatif merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang bernilai (menghasilkan uang).

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreativitas yang mengandalkan ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Sebagaimana Allah telah berfirman dalam Q.S. al-Baqarah ayat 219:

---

<sup>1</sup> Kementrian Perdagangan RI, *Blueprint Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Departemen Perdagangan RI: Jakarta, 2008, hlm. 1.

<sup>2</sup> Em Zul Fajri Dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ed.Revisi*, Diva Publisher, TT, hlm. 270.

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 489.

كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١٣﴾

Artinya: “demikianlah, Allah menerangkan kepadamu ayat-ayatnya, agar kamu berfikir”

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa sebenarnya Islam pun dalam hal kekreativitasan memberikan kelapangan pada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya (qalbu) dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup di dalamnya.

Dalam studi ekonomi dikenal adanya empat faktor produksi, yaitu:

- 1) Sumber daya alam,
- 2) Sumber daya manusia,
- 3) Modal (faktor utama), dan
- 4) Organisasi atau manajemen.

Sumber daya manusia merupakan faktor yang utama produksi yang memiliki ide, gagasan, dan pengetahuan dipadukan dengan informasi dapat membentuk ekonomi kreatif. Kreativitas merupakan kemampuan individu untuk menciptakan sesuatu yang bermanfaat.<sup>4</sup>

Menurut Suryana, dalam bukunya ekonomi kreatif menyebutkan bahwa, ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial.<sup>5</sup>

Dalam kajian ekonomi Islam juga dijelaskan bahwa sebuah ekonomi kreatif dihasilkan dari sebuah pengolahan dan pemanfaatan terhadap ketersediaan bahan alam di sekitar sebagaimana firman Allah dalam QS.Al-Luqman ayat 20:

---

<sup>4</sup> I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Ed.1,-Cet.1*, Rajawali Pers: Jakarta, 2015, hlm. 227.

<sup>5</sup>Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru; Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*, Salemba Empat: Jakarta, 2013, hlm. 35.

أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَهُ ظَهْرَةَ وَبَاطِنَةً وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ ﴿١٠٠﴾

Artinya : “tidaklah kamu perhatikan, sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu, apa yang dilangit dan apa yang di bumi, dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. Dan diantara manusia, ada yang membantah tentang (keesaan) Allah, tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa kitab yang memberi penerangan.”

Ayat tersebut merupakan sebuah kajian ayat kontekstual terhadap pemaknaan ekonomi secara luas. Dimana sebuah ekonomi dibangun atas pengetahuan dan kesadaran manusia akan kebutuhan pangan sandang dan financial dalam kehidupan.

Dalam konteks ekonomi, kreativitas menunjukkan suatu formulasi ide-ide baru dan menerapkan ide-ide tersebut untuk menghasilkan pekerjaan-pekerjaan yang berasal dari produk-produk seni dan budaya, kreasi-kreasi yang berfungsi, penemuan ilmu pengetahuan, dan penerapan teknologi.

Ada beberapa aspek ekonomi yang dapat diamati dari kreativitas, yaitu kontribusi terhadap kewirausahaan, pendorong inovasi, peningkatan produktivitas, dan pendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam bukunya suryana, menurut kelompok kerja desain power kementerian perdagangan RI, dalam pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2010-2014 (2009;4) mengemukakan “ekonomi kreatif merupakan era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan (*stock of knowledge*) dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi.”

Dalam konteks yang lebih luas, ekonomi kreatif merupakan suatu konsep yang mneyeluruh (*holistik*) yang berkenaan dengan interaksi

yang kompleks antara budaya ekonomi, dan teknologi dalam menghadapi dunia global, yang didominasi oleh simbol-simbol, teks, inspirasi, dan imajinasi. Sementara itu menurut Zimmerman (1996;51) dalam bukunya Suryana mengemukakan sebagai berikut:

*“sometimes creativity involves generating something from nothing. However, creativity is more likely to result in collaborating on the present, in putting old things together in new ways, or in taking something away to create something simple or better.”*

Berdasarkan pada definisi tersebut, ada tiga konsep utama kreativitas ekonomi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kreativitas ekonomi menyangkut proses menghasilkan sesuatu dari suatu yang tidak ada,
- 2) Kreativitas ekonomi merupakan hasil dari kolaborasi dalam menghasilkan sesuatu yang lama dengan cara-cara baru, dan
- 3) Kreativitas ekonomi merupakan penggunaan sesuatu untuk menciptakan sesuatu yang lebih sederhana atau lebih baik.

Intinya, ekonomi kreatif adalah industri kreatif yang melakukan proses penciptaan melalui penelitian dan pengembangan (*research and development*). Kekuatan industri kreatif terletak pada riset dan pengembangan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru yang bersifat komersial. Dengan *stock knowledge* yang dimiliki para intelektual melahirkan ide atau gagasan-gagasan, inspirasi-inspirasi, dan khayalan-khayalan (*dreams*) yang diwujudkan dalam bentuk kekayaan intelektual seperti desain, merek dagang, paten, hak cipta, dan royalti.<sup>6</sup>

#### **b. Aktor Penggerak Ekonomi Kreatif**

Cepat atau lambatnya perkembangan ekonomi kreatif sangat bergantung pada peran aktor. Aktor utama penggerak ekonomi kreatif terdiri atas:

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 35-36.

