

**ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM
PENINGKATAN PENDAPATAN PENGRAJIN SAAT
PANDEMI COVID – 19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM**

**(Studi Pengrajin Gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu,
Natar, Kabupaten Lampung Selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat**

**Guna Mem peroleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

Ahmad Arief Hidayatullah

NPM 1851010276

Program Studi : Ekonomi Syariah



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
TAHUN 2022M / 1443H**

**ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM
PENINGKATAN PENDAPATAN PENGRAJIN SAAT
PANDEMI COVID – 19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM**

**(Studi Pengrajin Gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu,
Natar, Kabupaten Lampung Selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

Ahmad Arief Hidayatullah

NPM 1851010276

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Dr. Asriani S.H., M.H.

Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
TAHUN 2022M / 1443H**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadupadankan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Ekonomi kreatif yang berada di Dusun Sidoharjo Lampung Selatan ini merujuk pada industri kerajinan gerabah. Pengrajin yang memproduksi kerajinan gerabah ini merupakan upaya peningkatan kesejahteraan pendapatan keluarga.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin saat pandemi di Dusun Sidoharjo Lampung Selatan? Dan Bagaimana ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapat pengrajin di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam di Dusun Sidoharjo Kabupaten Lampung Selatan? Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui peran Ekonomi Kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin di Dusun Sidoharjo Kabupaten Lampung Selatan, Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam dalam peran Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin gerabah di Dusun Sidoharjo Kabupaten Lampung Selatan.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif, manfaat sumber data primer dan data sekunder, Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan metode Interview, Observasi, dan Dokumentasi. Pengolahan data dilakukan dengan pemeriksaan data (*editing*), Pengelolaan data (*Coding*), merekonstruksi data (*reconstructing*), dan mensistematisasi data (*Sistematisizing*).

Dari analisis data dapat di simpulkan bahwa para pengrajin kerajinan gerabah di Dusun Sidoharjo Kabupaten Lampung Selatan, dengan adanya ekonomi kreatif memiliki peran penting bagi pengrajin, mengalami penurunan ditahun 2020 seperti Sofi Gerabah penurunan pendapatan menjadi Rp. 144.960.000/Tahun, Irawan Gerabah Rp. 161.000.000/Tahun, dan Yanto Gerabah Rp. 178.440.000. Dan mengalami peningkat ditahun 2021 Sofi Gerabah mengalami peningkatan pendapatan sebesar Rp. 238.080.000/Tahun, Irawan Gerabah mengalami peningkatan pendapatan sebesar Rp. 265.920.000/Tahun, dan Yanto Gerabah mengalami peningkatan pendapatan sebesar Rp. 303.420.000. Sementara itu, untuk kajian dalam islam, para pengrajin telah memenuhi proses produksi, kondisi ekonomi, dan prinsip ekonomi islam yaitu prinsip Keadilan dan prinsip Al-Falah.

Kata kunci : Peran Ekonomi Kreatif, Peningkatan Pendapatan

ABSTRACT

This research is motivated by the creative economy is a new economic concept that combines information and creativity that relies on ideas, ideas, and knowledge from human resources as a factor of production. The creative economy in Sidoharjo, South Lampung, refers to the pottery industry. The craftsmen who produce this pottery are an effort to increase the welfare of family income.

The formulation of the problem in this research is what is the role of the creative economy in increasing the income of craftsmen during the pandemic in Sidoharjo Hamlet, South Lampung? And how is the creative economy in increasing the opinions of craftsmen in terms of the perspective of Islamic Economics in Sidoharjo Hamlet, South Lampung Regency? The purpose of this study was to determine the role of the Creative Economy in increasing the income of craftsmen in Sidoharjo Hamlet, South Lampung Regency, to find out the overview of Islamic Economics in the role of the Creative Economy in increasing the income of pottery craftsmen in Sidoharjo Hamlet, South Lampung Regency.

The research method used in this study uses qualitative research, the benefits of primary data sources and secondary data, the methods used in data collection are Interview, Observation, and Documentation. Data processing is carried out by examining data (editing), managing data (Coding), reconstructing data (reconstructing), and synthetizing data (Systematizing).

From the data analysis it can be concluded that the pottery craftsmen in Sidoharjo Hamlet, South Lampung Regency, with the creative economy having an important role for craftsmen, experienced a decline in 2020 as Sofi Pottery decreased income to Rp. 144,960,000/year, Irawan Pottery Rp. 161.000.000/year, and Yanto Pottery Rp. 178,440,000. And experiencing an increase in 2021 Sofi Pottery experienced an increase in income of Rp. 238,080,000/Year, Irawan Pottery experienced an increase in income of Rp. 265,920,000/Year, and Yanto Gerabah experienced an increase in income of Rp. 303.420,000. Meanwhile, for studies in Islam, the craftsmen have fulfilled the production process, economic conditions, and Islamic economic principles, namely the principle of Justice and the principle of Al-Falah.

Keywords: The Role of the Creative Economy, Increasing Income



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH**

Jl. Letkol Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. 0721703289

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Arief Hidayatullah

Npm : 1851010276

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Saat Pandemi Covid – 19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pengrajin Gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu, Natar, Kabupaten Lampung Selatan)**” adalah benar – benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikat ataupun tiruan dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Bandar Lampung, 31 Mei 2022

Penulis,



Ahmad Arief Hidayatullah

1851010276



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Saat Pandemi Covid – 19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pengrajin Gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu, Natar, Kabupaten Lampung Selatan)

**Nama : Ahmad Arief Hidayatullah
NPM : 1851010276
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

**Dr. Asriani, S.H., M.H.
NIP. 196605061992032001**

Pembimbing II

**Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy
NIP. 2016010219900828119**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

**Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy
NIP. 198208082011012009**



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Saat Pandemi Covid – 19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pengrajin Gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)” disusun oleh Ahmad Arief Hidayatullah NPM: 1851010276, Program Studi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Senin, 27 Juni 2022.

Tim Penguji

Ketua Sidang : Dr. Ali Abdul Wahid., M.Si.


(.....)

Sekretaris : Anggun Okta Fitri., M.M


(.....)

Penguji I : Nurlaili, S.Ag., M.A


(.....)

Penguji II : Dr. Asriani, S.H., M.H


(.....)

Mengetahui,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Elis Suryanto, SE., M.M., Akt.,C.A

7009262008011008

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Q.S. Al-Jumu’ah : 10)”



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Ahamdulillah dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT sehingga memberi kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda cinta, kasih, dan hormat tak terhingga kepada :

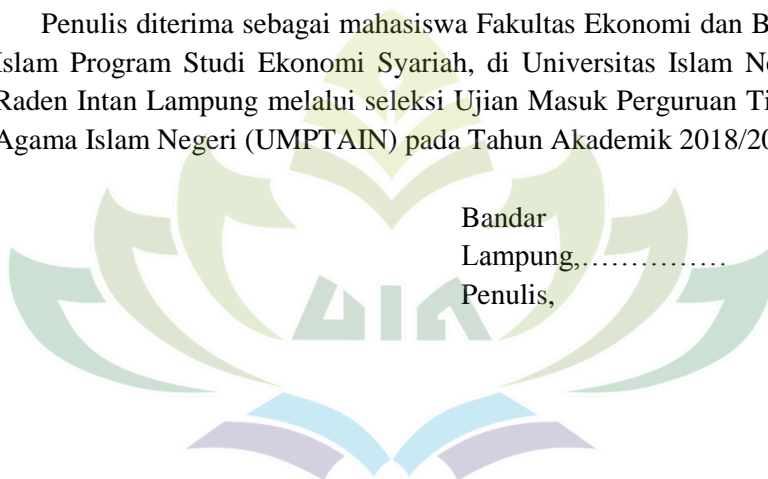
1. Kedua Orang Tuaku Ayahanda Rasibuan S.Pd.,M.M dan Ibunda Helia Sulasmi yang selalu memberikan semangat, cinta, kasih yang tulus, dan selalu mendoakan penulis. Berkat pengorbanan, jerih payah dan motivasi yang selalu diberikan sampai terselesaikan skripsi penulis. Semoga Allah senantiasa memberikan Rahmat-Nya, kesehatan, kemurahan rizki dan keberkahan umur kepada kalian berdua serta selaly dalam lindungan Allah SWT. *Aamin ya Rabbal'alamin.*
2. Kakek dan Nenek yang ku sayangi H. Abdurrahman dan Hj. Mashayanah dan Adik Adikku Aliyah Risanti Putri dan Muhammad Afif Ar Rasyid, yang selalu memberikan dukungan, nasehat dan bantuan dalam hal serta turut mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Almamaterku tercinta tempatku mencari Ilmu yang bermanfaat dunia akhirat UIN Raden Intan Lampung. Semoga selalu jaya dan dapat mencetak generasi – generasi terbaik.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis, Ahmad Arief Hidayatullah. Dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 27 Maret 2000. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Dari pasangan Bapak Rasibuan dan Ibu Helia Sulasmi, dengan riwayat pendidikan sebagai berikut:

1. SD Negeri 2 Labuhan Ratu selesai pada Tahun 2012
2. MTsN 1 Bandar Lampung selesai pada Tahun 2015
3. Man 2 Bandar Lampung selesai pada Tahun 2018

Penulis diterima sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung melalui seleksi Ujian Masuk Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (UMPTAIN) pada Tahun Akademik 2018/2019.



Bandar
Lampung,.....
Penulis,

Ahmad Arief Hidayatullah
NPM. 1851010276

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Ridho-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan kenikmatan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Saat Pandemi Covid – 19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Stud Pada Pengrajin Gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)”** dengan baik dan benar. Sholawat beriringan salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga kepada para sahabat, tabi’in. serta pengikut beliau.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E), atas terselesainya skripsi ini tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaian. Berikut ini secara rinci mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., MM., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa mengarahkan dan membimbing mahasiswanya dalam pengajaran yang baik.
3. Ibu Dr. Asriani, S.H. M.H. sebagai Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, arahan dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy. sebagai Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan memberikan masukan – masukan serta motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan

motivasi serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.

6. Pihak Aparatur Desa dan Para Pengrajin Gerabah di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian ini.
7. Teman Temanku Ekonomi Syariah E 2018 terimakasih atas kasih sayang, bantuan, dukungan, dan motivasi serta semangat yang kalian berikan.
8. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga kita selalu terikat dalam ukhuwah Islamiyah.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca.



Bandar
Lampung,.....
Penulis,

Ahmad Arief Hidayatullah
NPM. 1851010276

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
1. Analisis	1
2. Peran	1
3. Ekonomi Kreatif.....	1
4. Pendapatan	1
5. Pandemi Covid-19	1
6. Ekonomi Islam	2
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Batasan Masalah	6
D. Fokus Penelitian	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	7
H. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	8
I. Metode Penelitian	12
1. Jenis Penelitian	12
2. Tempat Penelitian	13
3. Sumber Data	13
4. Populasi dan Sampel.....	14
5. Teknik Pengumpulan Data	15
6. Pengolahan Data	16

7. Teknik Analisis Data	77
J. Sistematika Pembahasan	17

BAB II KERANGKA TEORITIK

A. Ekonomi Kreatif.....	19
1. Pengertian Ekonomi Kreatif	19
2. Sektor-Sektor Dalam Industro Kreatif	21
3. Pilar Ekonomi Kreatif Di Infonesia	25
4. Perkembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia	27
B. Pendapatan	29
1. Pengertian Pendapatan	29
2. Konsep Pendapatan Dalam Ekonomi Islam	31
3. Distribusi Pendapatan Dalam Islam	32
4. Faktor-Faktor Yang Mempengarhi Pendapatan	35
C. Industri	36
1. Pengertian Industri	36
2. Jenis-Jenis Industri	37
3. Industri Rumah Tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam	37
D. UMKM.....	38
1. Pengertian UMKM	38
2. Kriteria UMKM	39
3. Klasifikasi UMKM	41
4. Indikator Perkembangan Usaha	42
E. Ekonomi Islam	42
1. Definisi Ekonomi Islam	42
2. Tujuan Ekonomi Islam.....	43
3. Prinsip Ekonomi Islam.....	44

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Dusun Sidoarjo	47
1. Sejarah Singkat Perkembangan Masyarakat	47
2. Monografi Dusun Sidoharjo	47
3. Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Dusun Sidoharjo.....	51
4. Struktur Organisasi Dusun Sidoharjo	53

B. Penyajian Fakta Dan Data Penelitian.....	54
1. Produksi	54
2. Pasar Dan Pemasaran	57
3. Manajemen Dan Keuangan.....	58
4. Pemerintahan.....	59
5. Kondisi Ekonomi	59
6. Ekonomi Islam	60
7. Daftar Pendapatan Pengrajin.....	60
8. Industri Kerajinan Gerabah.....	62

BAB IV ANALISIS DATA

A. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan pendapatan Pengrajin	65
1. Produksi	66
2. Pasar Dan Pemasaran	67
3. Manajemen Dan Keuangan.....	68
4. Pemerintahan	69
5. Kondisi Ekonomi	69
B. Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.....	73
1. Produksi	73
2. Manajemen Dan Keuangan.....	74
3. Pemerintahan	74
4. Kondisi Ekonomi	75
5. Ekonomi Islam	76

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN	81
B. SARAN	82

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia	48
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama	50
Tabel 1.4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Etnis	51
Tabel 1.5 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian Pokok	51
Tabel 2.1 Harga Bahan Dasar.....	54
Tabel 2.2 Data Produksi Pengrajin Sofi Gerabah Sebelum Covid-19 dan Saat Covid-19.....	56
Tabel 2.3 Data Produksi Pengrajin Irawan Gerabah Sebelum Covid-19 dan Saat Covid-19.....	56
Tabel 2.4 Data Produksi Pengrajin Yanto Gerabah Sebelum Covid-19 dan Saat Covid-19.....	56
Tabel 2.5 Harga Jual Produk Gerabah.....	58
Tabel 2.6 Daftar Pendapatan Pengrajin Sebelum Covid-19 dan Saat Covid-19	60
Tabel 2.7 Daftar Upah Pekerja Sebelum Covid-19 dan Saat Covid-19	61
Tabel 3.1 Total Pembuatan Kerajinan Gerabah Sebelum Covid-19 dan Saat Covid-19.....	66
Tabel 3.2 Harga Jual Tertinggi Produk Kerajinan Gerabah	67
Tabel 3.3 Fluktuatif Pendapatan Pengrajin Sebelum Pandemi Covid-19 dan Saat Pndemi Covid-19.....	70
Tabel 3.4 Fluktuatif Pendapatan Karyawan Pengrajin Gerabah Sebelum Pandemi Covid-19 dan Saat Pandemi Covid-19	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Surat Permohonan Izin Riset

Lampiran 2 : Lembar Surat Balasan Izin Riset

Lampiran 3 : Pedoman Interview

Lampiran 4 : Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai tahapan awal guna mendapatkan informasi dan gambaran yang jelas serta memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan dalam beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini sebagai berikut :

1. Analisis

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.¹

2. Peran

Peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.²

3. Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah ekonomi berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia orang kreatif dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.³

4. Pendapatan

Pendapatan adalah banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu negara dalam periode tertentu.⁴

5. Pandemi Covid – 19

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada

¹Surna Tjahja Djajadiningrat et al., “Green Economy (Ekonomi Hijau)”, 2014.

²Maiti dan Bidinger, “Pengertian Peran”, Vol. 53 No. 9 (1981), hal. 1689–1699,.

³Anggri Puspita Sari et al., *Ekonomi Kreatif*, vol. 53 2020.

⁴Boediono, “Pengaruh biaya dan Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi”, Vol. bbb No. m (2002), hal. 14–42,.

manusia. Virus penyebab COVID-19 ini dinamakan Sars-CoV-2 dan telah menjadi pandemi dikarenakan jumlah kasus di dunia yang terkonfirmasi terus meningkat.⁵

6. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami.⁶

Jadi dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan, bahwa yang dimaksud dari judul skripsi ini adalah untuk mengetahui peran Ekonomi Kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin yang ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Ekonomi kreatif merupakan istilah baru dalam khasanah perekonomian di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari sisi proses serta pengerjaannya sebuah produk kreatif telah lama menjadi bagian dari kegiatan usaha kecil kerajinan secara keseluruhan, seperti: kerajinan cukli, kerajinan gerabah, kerajinan bambu, kerajinan batik, dan juga berbagai jenis kerajinan lainnya yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang menjadi bagian dari keseharian para pengrajin sejak dahulu. Kreatifitas dalam ekonomi kreatif menunjukkan suatu fenomena dimana seorang menciptakan suatu yang baru, baik dalam bentuk produk barang atau jasa, pekerjaan seniman, jenaka maupun dalam bentuk pemecahan masalah suatu persoalan atau suatu kebaruan barang dan jasa memiliki nilai ekonomi.⁷

Ekonomi Kreatif di Indonesia diuraikan dalam kronologis perhatian pemerintah pada tahun 2006 di mana Presiden Susilo

⁵Ririn Noviyanti Putri, "Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19", Vol. 20 No. 2 (2020), hal. 705, <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.1010>.

⁶B A B Ii, "Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam , (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 14. 1", n.d., hal. 22–76,.

⁷Umi Alifah, "PENGARUH KREATIVITAS PENGRAJIN GERABAH DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM", Vol. 3 No. 2 (2021), hal. 6,.

Bambang Yudhoyono menginstruksikan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesia Design Power oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan waktu itu, untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Tahun 2007 dilakukan peluncuran studi pemetaan kontribusi Industri Kreatif Indonesia, tahun 2008 dilakukan peluncuran Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 dan Cetak Biru Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia. Perancangan tahun Indonesia Kreatif tahun 2009, diadakan Pekan Produk Kreatif yang berlangsung setiap tahun.