### 1) Cendekiawan (*Intellectuals*)

Cendekiawan atau intelektual berhubungan dengan penciptaan hal baru yang memiliki daya tawar kepada pasar serta pembentukan insan kreatif. Cendekiawan adalah orang-orang yang perhatian utamanya mencari kepuasan dalam mengolah seni, ilmu pengetahuan atas renungan metafisika dan hendak mencari tujuan praktis. Cendekiawan atau intelektual memiliki peran:

- a) Penyebar (*disseminator*) ilmu pengetahuan dan teknologi,
- b) Pelaksana (*implementor*) ilmu pengetahuan dan teknologi, serta
- c) Pencipta nilai yang konstruktif di masyarakat bagi pengembangan industri kreatif.

### 2) Pembisnis (*Business*)

Tugas pembisnis adalah berintelerasi dalam rangka perubahan ekonomi serta transformasi kreativitas menjadi nilai ekonomi. Peran pembisnis dalam pengembangan industri kreatif meliputi hal-hal berikut:

- a) Pencipta, yaitu sebagai pusat keunggulan (*center of excellence*) dari kreator produk dan jasa kreatif, pasar-pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya.
- b) Pembentuk komunitas dan enterpreuner kreatif, yaitu sebagai 'motor' yang membentuk ruang publik tempat terjadinya tukar pemikiran (*sharing*), *monitoring* yang dapat mengasah kreativitas dalam melakukan bisnis di industri kreatif, pelatihan bisnis (*business coaching*) atau pelatihan manajemen pengelolaan sumber usaha di industri kreatif.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm. 54-55.

### 3) Pemerintah (*Government*)

Tugas pemerintah adalah mengatur mekanisme program, seperti pemberian insentif, pengendalian iklim usaha, dan pemberi arahan kreatif untuk mendukung pengembangan industri kreatif. Peran utama pemerintah dalam pengembangan industri kreatif, yaitu sebagai berikut:

- a) Katalisator dan advokasi,
- b) Regulator,
- c) Konsumen, investor, dan entrepreneur, serta
- d) Jangkauan publik (*public outreach*).<sup>8</sup>

### c. Sub-Sektor Ekonomi Kreatif

Subsektor yang merupakan bagian dari industri kreatif adalah:

#### 1) Periklanan (*Advertising*)

Yaitu suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi, periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi, dan kampanye relasi publik.

#### 2) Kerajinan (*Craft*)

Yaitu kreasi yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, kayu, bambu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

---

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 55.

3) Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan jasa pengepakan. Desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat.

4) Fesyen (*Fashion*)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk serta distribusi produk fesyen.

5) Video, Film, dan Fotografi

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produk video, film, dan jasa fotografer, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan pameran atau festival film.

6) Permainan Interaktif (*Game*)

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat pembantu pembelajaran atau edukasi.

7) Musik

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

8) Seni Pertunjukan (*Showbiz*)

Merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten, produksi pertunjukan. Misalnya pertunjukan wayang, balet, tari tradisional, opera termasuk musik etnik, desain dan

pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

9) Penerbitan dan Percetakan

Merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloit, dan konten digital, serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangkat, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham, dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartun pos, formulir, poster, reproduksi, pencetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

10) Layananan Komputer dan Piranti Lunak (*Software*)

Merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

11) Televisi dan Radio (*Boardcasting*)

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti game, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar) siaran radio dan televisi.

12) Riset dan Pengembangan (R&D)

Merupakan kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, material baru, alat baru, metode baru, dan

teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

13) Arsitektur,

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya instruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*town planning, urban design, lanscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya arsitektur taman, desain interior).

14) Pasar Barang Seni,

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, dan toko.<sup>9</sup>

**d. Keunggulan, Peluang dan Tantangan Industri Kreatif**

1) Keunggulan Industri Kreatif

Industri kreatif memiliki kelebihan dan telah terbukti memberikan sumbangan dalam pembangunan, diantaranya adalah:

- a) Kebutuhan terhadap modal uang dan material relatif lebih kecil. Siapa saja, individu atau kelompok bisa memulainya dengan menggunakan modal yang sudah ada.
- b) Fleksibel terhadap perubahan sehingga lebih tahan terhadap goncangan eksternal. Ide kreatif itu bisa diterapkan dan diadaptasikan ke tingkat yang tidak ada batasnya meski masih dalam satu bidang.
- c) Kelincahan dalam bermain, terutama dalam distribusi dan pemasaran.

---

<sup>9</sup> Kementrian Perdagangan RI, *Op. Cit.*, hlm. 4-6.

## 2) Peluang Industri Kreatif

Industri kreatif sangat responsif terhadap fenomena-fenomena sosial konsumen. Sebaliknya, konsumen juga sangat responsif terhadap barang-barang dan jasa-jasa baru yang unik yang diciptakan industri kreatif. Oleh sebab itu, industri kreatif akan merespon balik dari konsumen dengan cara menciptakan produk-produk yang berkarakter baru.

Dengan daya respon dan fleksibilitas maka permintaan konsumen telah mengubah pendekatan dengan orientasi industri, dari *supply driven*, yaitu industri yang merespon konsumen, ke *demand driven*, yaitu pendekatan industri yang berorientasi untuk merangsang permintaan, dan proses produksinya tidak di suatu tempat, tetapi tersebar.<sup>10</sup>

## 3) Tantangan Industri Kreatif

Selain peluang, industri kreatif juga memberikan tantangan tersendiri, yaitu:

### a) Kesiapan SDM kreatif di Indonesia

Demi kesiapan SDM yang kreatif, maka diperlukan pemahaman pola pikir kreatif yang lebih kontekstual dan diterapkan disegala sisi kehidupan, baik dari sisi pendidikan, budaya, maupun motivasi kewirausahaan.

### b) Lembaga pendidikan yang mampu menghasilkan insan kreatif

Lembaga pendidikan seharusnya mengarah pada sistem pendidikan yang adapt menciptakan kompetensi yang kompetitif dan intelekensi multi-dimensi.

### c) Keragaman sosio-kultural di Indonesia

Indonesia, merupakan negara yang kaya akan budaya. Maka seluruh etnis di Indonesia harus saling menghormati simbol-simbol budaya yang memiliki kesakralan bagi etnis

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, hlm. 103.

tertentu. Karena kadangkala perselisihan terjadi karena saling ketidaktahuan mengenai simbol-simbol tersebut.

- d) Kesiapan perangkat negara untuk mendukung industri berbasis *intellectual property*

Di tingkat internasional, daya tawar Indonesia untuk permasalahan HKI masih sangat perlu ditingkatkan. Sedangkan di tingkat dalam negeri, masih banyak pelanggaran hak cipta seperti pembajakan cakram optik yang melemahkan reputasi negara ditataran internasional

- e) Menghadapi perdagangan bebas

Agar individu lokal dapat bersaing dengan pemain asing, maka pekerja kreatif Indonesia harus dipersiapkan dengan segera lembaga-lembaga pelatihan baik formal, non-formal maupun organik yang mampu melatih kemampuan manajerial, oleh kreativitas, bahasa asing, pemasaran, dan negosiasi bisnis.

- f) Lembaga keuangan bagi industri kreatif

Dukungan lembaga keuangan pada insan-insan kreatif Indonesia masih sulit dirasakan. Misalnya, industri-industri kreatif baru terutama yang berbasis konten digital yang menunjukkan pertumbuhan diatas rata-rata masih sulit untuk mendapatkan dukungan pembiayaan dari lembaga keuangan. Hal ini disebabkan karena lembaga keuangan masih belum memahami bisnis di industri kreatif ini, sehingga lembaga keuangan masih sulit memberikan dukungan.<sup>11</sup>

#### **e. Pengembangan Ekonomi Kreatif**

Semua sektor ekonomi kreatif dapat dikembangkan secara kreatif dan komersial sehingga dapat menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, mendorong ekspor, menciptakan devisa

---

<sup>11</sup> Kementerian Perdagangan RI, *Op. Cit.*, hlm. 20-23.

negara, menciptakan PDB, sekaligus menciptakan kesejahteraan masyarakat, dan bahkan meningkatkan citra bangsa dan negara.

Indonesia merupakan negara yang kaya akan modal ekonomi kreatif. Akan tetapi, belum dikelola secara kreatif untuk menghasilkan kekayaan intelektual seperti desain, keistimewaan, merek dan hak paten. Banyak warisan dan nilai budaya yang belum dikomersialkan serta dipatenkan sehingga banyak warisan budaya yang diklaim dan dipatenkan negara lain. Melalui pengembangan ekonomi kreatif pada setiap sektor, maka manfaat lainnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pemberdayaan bahan baku lokal dan tidak harus mengimpor,
- 2) Sumber daya menjadi terbarukan,
- 3) Mendorong iklim kreatif di setiap sektor,
- 4) Menciptakan pemerataan, baik pendapatan maupun kesempatan berusaha,
- 5) Menjamin kelangsungan berusaha,
- 6) Menciptakan lapangan kerja dan lapangan usaha sehingga tenaga kerja Indonesia tidak perlu mencari pekerjaan keluar negeri.<sup>12</sup>

Menurut Suryana dalam bukunya *Ekonomi Kreatif: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (2013:206), menyebutkan bahwa ada beberapa indikator kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan industri kreatif yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Gagasan berkreasi

Indikator kelemahan meliputi: kurangnya untuk mengadaptasi terhadap produk yang sudah ada, baik dari media massa maupun dari luar. Kekuatannya, selalu merujuk pada budaya yang ada secara turun-temurun, tetapi ada kelemahan, yaitu tanpa perubahan yang terus menerus.

---

<sup>12</sup> Suryana, *Op. Cit.*, hlm. 198-199.

2) Kerja sama (kolaborasi)

Indikatornya meliputi kurangnya kerja sama dengan pihak lain, baik dalam distribusi maupun pemasaran, tidak memiliki jaringan usaha, dan kerja sama teknik.

3) Inovasi produk

Indikatornya meliputi kurangnya inovasi, tidak memiliki desain, dan paten, atau produk seharusnya tampil dengan ciri khas tersendiri yang sudah digemari sejak lama.

4) Inovasi metode produksi

Indikatornya adalah kebanyakan memiliki tahapan produksi yang tetap (tidak berubah), tidak menggunakan komputer. Kekuatannya sudah menggunakan mesin dalam proses produksi dan beberapa industri kecil yang memiliki standar kualitas produk.

5) Sumber daya manusia

Indikatornya meliputi: kebanyakan memiliki tenaga kerja yang hanya terampil dan berpengalaman dalam bidang itu sejak lama, sebagian besar pendidikan pada umumnya SLTA dan SD.

6) Permodalan dan bahan baku

Indikatornya meliputi: memiliki modal sendiri dan tidak memiliki sumber modal luar seperti bank dan pemerintah. Keberuntungan bahan baku rendah untuk bahan baku lokal dan kebanyakan memiliki bahan baku sendiri.