Menurut UNCTAD dan UNDP dalam summary creative Economics Report, secara potensial ekonomi kreatif berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dimana ekonomi kreatif berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dimana ekonomi kreatif dapat mendorong penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan penerimaan ekspor. Selain itu, ekonomi kreatif juga dapat mempromosikan aspek – aspek (social inclusiomi), ragam budaya, dan pengembangan sumber daya manusia. Ekonomi kreatif saat ini mulai tumbuh dan berkembang menjadi sektor ekonomi yang memiliki peran penting bagi perekonomian di Indonesia.⁸

Kreatifitas dalam ekonomi kreatif menunjukkan suatu fenomena dimana seorang menciptakan suatu yang baru, baik dalam bentuk produk barang atau jasa, pekerjaan seniman, jenaka maupun dalam bentuk pemecahan masalah suatu persoalan atau suatu kebaruan barang dan jasa memiliki nilai ekonomi. Seseorang dikatakan kreatif apabila telah membuktikan sebagai orang yang memang (banyak) menghasilkan karya yang relatif baru. Kemampuan berkreasi dapat dikembangkan melalui pengalaman yang luas terutama pengalaman melihat dan mengamati berbagai hal yang relatif baru baginya. Seperti

⁸HASRA HARTINA, “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, Vol. 4 (2017), hal. 9–15,.

menciptakan industri kerajinan salah satunya adalah industri kerajinan pot bunga.⁹

Dalam kegiatan berekonomi, agama Islam memiliki aturan tersendiri dimana setiap individu diwajibkan untuk bekerja dengan tujuan memenuhi kebutuhan taraf hidup manusia dan juga untuk berinvestasi ke akhirat seperti bersedekah, infak, wakaf, dan lain-lain. Islam juga mengajarkan cara beraktivitas dalam ekonomi (muamalah) seperti pertanian, perindustrian, perkebunan serta perikanan. Dalam pandangan Islam, bekerja bukan hanya untuk mengejar kesenangan dunia saja seperti dalam hal mengambil keuntungan semata Tetapi juga merupakan suatu kewajiban, sehingga perlu perhatian bagaimana cara dan proses kerja yang di ridhoi oleh Allah, karena ekonomi Islam mengambil keuntungan yang halal dan jauh dari maisir, gharar dan riba.¹⁰

Sebagaimana yang disebutkan dalam QS. Al-Jumuah ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ
وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Apabila telah ditunaikan salat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung." (QS Al - Jumuah: 10)

Pembangunan ekonomi adalah suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk suatu masyarakat meningkat dalam jangka panjang. Salah satu tujuan penting dalam pembangunan ekonomi adalah penyediaan lapangan kerja yang cukup untuk mengejar pertumbuhan angkatan kerja lebih – lebih bagi negara berkembang terutama Indonesia dimana pertumbuhan angkatan kerja lebih cepat dari pertumbuhan Kesempatan kerja. Pemanfaatan sumber daya manusia yang ada pada sektor industri,

⁹ Umi Alifah, "PENGARUH KREATIVITAS PENGRAJIN GERABAH DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM", Vol. 3 No. 2 (2021), hal. 6.

¹⁰Kecamatan Indrajaya dan Kabupaten Pidie, "Seri Murni, Rekha | Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan P-ISSN 2746-489X E-ISSN 2774-5864", Vol. 2 (2021), hal. 32–44,.

merupakan kunci keberhasilan pencapaian tujuan pada sektor industri tersebut.¹¹

Konsep new normal dan kewirausahaan sosial agar memperoleh gambaran pendahuluan. Istilah new normal sudah ada dari dulu, digunakan untuk menjelaskan fenomena perubahan di dunia akibat adanya krisis ekonomi. Menurut Roger McNamee, new normal selalu akan terjadi di sepanjang kehidupan manusia. Sehingga manusia harus secara sabar belajar dan terus beradaptasi untuk mengembangkan respon yang tepat dalam menghadapi tuntutan perubahan yang terjadi. Bahkan, McNamee menambahkan, pengertian “normal” dari new normal berkaitan dengan skala waktu, berkaitan upaya manusia dalam mengembangkan perilaku yang sesuai untuk membuat kehidupan menjadi lebih baik dalam jangka panjang. Normalitas baru (New Norms) yang didengungkan serta diimplementasikan ke dalam aturan oleh beberapa pemerintah daerah dalam menjalani masa pandemi Covid-19, tidak semua pemerintah daerah memberlakukannya dalam bentuk aturan disertai punishment.

Pada krisis ekonomi pandemi corona, perhatiannya tidak hanya pada penanggulangan saja, namun penyebab krisis menjadi pusat perhatian sekaligus dan terjadi disemua negara sehingga permasalahannya kompleks. Penyebab krisis merupakan persebaran virus corona dengan sangat cepat tanpa diketahui obat ataupun vaksinya. Penyebab turunnya produktivitas masyarakat diakibatkan dua hal; sifat persebaran virus corona dan pengkondisian karakter lingkunganekonomi global dalam beberapa tahun terakhir yang mengedepankan peleburan batas antarnegara.¹²

Penopang perekonomian berupa upah atau gaji setelah melakukan pekerjaan atau setelah menjual produk atau bahan. Industri kerajinan gerabah dapat dijadikan wadah untuk

¹¹Rony Wijayanto, “Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Buruh Pengrajin Kuningan Pada Bagian Produksi Di Desa Cindogo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso”, 2015.

¹²Aryan Torrido, “Penanganan Dampak Sosial dan Ekonomi Akibat Pandemi Covid 19 melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial Studi: Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM)”, Vol. 1 (2021), hal. 79–92..

penyerapan tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran dan dapat meningkatkan pendapatan keluarga khususnya pengrajin gerabah di dusun sidoharjo desa negararatu.

Usaha gerabah ini tergolong usaha yang sudah banyak memiliki konsumen, kegiatan produksinya pun hampir dilakukan setiap hari jika cuaca mendukung. Hasil usahanya tersebut untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, tanpa adanya usaha lain hasil dari penjualan gerabah sudah dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, usaha ini belum dapat menjadikan tingkat ekonomi keluarga menjadi sejahtera.¹³ Dalam hal ini peneliti akan meneliti tentang Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam

C. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ditetapkan agar dalam penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sarasannya, ruang lingkup penelitian yang penulis lakukan terbatas pada :

1. Objek Penelitian adalah Pengrajin Gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negararatu Kecamatan Natar Lampung Selatan dalam rangka Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan.
2. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana peran Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan suatu pendapatan pengrajin gerabah pada masa pandemi Covid – 19.

D. Fokus Penelitian

Penelitian ini fokus pada Analisi Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Saat Pandemi Covid – 19 Dalam Perspektif Islam.

¹³ Umi Alifah, “PENGARUH KREATIVITAS PENGRAJIN GERABAH DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”, Vol. 3 No. 2 (2021), hal. 6.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin gerabah saat pandemi di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan?
2. Bagaimana ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin gerabah di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui peran Ekonomi Kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin gerabah di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
2. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam dalam peran Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin gerabah di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

G. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk memperkaya keilmuan di lingkungan UIN Raden Intan Lampung
 - b. Sebagai bahan pengkajian dalam bidang ekonomi syariah, khususnya dalam peran Ekonomi Kreatif di pengrajin gerabah pada saat pandemi covid – 19 di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan
 - c. Sebagai kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah, khususnya dalam peran Ekonomi Kreatif di pengrajin gerabah pada saat

pandemi covid – 19 di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
- b. Sebagai bahan rujukan atau referensi mengenai ekonomi syariah, khususnya peran Ekonomi Kreatif di pengrajin gerabah pada saat pandemi covid – 19 di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- c. Menjadi salah satu bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.

H. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan karya karya ilmiah terdahulu dari berbagai sumber yang relevan dan dapat dipertanggung jawabkan. Artinya pengambilan dan pencantuman hasil dari penelitian karya ilmiah terdahulu dalam skripsi ini didasarkan pada kemiripan tema, kata kunci, serta ditinjau dari dasar teori atau hasil-hasil penelitiannya. Serta disertai penjelasan tentang kontribusi yang akan diberikan oleh peneliti dalam membahas tema tersebut. Dengan demikian peneliti dapat menegaskan posisinya secara signifikan dalam mengembangkan pokok bahasan yang akan diteliti. Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk bisa melakukan penelitian, adapun hasil penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

NO	PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1	Nama : Seri Murni, Rekha Tahun : 2021	Tinjauan ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin dalam perspektif ekonomi islam dapat dilihat

<p>Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam , Universitas Islam Negeri Ar – Raniry, Banda Aceh</p> <p>Judul :</p> <p>ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PENGRAJIN DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM</p>	<p>dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) produksi yang dilakukan oleh pengrajin dengan cara halal dan memanfaatkan waktu kerja dengan baik sesuai dengan Q.S AtTaubah ayat 105. 2) pasar dan pemasaran, pengrajin menggunakan akad istisna' sehingga memudahkan para pembeli sesuai hadist yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, transaksi jual beli menggunakan akad atas dasar kerelaan 2 pihak. 3) Manajemen dan keuangan pada industri bordir belum memiliki struktur organisasi dan pencatatan atau pembukuan keuangan dalam bulanan maupun tahunan, sedangkan dalam islam menganjurkan untuk melakukan pencatatan sesuai dengan surah Al-Baqarah ayat 182. 4) kebijakan pemerintah telah melakukan usaha dalam mempromosikan hasil ekonomi kreatif industri bordir upaya untuk meningkatkan pendapatan pengrajin sesuai dengan Q.S An-nisa' ayat 59. 5) Kondisi ekonomi pengrajin bordir mulai membaik dan pendapatan mulai meningkat
---	---