7) Distribusi

Indikatornya meliputi: kebanyakan mampu menyelesaikan pesanan sesuai dengan order (permintaan/pesanan), saluran distribusinya langsung, dan memiliki saluran pemasaran diluar kabupaten.<sup>13</sup>

**f. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif**

Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif pada industri kreatif adalah sebagai berikut:<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 206-207

### 1) Produksi

Dalam teori konvensional, produksi ditujukan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan (input) untuk produksi dan menjual keluaran atau produk.

Dalam teori Islam, usaha produksi diartikan sebagai usaha untuk menghasilkan harta melalui cara-cara yang diperbolehkan atau dihalalkan syari'at. Berproduksi merupakan ibadah, karena suatu aktivitas seorang muslim ketika ada perintah dari Allah SWT dan ada contoh atau persetujuan dari Rasulullah SAW, maka aktivitas tersebut termasuk dalam kategori ibadah. Sebagai seorang muslim, berproduksi sama artinya dengan mengualisasikan salah satu ilmu Allah yang diberikan kepada manusia, sebagai firman Allah SWT dalam QS. An-Naba ayat 11:

وَجَعَلْنَا الْيَوْمَ مَعَاشًا

Artinya: *dan kami menjadikan siang (sebagai) waktu mencari nafkah/penghidupan.*

Islam menganjurkan dan mendorong proses produksi mengingat pentingnya kedudukan produksi dalam menghasilkan sumber-sumber kekayaan.<sup>15</sup>

### 2) Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah tempat fisik dimana pembeli dan penjual bertemu untuk membeli atau menjual suatu barang. Para ekonom mendefinisakan pasar sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Deni Dwi Hartanto Dan Malik Cahyadin, *Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif Di Kota Surakarta*, Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Vol. 4 No. 2, Desember 2013, hlm. 230.

<sup>15</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2012, hlm. 66.

<sup>16</sup> Phillip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008, hlm. 8.

Sedangkan pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.<sup>17</sup>

### 3) Manajemen dan Keuangan

Manajemen keuangan merupakan gabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji, menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan menggunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan keberlanjutan bagi perusahaan.<sup>18</sup>

### 4) Kebijakan pemerintah

Pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterikatan dalam substansi, maupun keterikatan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan industri kreatif bukan hanya pembangunan industri tetapi juga meliputi pengembangan teknologi, politik, sosial dan budaya.<sup>19</sup>

### 5) Kondisi Ekonomi

Pembangunan daerah pada masa yang akan datang harus berbeda dari wujud perekonomian daerah sebelum terjadinya krisis, maka diperlukan beberapa ketentuan sebagai dasar berpijak dan landasan bagi kerangka pembangunan ekonomi daerah, yaitu:

---

<sup>17</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: Pustaka Setia, 2015, hlm. 2.

<sup>18</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategi Teori Dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2014, hlm. 208.

<sup>19</sup> Maulud Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, hlm. 252.

- a) Dilaksanakan berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan untuk mencapai kesejahteraan rakyat yang meningkat, meratam dan berkeadilan.
  - b) Berlandaskan pengembangan otonomi daerah dan peran serta masyarakat secara nyata
  - c) Menerapkan prinsip efisiensi yang didukung oleh peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi untuk memperkuat landasan pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan daya saing.
  - d) Berorientasi pada perkembangan globalisasi ekonomi internasional dengan tetap mengutamakan kepentingan ekonomi daerah.
  - e) Dalam skala makro perekonomian daerah dikelola secara hati-hati, disiplin dan bertanggung jawab dalam rangka menghadapi ketidakpastian yang meningkat akibat proses globalisasi.
  - f) Berlandaskan kebijakan yang disusun secara transparan dan bertanggung gugat baik dalam pengelolaan publik, pemerintah maupun masyarakat. Dalam kaitan itu pemerintah daerah perlu bersikap tidak memihak serta menjaga jarak dengan perusahaan-perusahaan dan asosiasi-asosiasi.<sup>20</sup>
- 6) Lingkungan

Perusahaan didirikan dengan harapan untuk dapat bertumbuh secara berkelanjutan. Agar terus tumbuh, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk hidup. Kemampuan ini dilihat dari kemampuan sosial perusahaan, seperti kemampuan perusahaan untuk mengendalikan dampak lingkungan menggunakan tenaga kerja dan lingkungan sekitar lokasi pabrik, aktif melakukan kegiatan sosial, memberikan perhatian pada peningkatan kepuasan

---

<sup>20</sup> Sulistyono, *Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang*, Jurnal Ekonomi MODERNISASI, Volume 6, Nomor 1, Pebruari 2010, hlm. 60.

konsumen, dan memberikan pertumbuhan laba yang layak bagi investor.<sup>21</sup>

Tanggung jawab perusahaan terhadap pelaku yang berkepentingan dalam lingkungan sekitar meliputi penanggulangan polusi udara dan tanah, serta penghijauan.<sup>22</sup>

#### 7) Kemitraan usaha

Kemitraan didefinisikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.<sup>23</sup>

Dalam Islam, prinsip kemitraan dijelaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : *dan tolong-menolonglah kamu dalam hal kebaikan, dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat pelanggaran, dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*<sup>24</sup>

## 2. Tinjauan Pendapatan

### a. Teori Pendapatan

Dalam kamus manajemen pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba. Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang

<sup>21</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Op. Cit.*, hlm. 459.

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 462.