		<p>dan juga tidak berlaku boros atau menghambur-hamburkan harta sesuai dengan Q.S Al-Isra' ayat 26 dan Q.S AlKafh ayat 27.</p> <p>6) Pendapatan, dalam islam dibolehkan untuk memiliki kekayaan sesuai dengan hadis shahih H.R Ibnu Majah no. 2141 dan Imam Ahmad 4/69 yang berarti boleh seseorang melakukan usaha untuk mendapatkan suatu penghasilan.¹⁴</p>
2	<p>Nama : Cahyo Tri Atmojo , Shanti Nugroho Sulistyowati</p> <p>Tahun : 2021</p> <p>Jurnal Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang</p> <p>Judul : KREATIVITAS PELAKU INDUSTRI EKONOMI KREATIF KABUPATEN JOMBANG DI MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF STRATEGI PROMOSI</p>	<p>Kreativitas pelaku industri ekonomi kreatif pada aspek promosi adalah dengan mendesain tampilan produk menjadi lebih menarik dan menggunakan Digital Marketing berupa media sosial yaitu instagram dan facebook menjadi alternatif solusi untuk mempromosikan produk. Hendaknya para pelaku industri ekonomi kreatif dapat mengembangkan keahlian dalam bidang desain. Hal ini ditunjang dengan adanya aplikasi pada HP android yang saat ini setiap pelaku usaha memiliki. Adanya promosi modern menggunakan media</p>

¹⁴ Kecamatan Indrajaya dan Kabupaten Pidie, "Seri Murni, Rekha | Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan P-ISSN 2746-489X E-ISSN 2774-5864", Vol. 2 (2021), hal. 32-44.,

		sosial hendaknya dapat menganalisa apa kekurangan dan kelebihan produk yang ditawarkan di masyarakat. ¹⁵
3	<p>Nama : Ulfi Jefria , Ibrohimb</p> <p>Tahun : 2021</p> <p>Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo</p> <p>Judul : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten</p>	<p>UMKM kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi Kecamatan Pulo Ampel, karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif Kecamatan Puloampel antara lain permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka. Solusi dari pihak pemerintah untuk kemajuan UMKM kreatif di Kecamatan Pulo Ampel yaitu dengan dilakukan antisipasi ke depan yang sifatnya kontinyu. Adapun solusi dari pihak akademisi pengamat UMKM</p>

¹⁵Cahyo Tri Atmojo dan Shanti Nugroho Sulistyowati, "Kreativitas Pelaku Industri Ekonomi Kreatif Kabupaten Jombang Di Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Strategi Promosi", Vol. 15 (2021), hal. 267-277, <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.26790>.

	<p>antara lain perlu dilakukan pemetaan industri kreatif yang ada di Kecamatan Pulo Ampel. Pemetaan disini bisa berupa pembagian cluster seperti: UMKM industri kreatif dan produktif dan sebagainya, memilih produk apa yang menjadi ciri khas Kecamatan Pulo Ampel, serta layak untuk dikembangkan, bagaimana cara mengenalkan produk kreatif tersebut ke luar daerah, setelah sudah terkenal baru dilakukan pembentukan sentra industri kreatif, memberdayakan sumber daya manusia agar kualitas produk tetap terjaga, memperkenalkan dilevel nasional.¹⁶</p>
--	---

Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu maka yang menjadi pembeda dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya, dimana peneliti memfokuskan pada peran ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan pengrajin Gerabah pada saat pandemi Covid – 19.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field Research). Selain lapangan penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (library research) sebagai pendukung dalam melakukan penelitian. Penulis menggunakan berbagai

¹⁶Ulfi Jefri dan Ibrohim Ibrohim, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten”, Vol. 7 No. 1 (2021), hal. 86, <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>.

literatur yang ada dipergustakaan yang relevan dengan masalah yang diangkat penulis.¹⁷

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

3. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dari informasi yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau pertama. Menurut Kuncoro, metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara *pasif* yakni melakukan pengumpulan data dengan mengobservasi karakter dengan alat mekanik atau manual, dan *aktif* yakni dilakukan dengan menanyai responden baik personal maupun tidak.¹⁸ Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah dengan menanyai kepada pengrajin gerabah untuk mengetahui jenis, jumlah barang yang di produksi, pemasaran dan pendapatan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.¹⁹ Data ini diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang telah ada diantaranya al-Quran, hadits, buku, majalah, artikel, internet dan jurnal.

¹⁷Milya Sari dan Asmendri, "Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA", Vol. 2 No. 1 (2018), hal. 15, (On-line), tersedia di: <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555/1159> (2018).

¹⁸Sinta Indi Astuti et al., "analisis standar pelayanan minimal pada instalasi rawat jalan kota semarang", Vol. 3 (2015), hal. 103–111,.

¹⁹Ninla Elmawati Falabiba et al., "Metode Penelitian Ekonomi Islam", Vol. 5 No. 2 (2014), hal. 40–51,.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data-data dari internet, jurnal, buku-buku dan hasil wawancara dari pihak pengrajin gerabah Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Kabupaten Lampung Selatan.

4. Populasi dan Sample

a. Populasi

Menurut Sugiyono Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.²⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin gerabah yang berada di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Lampung Selatan berjumlah 33 orang.

b. Sample

Sample merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Meskipun sample hanya merupakan bagian dari populasi, kenyataan – kenyataan yang diperoleh dari sample itu harus dapat menggambarkan dalam populasi. Dalam menentukan sample ada beberapa petunjuk yang digunakan antara lain : daerah generalisasi, sifat – sifat populasi, besar kecilnya sample dan teknik sample. Untuk lebih jelasnya kita dapat mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Arikunto menyatakan bahwa : “jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya di ambil keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa

²⁰ Maria Dimova Cookson dan Peter M.R. Stirk, “metode penelitian”, 2019, hal. 25–40,.

diambil 10- 15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.²¹ Dari pertanyaan tersebut, maka penulis untuk memperoleh data jumlah sample yang akan diteliti adalah sebanyak 33 orang. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sample penelitian sebagai unit observasi disebut juga sebagai teknik sensus.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam pengambilan data lapangan, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Interview

Interview atau wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik.²²

Interview yang penulis gunakan adalah interview bebas terpimpin, yaitu dalam interview bebas terpimpin ini penginterview membawa kerangka pertanyaan-pertanyaan untuk disajikan tetapi cara bagaimana pertanyaan-pertanyaan itu diajukan dan irama (taiming) interview sama sekali diserahkan kepada kebijaksanaan interviewer.²³

Metode interview yang digunakan merupakan metode utama dalam penelitian ini, karena dipandang perlu dan memegang peranan penting untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan sehingga data yang diperoleh akurat.

²¹ Chika Wahyuni et al., "PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK SECARA ONLINE DI KALANGAN MAHASISWA DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS LABUHANBATU)", Vol. 1 No. 11 (2022), hal. 1669–1676..

²²Kartini Kartono, "Pengantar metodologi riset sosial", 1990.

²³Sutrisno Hadi, "Metodologi research, jilid 2", 2004.

b. Metode Observasi

Metode Observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikhis dengan jalan pengamatan.²⁴

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipatif artinya observer tidak turut ambil bagian dalam perikehidupan orang yang diobservasi.²⁵ Metode ini digunakan untuk mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para pengrajin gerabah di Dusun Sidoharjo dalam meningkat pendapatan ekonomi.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.²⁶ Metode dokumentasi digunakan sebagai metode bantu untuk menggali data tentang Dusun Sidoharjo, seperti sejarah berdirinya, struktur kepengurusan, keadaan dan demografis, keadaan ekonomi, keadaan, pendidikan dan lain-lain.

6. Pengolahan Data

Data – data yang terkumpul kemudian diolah, pengolahan data di lakukan yakni dengan cara menimbang, menyaring, mengatur dan megklarifikasinya. Menimbang dan menyaring data adalah benar – benar memilih secara hati – hati data yang relevan, tepat dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Mengatur dan mengklarifikasikan, yaitu menggolongkan, menyusun, menurut aturan tertentu. Pada umumnya pengolahan data dilakukan dengan cara :

- a. Pemeriksaan data (Editing), yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, benar dan sesuai atau relevan dengan masalah.

²⁴Kartini Kartono, “Pengantar metodologi riset sosial”, 1990.

²⁵Ibid.

²⁶Arikunto Suharsimi, “metodelogi Penelitian”, 2006.

- b. Penandaan data (coding), yaitu memberikan catatan atau tanda yang menyatakan jenis sumber data, pemegang hak cipta, atau urutan rumusan masalah.
- c. Rekonstruksi data (reconstucting), yaitu menyusun ulang data secara teratur berulang, sehingga mudah dipahami.
- d. Sistematisasi data (sistemizing), yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data kualitatif adalah proses secara sistematis mencari dan mengolah berbagai data yang bersumber dari wawancara, pengamatan lapangan, dan kajian dokumen (pustaka) untuk menghasilkan suatu laporan temuan penelitian. Tentang Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Gerabah Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Dusun Sidoharjo Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan Data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif. Berfikir induktif adalah suatu cara berfikir yang berawal dari fakta-fakta yang khusus dan kongkrit kemudian dari fakta tersebut ditarik kesimpulan.

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat masalah, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan mengenai pembahasan peran ekonomi kreatif, peningkatan pendapatan, industri, umkm dan etika bisnis dalam islam.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, gambaran umum objek penelitian, penyajian fakta dan data penelitian.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Bab ini terdiri atas analisis penelitian dan penemuan penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang simpulan dan rekomendasi



BAB II

Kerangka Teoritik

A. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.²⁷

Menurut John Howkins dalam bukunya *Creative Economy, How People Make Money from Ideas* pada tahun 2001. Ekonomi kreatif diartikan sebagai menjadikan kegiatan ekonomi kedalam bidang kreativitas, serta lingkungan dan warisan budaya sebagai tumpuan masa depan. Kreativitas, budaya dan lingkungan inilah yang menciptakan citra dan nilai tambah pada suatu perekonomian. Intinya adalah produktivitas yang bersumber kepada orang-orang kreatif yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang dimilikinya.²⁸

Menurut Latuconsina, menyatakan bahwa sumberdaya manusia (SDM) kreatif adalah syarat untuk mengisi peranan di industri kreatif. Industri Kreatif adalah jalan untuk membangun ekonomi kreatif atau ekonomi berbasis pengetahuan. Dan ekonomi modal ini adalah fondasi ekonomi

²⁷ Anggri Puspita Sari et al., *Ekonomi Kreatif*, vol. 53 2020.

²⁸ Kecamatan Indrajaya dan Kabupaten Pidie, "Seri Murni, Rekha | Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan P-ISSN 2746-489X E-ISSN 2774-5864", Vol. 2 (2021), hal. 32-44.,

yang dibangun berdasarkan sinergisitas antaratalenta SDM dan keunggulan alam, yang ditandai dengan pertumbuhan cepat, penambah nilai yang tinggi, serta perspektif sosial yang positif.²⁹

Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

a. Kreativitas (Creativity)

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.³⁰

b. Inovasi (Innovation)

Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Sebagai contoh inovasi, cobalah melihat beberapa inovasi di video-video youtube.com dengan kata kunci “lifehack”. Di video itu diperlihatkan bagaimana suatu produk yang sudah ada, kemudian di-inovasikan dan bisa menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi dan lebih bermanfaat.

c. Penemuan (Invention)

Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan

²⁹Herie Saksono, “Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah”, Vol. 4 No. 2 (2012), hal. 93–104.,

³⁰ Anggri Puspita Sari et al., *Ekonomi Kreatif*, vol. 53 2020.

aplikasi-aplikasi berbasis android dan iOS juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari.³¹

2. Sektor – Sektor Dalam Industri Kreatif

Industri kreatif yang berkembang di Indonesia mengalami dua kali proses revisi. Pada awal tahun berdiri, industri kreatif terbagi menjadi 15 subsektor. Pada rencana pengembangan ekonomi kreatif 2015-2019, 15 subsektor tersebut dipecah menjadi 18 subsektor dengan memisahkan subsektor film, video, fotografi, dan animasi. Delapan belas subsektor industri kreatif yang dikembangkan di Indonesia antara lain:

a. Animasi

Kegiatan kreatif yang berkaitan animasi berbasis komputer dengan teknik pembuatan yang dapat ditayangkan di semua jenis media, yaitu: animasi layar lebar, animasi serial TV, animasi iklan, animasi web, dan animasi game, selama pembuatannya masih menggunakan komputer maupun gabungan antara komputer dan manual.

b. Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain interior, arsitektur lanskap, teknik sipil, dan teknik layanan bangunan. Secara spesialis, ilmu ini dapat dikembangkan pada teknik iluminasi, teknik akustik, teknik Façade, spesialis fasilitas, dan Experiential Graphic Design.

c. Desain

Kegiatan kreatif ini berkaitan dengan desain komunikasi visual, desain produk, dan desain interior. Subsektor ini memiliki keterkaitan dengan subsektor

³¹Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Ziyad Visi Media, 2016).

lain, seperti: penerbitan, periklanan, animasi, permainan interaktif, arsitektur, film, video, fotografi, desain kemasan, kerajinan, dan mode. Selain itu desain juga terkait dengan sektor ekonomi lainnya, misalnya: sektor otomotif, industri perhubungan, dan industri lainnya yang memiliki output berupa produk, visual, ataupun proses dan metode.

d. Fotografi

Kegiatan kreatif ini difokuskan pada fotografi profesional, yaitu fotografi jurnalistik, fotografi komersial, dan fotografi seni, yang meliputi seluruh genre dalam fotografi, yang didorong untuk untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing profesi fotografer Indonesia.

e. Musik

Kegiatan kreatif ini lebih menekankan pada pengembangan industri musik yang diharapkan dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi pelaku yang terlibat di dalamnya dan memberikan kualitas hidup bagi penikmatnya. Kegiatan ini menasar pada artis, penulis lagu, penulis lirik, penata musik, komposer, produser, sound engineer, music director, dan session player.

f. Kerajinan

Kegiatan kreatif ini berkaitan dengan kerajinan seni dan desain. Kerajinan seni mencakup pada limited edition craft dan individual craft berbentuk 2 dimensi (ukir, relief, lukisan ukiran), sedangkan kerajinan desain mencakup pada mass craft, limited editioncraft, dan individual craft berbentuk 3 dimensi (furniture, keris, perhiasan, toys, busana adat, kitchenwave, dan lain-lain)

g. Kuliner

Kegiatan kreatif ini memiliki 2 ruang lingkup, yaitu bidang jasa kuliner dan barang kuliner. Jasa kuliner meliputi restoran dan jasa boga, sedangkan barang kuliner meliputi specialty foods.

h. Mode

Kegiatan kreatif ini berkaitan dengan jenis proses, volume produksi, jenis produk, fungsi produk, dan segmen pasar. Fokus pengembangan mode adalah produk yang ready-to-wear, baik deluxe maupun mass production.

i. Penelitian dan pengembangan

Kegiatan kreatif ini di ditekankan pada penelitian terapan dan pengembangan. Keterterapan ilmu dapat disasarkan pada bidang sosial, humaniora, sains, dan teknologi & rekayasa.

j. Penerbitan

Kegiatan kreatif ini tidak hanya terfokus pada penerbitan buku, melainkan penerbitan media berkala, piranti lunak, permainan interaktif, atau penerbitan lainnya seperti musik, video, maupun film dan animasi.

k. Perfilman

Kegiatan kreatif ini mencangkup media perekaman dan media pertunjukan yang digunakan, narasi dalam film, format pembuatannya, genre, serta durasi dari film itu sendiri.

l. Periklanan

Kegiatan kreatif ini tidak hanya terbatas pada pemasaran produk/jasa tetapi juga berkembang menjadi pemasaran sosial, sarana membangun citra suatu perusahaan/individu (image marketing), kampanye politik dan juga membangun relasi dengan masyarakat. Kegiatan yang diselenggarakan oleh industri periklanan akan semakin luas dan menghasilkan konten (content), aplikasi digital, serta pengadaan event.

m. Permainan interaktif

Kegiatan kreatif ini mencangkup pada kategori permainan interaktif dengan platform: arcade, PC berbasis client dan media sosial serta mobile, untuk

semua genre dengan tujuan ditekankan pada kategori educational, advertising, serious, dan casual.

n. Seni pertunjukan

Kegiatan kreatif ini berkaitan dengan seni pertunjukan itu sendiri, perkembangan atau genre, pengelolaan kelompok, gubahan bentuk, serta berdasarkan bentuk penyajian dan konsumsi. Seni pertunjukan disajikan sebagai produk seni yang dipentaskan untuk dinikmati/dikonsumsi sebagai produk seni, bukan sebagai jasa seni. Seni pertunjukan sebagai jasa dapat dilihat pada seni pertunjukan sebagai pengisi acara even 716 non-seni budaya, pengisi acara TV, wedding singer, dan home band. Fokus pengembangan seni pertunjukan antara lain: tari, teater, musik, dan lintas disiplin (wayang, sendratari, sastra lisan).

o. Seni rupa

Kegiatan kreatif ini berkaitan dengan seni rupa modern dan kontemporer yang berdasar pada nilai-nilai seni murni, dengan menyertakan Seni Rupa Tradisional sebagai sektor yang menjadi inspirasi, melingkupi: seluruh lingkup akademis, yaitu seni terapan dan seni murni; dan lingkup produk, baik itu sebagai karya seni maupun sebagai produk pengetahuan.

p. Teknologi informasi

Kegiatan kreatif ini dikelompokkan berdasarkan kelompok industri, kelompok jenis layanan dan produk serta jenis layanan dan produk yang terkait dengan industri teknologi informasi. Fokus pengembangan antara lain: produk perangkat lunak dan jasa terkait perangkat lunak.