<sup>23</sup> Tutut Adi Kusumadewi, Imam Hanafi, Wina Yudo Prasetyo, *Kemitraan BUMN Dengan UMKM Sebagai Bentuk Corporate Social Responsibility*, Jurnal Administrasi Publik, Vol. 1, No. 5, TT, hlm. 955.

<sup>24</sup> Departemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 106.

yang memberi pekerjaan kepada pekerja atau jasanya sesuai perjanjian.<sup>25</sup>

Mubyanto menyatakan bahwa pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan sebagai balas jasa dari penyerahan prestasi tersebut untuk mempertahankan hidupnya.<sup>26</sup>

Dalam Islam, pendapatan masyarakat adalah perolehan barang yang diterima atau yang dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syariat Islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur keberhasilan pembangunan.

Bekerja dapat membuat seseorang memperoleh pendapatan atas kegiatan yang telah dilakukannya. Setiap kepala keluarga mempunyai ketergantungan hidup terhadap besarnya pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai dari kebutuhan pangan, sandang dan papan, dan beragam kebutuhan lainnya.

Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum. Sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik (nishab) adalah hal yang paling mendasari distribusi retribusi kekayaan, setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> M. Umer Chapra, *Islam Dan Tantangan Ekonomi* Penerjemah: Nur Hadi Ihsan Dan Rifki Amar, Cet.1, 1999, hlm. 361.

<sup>26</sup> Arther Manueke, *Jurnal Penyerapan Tenaga Kerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Agribisnis Dan Non-Agribisnis (Studi Kasus: Di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara)*, Jurusan Ekonomi, Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Manado, 2015, hlm. 6.

<sup>27</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Penada Media Grup, 2007, hlm. 132.

**b. Jenis-jenis Pendapatan**

Pendapatan masyarakat digolongkan menjadi dua, yaitu:

- 1) Pendapatan permanen, yaitu pendapatan yang selalu diterima oleh periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya. Secara garis besar pendapatan permanen ini dibagi menjadi tiga, yaitu:
  - a) Gaji dan upah  
Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari. Sedangkan dalam Islam upah merupakan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada seorang pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.
  - b) Pendapatan dari usaha sendiri  
Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dari biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa capital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
  - c) Pendapatan dari usaha lain  
Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.
- 2) Pendapatan sementara, yaitu pendapatan yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya, yang termasuk dalam katagori pendapatan ini adalah dana sumbangan, hibah dan lain sebagainya.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid 2*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995, hlm. 361.

### 3. Konsep Ekonomi Islam

#### a. Pengertian Ekonomi Islam

Dalam al-Qur'an, ekonomi Islam diidentikkan dengan "iqtishad" yang artinya "umat pertengahan", atau bisa diartikan menggunakan rezeki yang ada disekitar kita dengan cara berhemat agar kita menjadi manusia-manusia yang baik dan tidak merusak nikmat apa pun yang diberikan pada-Nya.<sup>29</sup>

Muhammad Abdul Mannan dalam Heri Sudarsono (2002; 13), mendefinisikan ekonomi Islam sebagai ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>30</sup>

Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Dengan demikian pada dasarnya ekonomi Islam mengedepankan pendekatan integratif secara normatif dan positif. Islam menempatkan nilai yang tercermin dalam etika pada posisi yang tinggi dan menjadi kerangka awal dalam ilm ekonomi. Pemahaman dan penilaian atas perilaku dan masalah-masalah ekonomi harus dilakukan dengan kerangka ilmu sosial yang integral, tanpa mendikotomikan normatif dan positif. Hal itu tentu berbeda dengan pandangan ekonomi konvensional yang cenderung berbicara pada dataran positif (*positive economics*), mengklaim bebas nilai (*value free*) dan mengabaikan pertimbangan moral.<sup>31</sup>

#### b. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan akhir ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syari'at Islam (*maqashid asy-syari'ah*) yaitu mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat.

---

<sup>29</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Ed.1, Cet.1*, Adipura: Yogyakarta, 2002, hlm. 5.

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 13.

<sup>31</sup> Anita Rahmawaty, *Ekonomi Makro Islam*, P3M STAIN KUDUS: Kudus, 2009, hlm. 16.

Dalam al-Qur'an, kata *falah* sering dimaknai sebagai keberuntungan jangka panjang, baik didunia dan akhirat sehingga tidak hanya memandang aspek material namun justru lebih ditekankan pada aspek spiritual. Dengan demikian *falah* mencakup konsep yang bersifat dunia akhirat. Untuk kehidupan dunia, *falah* mencakup 3 pengertian, yaitu kelnagsungan hidup, kebebasan berkeinginan, serta kekuatan dan kehormatan. Sedangkan untuk kehidupan akhirat, *falah* mencakup pengertian kelangsungan hidup yang abadi, kesejahteraan abadi, kemuliaan abadi, dan pengetahuan abadi.<sup>32</sup>

Dalam konteks kehidupan dunia, *falah* merupakan konsep yang multi dimensi, ia memiliki implikasi pada aspek perilaku individu (*micro level*) maupun perilaku kolektif (*macro level*). Berikut ini disajikan ringkasan makna *falah* dalam aspek makro dan mikro:

**Tabel 2.1**  
**Aspek Mikro dan Makro**

Unsur <i>Falah</i>	Aspek Mikro	Aspek Makro
Keberlangsungan hidup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelangsungan hidup biologis: kesehatan, kebebasan, keturunan, dan sebagainya.</li> <li>• Kelangsungan hidup ekonomi: kepemilikan faktor produksi</li> <li>• Kelangsungan hidup sosial: persaudaraan dan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keseimbangan ekologi dan lingkungan</li> <li>• Pengelolaan sumber daya alam dan penyediaan kesempatan berusaha untuk semua penduduk</li> <li>• Kebersamaan sosial, ketiadaan konflik antar kelompok</li> </ul>

<sup>32</sup> *Ibid.*, hlm. 18-19.

	kebebasan dalam partisipasi politik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jati diri dan kemandirian</li> </ul>
Kebebasan berkeinginan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terbebas kemiskinan</li> <li>• Kemandirian hidup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyediaan sumber daya untuk seluruh penduduk</li> <li>• Penyediaan sumber daya untuk generasi yang akan datang</li> </ul>
Kekuatan dan harga diri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga diri</li> <li>• Kemerdekaan, perlindungan terhadap hidup dan kehormatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekuatan ekonomi dan kebebasan dari hutang</li> <li>• Kekuatan militer</li> </ul>

Untuk memperoleh kelangsungan hidup, maka aspek mikro manusia membutuhkan sebagai berikut:

- 1) Pemenuhan kebutuhan bioogis, seperti kesehatan fisik atau bebas dari penyakit
- 2) Faktor ekonomis, seperti memiliki sarana kehidupan
- 3) Faktor sosial, seperti adanya persaudaraan dan hubungan atarpersonal yang harmonis

Sedangkan dalam aspek makro, kesejahteraan menuntut adanya keseimbangan ekologi, lingkungan yang higienis, manajemen lingkungan hidup, dan kerjasama antar anggota masyarakat. faktor-faktor ini baru akan terpenuhi jika manusia juga terbebas dari kemiskinan serta memiliki kekuatan dan kehormatan.

*Falah*, kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat dapat terwujud apabila terpenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup manusia secara seimbang. Tercukupinya kebutuhan masyarakat akan memberikan dampak yang disebut dengan *masalahah*. Dalam al-Qur'an, masalahah yang berarti kemanfaatan duniawi dan akhirat.

*Maslahah* dasar bagi kehidupan manusia terdiri dari 5 hal, yaitu agama, jiwa, intelektual, keluarga dan keturunan, dan harta kekayaan. Kelima hal tersebut merupakan kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi agar manusia dapat hidup bahagia di dunia dan akhirat. Jika salah satu dari kebutuhan diatas tidak terpenuhi dengan seimbang, maka kebahagiaan hidup juga tidak tercapai dengan sempurna.<sup>33</sup>

### c. Nilai-nilai Dasar Ekonomi Islam

Nilai-nilai dalam al-Qur'an dan hadits terkait dengan ekonomi sangatlah banyak. Dari berbagai pandangan ekonomi muslim dapat disimpulkan bahwa inti dari ajaran Islam adalah tauhid, yaitu bahwa segala aktivitas manusia di dunia ini termasuk ekonomi hanya dalam angka yang ditujukan mengikuti suatu kaedah hukum, yaitu hukum Allah. Dalam pelaksanaannya, nilai tauhid ini diterjemahkan dalam banyak nilai, dan terdapat tiga nilai dasar yang menjadi pembeda ekonomi Islam dengan lainnya, yaitu:

#### 1) 'Adl

Keadilan ('*Adl*) merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam. Menegakkan keadilan dan memberantas kedzaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasul-Nya. Keadilan seringkali diletakkan sederajat dengan kebijakan dan ketaakwaan, seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menetapkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashid syari'ah*.

Dengan berbagai muatan makna "Adil" tersebut, secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan pelaku dimata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan, dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan. Seluruh makna adil tersebut akan

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 19-23.

teralisasi jika setiap orang menjunjung tinggi nilai kebenaran dengan menempatkan sesuatu sesuai dengan porsinya.

## 2) Khalifah

Nilai khalifah secara umum berarti tanggungjawab sebagai pengganti atau utusan Allah di alam semesta. Manusia diciptakan Allah untuk memakmurkan bumi dan alam semesta. Kesadaran sebagai wakil Allah dimuka bumi melahirkan sikap berekonomi yang benar sesuai dengan tuntunan syari'at Islam, berekonomi semata-mata untuk kemaslahatan umat manusia, dan berupaya mewujudkan keadilan dan kesejahteraan bagi seluruh umat manusia.

## 3) Takaful

*Takaful* adalah sebuah konsep penjaminan oleh masyarakat dalam mewujudkan hubungan baik diantara individu dan masyarakat. jaminan sosial ini merupakan bantuan yang diberikan masyarakat kepada anggotanya yang terkena musibah atau tidak mampu. Konsep takaful ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Jaminan terhadap kepemilikan dan pengelolaan sumber daya oleh individu,
- b) Jaminan setiap individu untuk menikmati hasil pembangunan,
- c) Jaminan setiap individu untuk membangun keluarga sakinah
- d) Jaminan untuk amar ma'ruf nahi munkar.<sup>34</sup>

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Dari hasil penelitian Ririn Noviyanti mengenai "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa *Entrepreneurship* di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus Di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1" dapat disimpulkan bahwa peran ekonomi kreatif dalam pengembangan jiwa *entrepreneurship* dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya:
  - a. Memberikan stimulus perilaku kreatif dan inovatif atas suatu produk/jasa,

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 23-29.