q. Televisi dan radio

Kegiatan kreatif ini berfokus pada pengembangan konten, bukan pada kegiatan penyiarannya. Ruang lingkup konten televisi mencakup empat kategori besar, yaitu berita lunak, program hiburan, permainan, serta musik dan pertunjukan, sedangkan konten radio

mencakup: berita, siaran lepas, siaran dengan naskah, dan musik.

r. Video

Kegiatan ini memiliki ruang lingkup yang dapat ditinjau berdasarkan model bisnis dan pengelolaannya, tujuannya, dan genre dari konten video tersebut. Pengembangan video difokuskan pada video komersial, video dan media baru, dan video dokumentasi.³²

3. Pilar Ekonomi Kreatif di Indonesia

Seperti halnya sebuah rumah yang membutuhkan pilar untuk bisa tetap berdiri tegak, ekonomi kreatif memiliki 5 pilar yang perlu terus diperkuat sehingga industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang mencapai visi dan misi ekonomi kreatif Indonesia 2025. Kelima pilar ekonomi kreatif tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Sumber Daya (Resources)

Sumber daya yang dimaksudkan disini adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani juga bisa menjadi landasan dari industri kreatif karena sumber daya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi input penunjang dalam industri kreatif. Era ekonomi kreatif juga mendapatkan warisan dampak dari era industrialisasi seperti pemanasan global. Pemanasan global di seluruh dunia membangkitkan kesadaran kolektif dari warga dunia dan menghasilkan pandangan politis mengenai penyelamatan bumi. Sehingga, dalam membangun industri kreatif yang berbasis fisik, alangkah lebih baik apabila ditunjang dengan pola pikir pembangunan yang ramah lingkungan.

³²Pairun Roniwijaya et al., “Eksplorasi sub-sub sektor industri kreatif di pusat-pusat keramaian kabupaten kulon progo”, No. January (2017), hal. 712–720, (Online), tersedia di: <https://media.neliti.com/media/publications/174141-ID-eksplorasi-sub-sub-sektor-industri-kreat> (2017).

b. Industri (Industry)

Pada prinsipnya, industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Perlunya pengupayaan agar terbentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor yang dituju. Pilar Industri ini dimasukkan ke dalam buku ini karena pemahaman bahwa produk kreatif adalah hasil suatu kreativitas dikalikan dengan transaksi riil. Ini mengindikasikan adanya faktor kreasi dan originalisasi yang memiliki potensi kapital dan/atau yang diproduksi sedemikian rupa untuk dikomersialisasikan.

c. Teknologi (Technology)

Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi ini akan merupakan enabler untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata. Teknologi dimasukkan kedalam pilar karena fungsinya sebagai kendaraan dan perangkat (tools) bagi pengembangan landasan ilmu pengetahuan. Teknologi bisa dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi.

d. Institusi (Institution)

Institution atau institusi dalam pilar pembangunan industri kreatif dapat didefinisikan sebagai tatanan sosial dimana termasuk di dalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal –seperti sistem nilai, adat

istiadat, atau norma - maupun formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan. Industri kreatif memajukan ide-ide yang dapat dieksploitasi menjadi potensi ekonomi. Dengan demikian peranan hukum dalam memproteksi ide-ide sangat penting. Perlindungan ide dengan alur Hak Kekayaan Intelektual. Namun, yang menjadi perhatian penulis disini, ialah jangan hanya tertuju pada Hak Kekayaan Intelektual, karena HKI bukanlah poin utama dari industri kreatif, yang lebih penting adalah bagaimana insan Indonesia menggunakan proses kreatif di dalam kehidupan sehari-hari, baik secara keilmuan, industri maupun komersial. Oleh karena itu, pendaftaran HKI pada produk ada proporsi-proporsi tertentu. Sebisanya mungkin industri kreatif di Indonesia juga mampu membangun landasan HKI yang bersifat ketimuran yang kuat, karena HKI di dunia timur banyak berupa nilai-nilai kearifan budaya lokal yang bersifat kebersamaan (togetherness) dan berbagi (sharing).

e. Lembaga Keuangan (Financial Institution)

Lembaga keuangan adalah lembaga yang berperan menyalurkan pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal atau ekuitas maupun pinjaman atau kredit. Lembaga keuangan merupakan salah satu endorsement dalam perjalanan suatu industri kreatif dan salah satu elemen penting untuk untuk menjembatani kebutuhan keuangan bagi pelaku dalam industri kreatif.³³

4. Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Pembangunan ekonomi kreatif telah dimulai sejak era presiden keenam Republik Indonesia, dan dilanjutkan kembali oleh Presiden RI Joko Widodo. Ekonomi kreatif mampu meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) yang dimiliki beberapa sektor penting di Indonesia. Kementerian

³³ Anggri Puspita Sari et al., *Ekonomi Kreatif*, vol. 53 2020.

Perindustrian RI mencatat bahwa pada Tahun 2012 kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB naik mencapai Rp574 triliun atau kurang lebih 7%, selain itu sektor ekonomi kreatif mampu menyerap 11,8 juta pekerja. Industri kreatif yang berkembang di Indonesia pernah menduduki peringkat 6 dari 10 dibandingkan dengan industri lainnya pada Tahun 2002-2008. Data yang dihasilkan United Nation Tahun 2003 menyebutkan bahwa 50% dari belanja negara G7 (Amerika Serikat, Inggris, Perancis, Kanada, Italia, dan Prancis) berasal dari produk industri kreatif.

Pengelolaan ekonomi kreatif sekarang ini berbadan organisasi sendiri setelah melepas dari Kementerian Pariwisata. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) merupakan badan yang pertama kali dibentuk oleh Presiden Joko Widodo sebagai lembaga pemerintah nonkementerian yang berada di bawah dan tanggung jawab Presiden dan pemerintah bidang pariwisata. Bekraf mempunyai tugas utama membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan mensinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif yang berkaitan kepada 18 subsektor yang dirancang jangka panjang hingga Tahun 2025.

Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia sejalan dengan bertumbuhnya penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Produktivitas tenaga kerja pada sektor industri kreatif terbilang cukup baik. Hasil laporan Mari (2008) menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas tenaga kerja dimulai dari Tahun 2006 dapat mengungguli sektor pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan, jasa kemasyarakatan, perdagangan, hotel, dan restoran. Ini menandakan bahwa kehadiran industri kreatif dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.³⁴

³⁴ Pairun Roniwijaya et al., “Eksplorasi sub-sub sektor industri kreatif di pusat-pusat keramaian kabupaten kulon progo”, No. January (2017), hal. 712–720, (On-line), tersedia di: <https://media.neliti.com/media/publications/174141-ID-eksplorasi-sub-sub-sektor-industri-kreat> (2017).

B. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan dapat didefinisikan juga sebagai total penerimaan sejumlah uang yang diterima oleh individu atau rumah tangga dalam periode tertentu. Pendapatan bisa diterima dalam bentuk uang maupun bukan bentuk uang. Dalam bentuk bukan uang seseorang bisa menerima seperti barang, tunjangan beras, gas, minyak makan dan lain sebagainya. Penerimaan tersebut bisa mereka dapatkan dari usaha atas penjualan barang atau jasa yang telah mereka lakukan.³⁵

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).³⁶ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.³⁷

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.³⁸

Pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti dan sewa. Pendapatan merupakan hal

³⁵ Kecamatan Indrajaya dan Kabupaten Pidie, “Seri Murni, Rekha | Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan P-ISSN 2746-489X E-ISSN 2774-5864”, Vol. 2 (2021), hal. 32–44,.

³⁶Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, “Kamus Besar BahasaIndonesia, Jakarta, Balai Pustaka, 2008”, Vol. 330 (n.d.).

³⁷Asril Maulana, “Analisis Pendapatan dan Beban Operasional dalam Meningkatkan Laba Operasional pada PT. Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (PT KPB Nusantara).”, Vol. 1 No. 2 (2018), hal. 25–27,.

³⁸Sukirno Sadono, “Teori Pengantar Makro Ekonomi”, 2005.

yang penting karena pendapatan adalah objek atas aktivitas perusahaan.³⁹

Menurut FASB (Financial Accounting Standard Board) yang dikemukakan oleh Harahap, “Pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan nilai asset dari suatu entitas atau penyelesaian kewajiban dari entitas atau gabungan keduanya selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atas pelaksana kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan.”⁴⁰

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 di kaitkan dengan kerja dan kepemilika pribadi.⁴¹

Allah SWT mengaruniakan kekayaan dan kehidupan yang nyaman, khusus bagi hamba – Nya yang beriman dan ertakwa sebagai balasan atas amal shalis dan syukurnya. Sedangkan kehidupan yang sempit, kemiskinan dan kelaparan sebagai hukuman yang dipercepat Allah SWT bagi mereka yang berpaling dari jalan. Sesuai Firman Allah SWT Q.S Ath – Thalaq : 3

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۚ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ
بَالِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Dan Dia memberikan rezeki dari arah yang tidak disangka – sangkanya, Dan barang siapa bertawakal kepada Allah SWT, niscaya Allah SWT akan mencukupkan (Keperluan)nya. Sungguh, Allah SWT telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu.

³⁹Lester A. Myers, “Financial Accounting Standards Board”, 2013, hal. 7–38.,

⁴⁰Ibid.

⁴¹Edwin Nasution Mustafa, “Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam”, 2007.

2. Konsep Pendapatan Dalam Ekonomi Islam

Idris menjelaskan bahwa keadilan distribusi merupakan tujuan utama pembangunan yang menuntut kepribadian umat islam untuk merealisasikanya walaupun itu sangat berkaitan dengan tingkat rata-rata pertumbuhan riil, islam sangat mendukung adanya distribusi pendapatan. Islam tidak setuju dengan pendapat yang mengatakan bahwa masyarakat harus memiliki pendapatan yang seimbang antara satu dengan lainnya, boleh saja asalkan setelah selisih kekayaan dengan pendapatan terpenuhinya had al-kifayah, dengan adanya kebutuhan ini masyarakat jadi tergerak untuk mencari nafkah dan bekerja. Islam agama yang sempurna, umat Islam bisa punya hak milik atas hartanya masing-masing dengan syarat harta tersebut harus di bayar zakat dan dibagi untuk kaum yang membutuhkannya karna dalam harta tersebut bukan hak sempurna bagi pemiliknya banyak tangan-tangan yang masih memerlukan bantuan dari kita sesama muslim.⁴²

Pendapatan atau upah juga dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian. Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para majikan tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan.

Dalam Islam juga dianjurkan untuk selalu melakukan peningkatan ekonomi, sebagaimana firman Allah yang lain dalam surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-

⁴² Kecamatan Indrajaya dan Kabupaten Pidie, “Seri Murni, Rekha | Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan P-ISSN 2746-489X E-ISSN 2774-5864”, Vol. 2 (2021), hal. 32–44.,

suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dalam pandangan Al-Qurthubi dalam Haris Faulidi mengatakan perdagangan yang didalamnya dengan bentuk jual beli yang dibolehkan dan memiliki tujuan dalam meningkatkan perekonomian, dari ayat di atas dijelaskan bahwa perdagangan merupakan suatu usaha dalam meningkatkan perekonomian dan salah satu profesi yang telah dihalalkan oleh Allah dengan syarat semua aktifitas yang dilakukan harus berlandaskan dengan ikhlas dan akad yang jelas dan bebas dari unsur riba.⁴³

3. Distribusi Pendapatan Dalam Islam

Distribusi pendapatan menurut ahli ekonomi adalah setiap kegiatan menyalurkan barang dan jasa, dari produsen (penghasil) ketangan konsumen (pemakai) yang membutuhkannya. Pengertian distribusi pendapatan, tidak terlepas dari pembahasan mengenai konsep moral ekonomi yang dianut. Dalam Islam kekayaan dan pendapatan harus didistribusikan secara merata untuk mencapai keadilan distribusi dan sosioekonomi yang didasarkan pada komitmennya yang pasti terhadap persaudaraan kemanusiaan. Berbeda dengan kepedulian kapitalis kepada keadilan sosioekonomi dan distribusi yang merata, ia tidak didasarkan pada komitmen spiritual terhadap persaudaraan kemanusiaan. Ia lebih disebabkan karena tekanan kelompok.⁴⁴

Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum. Sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik (nisab) adalah hal yang paling mendasari dalam sistem distribusi dan redistribusi kekayaan,

⁴³Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis e-commerce perspektif Islam*, (Magistra Insania Press bekerjasama dengan Magister Studi Islam Universitas ..., 2004).

⁴⁴Muhammad Umer Chapra, *Sistem moneter islam*, (Gema Insani, 2000).

setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.⁴⁵

Distribusi dalam konteks rumah tangga akan sangat terkait dengan terminologi shadaqah. Shadaqah disini bukan berarti sedekah dalam bahasa indonesia. Karena shadaqah dalam konteks terminologi Al-qur'an dapat dipahami dalam dua aspek yaitu : shadaqah wajibah dan shadaqah nafilah.

a. Shadaqah wajibah

Shadaqah wajibah yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan instrumen distribusi pendapatan berbasis kewajiban yang khusus dikenakan bagi orang muslim.⁴⁶ Adapun jenis - jenis Shadaqah wajibah adalah :

1) Nafaqah

Kewajiban tanpa syarat dengan menyediakan segala kebutuhan yang diperuntukkan bagi orang-orang atau keluarga terdekat, seperti istri dan anak.

2) Zakat

Kewajiban seorang muslim untuk menyisihkan sebagian hartanya untuk diberikan/didistribusikan kepada kelompok tertentu yang sudah disebutkan dalam Al-qur'an (delapan ashnaf).

3) Udhiyah

Kurban binatang ternak pada saat hari raya idul adha dan hari tasyrik. Binatang ternak yang dikeluarkan minimalnya adalah seekor kambing.

4) Warisan

Pembagian harta kepemilikan dari seseorang setelah ia meninggal dunia kepada keluarga yang ditinggalkannya atau biasa disebut ahli waris.

⁴⁵Zuraidah Zuraidah, "Penerapan Konsep Moral dan Etika dalam Distribusi Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam", Vol. 13 No. 2 (2013), hal. 137-153..

⁴⁶Ahmad Ubaidillah, "Metodologi Ilmu Ekonomi Islam Monzer Kahf", Vol. 3 No. 1 (2018).

5) Musaadah

Pemberian bantuan kepada orang yang terkena musibah. Syaratnya adalah bantuan yang diberikan merupakan sesuatu yang masih layak dan masih bermanfaat (jika dalam bentuk barang)

6) Jiwar

Pemberian bantuan kepada tetangga, atau bantuan yang berkaitan dengan urusan ketetanggaan. Islam sangat mengatur urusan bertetangga. Karena tetangga merupakan orang terdekat yang ada di lingkungan kita.

7) Diyafah

Memberikan jamuan kepada tamu yang datang. Hal ini tidak menentukan kondisi perekonomian tertentu dari rumah tangga seseorang. Dalam memberikan jamuan tidak diperkenankan membedakan jamuan untuk tamu yang kaya dan yang miskin.

b. Shadaqah nafilah

Shadaqah nafilah yaitu bentuk bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan instrumen distribusi pendapatan berbasis amal kreatif. Yang termasuk kedalam Shadaqah nafilah adalah :

1) Infaq

Sedekah yang dapat diberikan kepada pihak lain jika kondisi keuangan rumah tangga sudah berada diatas nisab.

2) Akikah

Yaitu memotong seekor kambing untuk anak perempuan dan dua ekor kambing untuk anak laki-laki yang baru dilahirkan.

3) Wakaf

Memberikan bantuan kepemilikan untuk kesejahteraan masyarakat umum. Harta wakaf boleh berbentuk tanah, gedung, barang ataupun aset lainnya yang memiliki nilai manfaat.

4) Wasiat

Bentuk pemberian harta dari seseorang yang sudah meninggal dunia yang diberikan kepada selain ahli waris yang besarnya tidak boleh lebih dari $\frac{1}{3}$ dari harta yang ditinggalkan.⁴⁷

4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Kondisi dan kemampuan penjualan
- b. Kondisi pasar
- c. Modal
- d. Kondisi operasional perusahaan

Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

a. Produk

Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

b. Harga

Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

c. Distribusi

Prantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan promosi.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan,

⁴⁷Indah Fitriani Munawaroh Situmeang, “Konsep Distribusi Pendapatan Dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Perspektif Muhammad Abdul Mannan”, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018).

mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan⁴⁸

C. Industri

1. Pengertian Industri

Industri menurut Islam adalah tempat untuk melakukan aktifitas proses pengolahan dari produksi, biasanya berkaitan dengan apa yang diproduksi.⁴⁹ Menurut Maghfur Wachid, industri dilihat dari segi industri itu sendiri merupakan hak milik pribadi. Sebab, industri merupakan barang yang bisa dimiliki secara pribadi.⁵⁰ Menurut Ahmad Ifham Sholihin yang dimaksud dengan industri adalah kegiatan ekonomi yang menghasilkan barang atau jasa (industri).⁵¹

Menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.⁵² Menurut Hadi Sasrawan yang mengutip pendapat para ahli, diantaranya Teguh S. Pambudi mengatakan industri adalah sekelompok perusahaan yang bisa menghasilkan sebuah produk yang dapat saling menggantikan antara yang satu dengan yang lainnya. Menurut Hinsa Sahaan, industri adalah bagian dari sebuah proses yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi sehingga menjadi sebuah barang baru yang memiliki nilai lebih bagi kebutuhan masyarakat.⁵³

⁴⁸ Asril Maulana, *Loc.Cit.*

⁴⁹AMIN KHOIRUL, “PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT ISLAM MELALUI INDUSTRI SABUT KELAPA (Studi Di Desa Kampung Baru Kecamatan Marga Punduh Kabupaten Pesawaran)”, (UIN Raden Intan Lampung, 2021).

⁵⁰Taqyuddin An-Nabhani, “Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam”, 1996.

⁵¹Ahmad Ifham Sholihin, *Buku pintar ekonomi syariah*, (Gramedia Pustaka Utama, 2013).

⁵²Presiden Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia, “Undang Undang No. 5 Tahun 1984 Tentang: Perindustrian”, 1984.