- b. Mengeksplorasi dan mengasah kemampuan/skill hingga mampu bersaing dalam dunia kerja,
- c. Memberikan pengetahuan dengan metode *learning by doing* sehingga pelaku wirausaha dapat mempraktikkan secara langsung materi dan segera mengevaluasi kekurangan dan kesalahan, dan
- d. Memberikan pelatihan tentang analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunity, and theart*).<sup>35</sup>

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang peran ekonomi kreatif. Sedangkan perbedaannya adalah di penelitian tersebut lebih menekankan pada pengembangan jiwa *entrepreneurship* di lingkungan pesantren, dan di penelitian ini lebih menekankan pada pengembangan ekonomi masyarakat di Desa Winong, Pati tepatnya di sentra kerajinan tempurung kelapa.

2. Dari hasil penelitian oleh Elin Prasetyo Rini, dkk tentang “Strategi Menciptakan Iklim Ukm Pada Industri Kreatif Batik Tulis: Studi Pada Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri”, dapat disimpulkan bahwa:
  - a. Aspek permodalan dengan memberikan kredit dana bergulir, namun mayoritas perajin batik tulis memilih untuk menggunakan modal pribadi,
  - b. Pembangunan prasarana berupa fasilitas pemasaran melalui “SANRI”, meskipun belum memiliki banyak konsumen,
  - c. Pengembangan pemasaran dilakukan dengan cara memperluas jaringan pemasaran, pengembangan skala usaha melalui kemitraan, dan peningkatan akses teknologi, dan
  - d. Pengembangan sumber daya manusia dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada perajin batik tulis dan masyarakat umum.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Ririn Noviyanti, *Peran Ekonomi Kratif terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus di Pondok Pesantren Modern Darussalam Gontor Putri 1*, Jurnal Penelitian Ilmiah, 2017, hlm. 97.

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang peran ekonomi kreatif. Sedangkan perbedaannya adalah di penelitian tersebut lebih menekankan pada strategi menciptakan iklim UKM pada industri kreatif batik tulis di Kabupaten Kediri, dan di penelitian ini lebih menekankan pada pengembangan ekonomi masyarakat di Desa Winong, Pati tepatnya di sentra kerajinan tempurung kelapa.

3. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ruth Florida Hutabarat tentang “Strategi Pengembang Usaha Kuliner Di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif”, dapat disimpulkan bahwa:

Keadaan klaster kuliner di Pulosari dan Jl. Kawi dapat dikatakan cukup prospektif untuk dikembangkan dengan model pengembangan ekonomi kreatif, karena jika ditinjau dari aspek industrinya, aspek teknologi, aspek sumberdaya, aspek institusi serta aspek lembaga keuangan klaster ini dapat dikatakan tinggi dan memiliki peluang usaha besar untuk berkembang sreta menjadi model pengembangan usaha kuliner dan basis perekonomian daerah di kota Malang.

Permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha kuliner di klaster ini cukup beragam, antara lain promosi usaha kuliner baik lokal dalam Malang maupun luar Malang yang kurang, kekurangan riset dan pengembangan produk (R&D), masalah kenaikan harga BBM yang menyebabkan perilaku konsumen semakin jeli memilih produk kuliner, adanya usaha kuliner musiman, penggunaan teknologi dan inovasi produk yang dikira tidak terlalu penting dalam mengembangkan usaha kulinernya, dan sistem drainase serta pembuangan air dan sampah.

Strategi pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif di kota Malang khususnya dalam studi kasus pada Jl. Pulosari dan Jl. Kawi Kecamatan Klojen adalah kolaborasi antara pilar model pengembangan ekonomi kreatif yaitu:

---

<sup>36</sup>Elin Prasetyo Rini, Dkk, *Strategi Menciptakan Iklim UKM pada Industri Batik Tulis: Studi Kasis pada Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri*, Jurnal Administrasi Publik, Vo.3, No.12, Tanpa Tahun, hlm. 2026.

- a. Strategi dalam aspek industri,
- b. Strategi dalam aspek teknologi,
- c. Strategi dalam aspek sumber daya,
- d. Strategi dalam aspek institusi, dan
- e. Strategi dalam aspek lembaga keuangan.

Selain strategi pengembangan dalam internal pengusaha kuliner di Jl. Pulosari dan Jl. Kawi itu sendiri, dibutuhkan juga peran dari ketiga aktor penggerak dalam triple helix yaitu:

- a. Pihak akademisi (*intellectuals*),
- b. Pihak pebisnis (*business*), dan
- c. Pihak pemerintah (*government*).<sup>37</sup>

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang peran ekonomi kreatif. Sedangkan perbedaannya adalah di penelitian tersebut lebih menekankan pada strategi pengembangan usaha kuliner di Kota Malang, dan di penelitian ini lebih menekankan pada pengembangan ekonomi masyarakat di Desa Winong, Pati tepatnya di sentra kerajinan tempurung kelapa.

4. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ghalib Agfa Polyana dan Darwanto tentang “Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah”, dapat disimpulkan bahwa:

Aspek permasalahan pengembangan daya saing yang dihadapi para pelaku UKM ekonomi kreatif batik bakaran, yaitu aspek industri, aspek teknologi, aspek sumber daya, aspek institusi, dan aspek intermediasi keuangan. Aspek industri merupakan aspek permasalahan utama dengan tingkat kesesuaian jawaban dengan para *key person* cukup besar.

---

<sup>37</sup>Ruth Florida Hutabarat, *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*, JEPS- Vol.7, No.1, 2015, hlm. 19.

Solusi mengatasi aspek permasalahan utama yang ada pada UKM kreatif batik bakaran pada *key person* berpendapat bahwa dengan peningkatan daya tarik UKM kreatif menjadi lapangan usaha yang menarik adalah solusi yang tepat dilakukan untuk mengatasi permasalahan industri batik bakaran.

Untuk mengembangkan daya saing ekonomi lokal UKM kreatif batik bakaran yaitu dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya karena strategi ini dapat memecahkan masalah salah satu aspek permasalahan yang paling utama terjadi dalam pengembangan ekonomi lokal UKM kreatif batik bakaran yaitu aspek sumber daya manusia yang kreatif melalui lembaga pendidikan yang berkualitas dapat pula meningkatkan pemanfaatan bahan baku produk lokal bahkan dengan harapan dapat menciptakan bahan baku terbarukan dalam arti bahan baku yang lebih baik dan baru dari bahan baku sebelumnya untuk UKM kreatif batik bakaran.<sup>38</sup>

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang peran ekonomi kreatif. Sedangkan perbedaannya adalah di penelitian tersebut lebih menekankan pada pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada UKM ekonomi kreatif batik Bakaran Pati, dan di penelitian ini lebih menekankan pada pengembangan ekonomi masyarakat di Desa Winong, Pati tepatnya di sentra kerajinan tempurung kelapa.

5. Dari hasil penelitian Gimiriang Wicaksono dan Audita Nuvriasari tentang “Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian Pada Peran Serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY”, dapat disimpulkan bahwa:

Guna meningkatkan kinerja UMKM pada aspek pemasaran dapat dilakukan dengan cara memperluas wilayah pemasaran maupun akses

---

<sup>38</sup>Ghalib Agfa Polyana dan Darwanto, *Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.22, No.1, 2015, hlm. 9-10.

pasar dengan cara memanfaatkan teknologi informasi seperti internet untuk mengetahui berbagai macam informasi pasar. Disamping itu dengan pemanfaatan TI dapat terajalin hubungan dengan konsumen diberbagai wilayah. Menyadari bahwa dalam pengusaha TI masih sangat terbatas maka perlu adanya upaya pendampingan dan pembimbingan dari berbagai pihak salah satunya adalah perguruan tinggi. Disamping itu, pihak perguruan tinggi atau instansi lainnya dapat membantu UMKM dengan membuatkan website khusus sehingga dapat dijadikan sarana untuk mengenalkan produk, memperluas pasar, mengetahui informasi pesaing dan pasar, peningkatan aktivitas transaksi penjualan dan lain-lain. Upaya untuk secara agresif memperkenalkan produk juga dapat dilakukan dengan mengikuti kegiatan pameran baik secara mandiri maupun sebagai mitra binaan dari instansi pemerintah atau swasta.

Peningkatan kinerja UMKM dari aspek sumber daya manusia dapat dilakukan dengan secara aktif mengikuti kegiatan-kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta untuk meningkatkan motivasi dan etos kerja pelaku UMKM.<sup>39</sup>

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang peran ekonomi kreatif. Sedangkan perbedaannya adalah di penelitian tersebut lebih menekankan pada meningkatkan kinerja UMKM industry kreatif melalui pengembangan kewirausahaan dan orientasi pasar di Kecamatan Moyudan, Sleman, Yogyakarta, dan di penelitian ini lebih menekankan pada pengembangan ekonomi masyarakat di Desa Winong, Pati tepatnya di sentra kerajinan tempurung kelapa.

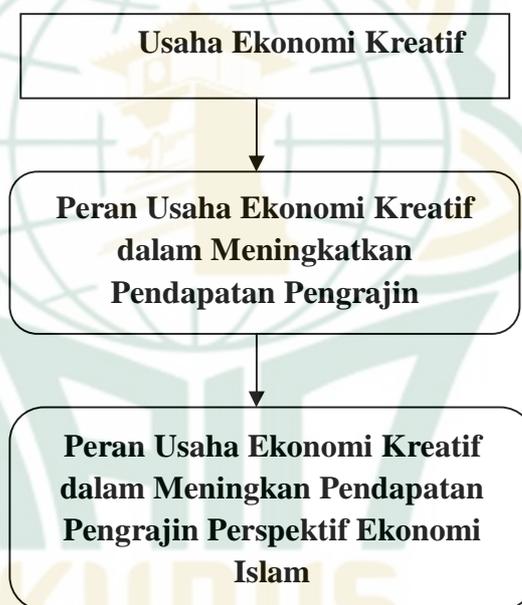
---

<sup>39</sup>Gumiriang Wicaksono dan Audita Nuvriansari, *Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian pada Peran Serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY*, Jurnal Sosio Humaniora, Vol.3, No.4, 2012, hlm. 37.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>40</sup>

Adapun gambaran kerangka berfikir dari penelitian tentang “*Analisis Dampak Usaha Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Pendapatan Pengrajin Tempurung Kelapa Dalam Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Kerajinan Tempurung Kelapa Di Desa Winong RT 21 RW 1 Pati)*”, sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**

Berdasarkan teori ekonomi kreatif, pendapatan pengrajin, dan ekonomi Islam sebagaimana telah dijelaskan diatas, maka kerangka pemikiran peneliti diilustrasikan pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1 menunjukkan bahwa dampak usaha ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan pengrajin dalam kajian ekonomi Islam pada studi kasus penelitian ini yang dimaksudkan adalah dampak usahanya

<sup>40</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 91.

terhadap kesejahteraan masyarakat dalam hal ini berwujud peningkatan pendapatan pengrajin dalam kajian ekonomi Islam.