⁵³Tahar Rachman, “industri”, 2018, hal. 10–27.,

2. Jenis – Jenis Industri

Jumlah dan jenis – jenis industri berbeda – beda untuk setiap daerah atau Negara tergantung pada sumber daya yang tersedia dan dimiliki. Menurut Abdurachmat dan Maryani (1997) jenis industri berdasarkan sifat bahan mentah dan sifat produksinya, jenis industri diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

- a. Industri Primer, yaitu industri – industri yang mengolah bahan mentah hasil produksi sektor primer baik dari pertanian, perikanan, peternakan, kehutanan, maupun pertambangan. Industri ini pada umumnya lebih berorientasi kepada bahan mentah dan di tempatkan.
- b. Industri Sekunder, yaitu industri – industri yang mengolah lebih lanjut hasil – hasil indutri lain (industri primer) bahan bakunya adalah barang jadi atau setengah jadi yang diproduksi industri lain. Pada umumnya ditempatkan berdekatan dengan industri- industri yang menghasilkan bahan bakunya.⁵⁴

3. Industri Rumah Tangga Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Menurut Mannan proses produksi usaha kerjasama antara para anggota masyarakat untuk menghasilkan barang dan jasa bagi kesejahteraan ekonomi mereka. Nilai persaudaraan, jika diaplikasikan ke dalam lingkungan ekonomi, akan melahirkan lingkungan kerjasama, bukan persaingan, penyebaran lebih luas atau “Sosialisasi sarana produksi”, bukan kontrobusi maupun eksploitasi sumber daya alam (dan manusia) lebih lanjut.⁵⁵

Begitupun dalam proses produksi yang dilakukan industri rumah tangga. Segala bentuk kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh industri rumah tangga juga harus memiliki nilai manfaat, tidak hanya samata – mata memaksimalkan keuntungan sebagai motif utama meskipun sangat banyak kegiatan produktif. Tidak

⁵⁴Ibid.

⁵⁵Aslam Haneef, “Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer. Jakarta: PT”, (Rajawali Press, 2010).

seperti halnya konvensional yang dalam kegiatan ekonominya hanya memaksimalkan keuntungan.⁵⁶

Ekonomi Islam berdiri di atas kepercayaan bahwa Allah adalah satu – satunya pencipta, pemilik dan pengendali alam raya yang dengan takdir-Nya menghidupkan serta mematikan dengan ketetapan-Nya. Dengan keyakinan akan peran dan kepemilikan absolut dari Allah, Rabb semesta alam, maka konsep produksi di dalam ekonomi Islam tidak semata - mata hanya untuk memaksimalkan keuntungan dunia, tetapi lebih penting untuk mencapai maksimalisasi keuntungan dunia, tetapi lebih penting untuk mencapai maksimalisasi keuntungan akhirat.⁵⁷

D. UMKM

1. Pengertian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.1 Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.⁵⁸

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

⁵⁶Mustafa Edwin, “Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam”, 2007.

⁵⁷Elis Susanti, “Analisis Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Way Kanan Tahun 2010-2015 Perspektif Ekonomi Islam”, (UIN Raden Intan Lampung, 2017).

⁵⁸Tulus T H Tambunan, “UMKM di Indonesia, cetakan pertama”, 2009.

baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.⁵⁹ Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000,.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.⁶⁰

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.⁶¹

2. Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Undang-Undang Nomor Tahun, “tentang UMKM”, Vol. 6 (2008).

⁶¹ Aditia Iqbal Firmansyah, “Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung”, Vol. 53 No. 9 (2019), hal. 1689–1699,.

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 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. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:
 - 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 juta rupiah)

sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁶²

3. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):⁶³

- a. Livelihood Activities, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- b. Micro Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).⁶⁴

⁶² Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*, (Lp3es, 2012).

⁶³ Ade Resalawati, "Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM di Indonesia", 2011.

⁶⁴ Aditia Iqbal Firmansyah, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung", Vol. 53 No. 9 (2019), hal. 1689–1699,.

4. Indikator Perkembangan Usaha

Menurut Jeaning Beaver dalam Muhammad Sholeh, tolok ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan (2008: 25). Tolok ukur perkembangan usaha haruslah merupakan parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat nisbi atau bahkan bersifat maya yang sulit untuk dapat dipertanggungjawabkan. Semakin konkrit tolok ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diraihnya keberhasilan tersebut. Para peneliti (Kim dan Choi, 1994; Lee dan Miller, 1996; Lou, 1999; Miles at all, 2000; Hadjimanolis, 2000) menganjurkan peningkatan omset penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha.⁶⁵

E. Ekonomi Islam

1. Definisi Ekonomi Islam

Istilah ekonomi Islam berasal dari dua kata ekonomi (terjemahan economics, economic, dan economy) dan Islam (terjemahan Islam). Islam berarti penyerahan diri kepada Allah SWT. Sebagaimana tercantum dalam Al-Quran surat Ali Imran, yang artinya “sesungguhnya agama (yang diridhai) di sisi Allah adalah Islam...” Islam adalah suatu ajaran yang bersifat penyerahan tunduk dan patuh, terhadap perintah-perintah untuk dilaksanakan oleh setiap manusia. Dari kata tersebut terbentuk suatu istilah baru yaitu ekonomi Islam.⁶⁶

Menurut Muhammad Abdullah Manan menyatakan bahwa ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Menurut Muhammad Nejatullah Ash-Sidiqy menyatakan ekonomi Islam adalah respon

⁶⁵ Isnaini Nur Aini, “Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sebelum Dan Sesudah Menerima Pembiayaan Musyarakah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Bmt (Studi Kasus: Bmt Beringharjo Yogyakarta)”, 2021, hal. 2013–2015,.

⁶⁶ Abdul Aziz, “Ekonomi Islam: analisis mikro & makro”, 2008.

pemikiran muslim terhadap tentang ekonomi pada manusia tertentu. Dalam usaha keras ini mereka dibantu oleh Al-Qur'an dan Sunnah, akal (ijtihad) dan pengalaman.⁶⁷

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang multidimensi/interdisiplin, komprehensif, dan saling integrasi, meliputi ilmu Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah, dan juga ilmu rasional (hasil pemikiran dan pengalaman manusia), dengan ilmu ini manusia dapat mengatasi masalah-masalah sumber daya untuk mencapai falah (kebahagiaan).⁶⁸

2. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan ekonomi islam tidak bisa dilepaskan dari tujuan penciptaan manusia di muka bumi. Ini karena, kegiatan berekonomi tidak bisa dipisahkan dari aktivitas manusia di muka bumi. Inilah mengapa islam juga mengatur segala sesuatunya yang berkaitan dengan aktivitas manusia dalam berekonomi.⁶⁹

Tujuan yang ingin dicapai dalam suatu sistem ekonomi Islam berdasarkan konsep dasar dalam Islam, yaitu tauhid dan berdasarkan rujukan pada Al-Qur'an dan Sunnah seperti memenuhi kebutuhan dasar manusia, meliputi pangan, sandang, papan, kesehatan, dan pendidikan untuk setiap lapisan masyarakat. Memastikan kesetaraan kesempatan untuk semua orang dan memastikan kepada setiap orang kebebasan untuk mematuhi nilai-nilai moral.⁷⁰

Islam menghendaki bahwa setiap aktivitas manusia tidak hanya bernilai duniawi (material) semata, tetapi seharusnya juga bernilai spiritual. Termasuk juga dalam setiap aktivitas berekonomi, harus juga membawa muatan spiritual, dalam arti

⁶⁷ Edwin Nasution Mustafa, *Loc.Cit.*

⁶⁸ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic economics: ekonomi syariah bukan opsi, tetapi solusi!*, (Bumi Aksara, 2009).

⁶⁹ Arif Wibowo, "Tujuan Ekonomi (Dan Keuangan) Islam", 2012, hal. 1-9,.

⁷⁰ Rianto M Nur, "Pengantar Ekonomi Syariah", 2015.

harus terdapat kesesuaian dengan tujuan dan nilai-nilai Islam. Tujuan dan nilai-nilai ekonomi Islam adalah:

- a. Kesejahteraan ekonomi dengan berpegang pada norma moral
- b. Persaudaraan dan Keadilan
- c. Kesetaraan distribusi pendapatan
- d. Kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial.⁷¹

3. Prinsip Ekonomi Islam

Menurut M. Umar Chapra, sebagaimana dikutip oleh Neni Sri Imaniyati, prinsip ekonomi Islam, yaitu :

a. Prinsip Tauhid

(Keesaan Tuhan) Prinsip tauhid dalam ekonomi Islam sangat esensial sebab prinsip ini mengajarkan kepada manusia agar dalam hubungan kemanusiaan (hubungan horizontal), sama pentingnya dengan hubungan dengan Allah (hubungan vertikal) dalam arti manusia dalam melakukan aktivitas ekonominya didasarkan pada keadilan sosial yang bersumber kepada Al-Qur'an. Lapangan ekonomi (economic court) tidak lepas dari perhatian dan pengaturan Islam. Islam melandaskan ekonomi sebagai usaha untuk bekal beribadah kepada-Nya. Dengan kata lain, tujuan usaha dalam Islam tidak semata-mata untuk mencapai keuntungan atau kepuasan materi (hedonism) dan kepentingan diri sendiri (individualis), tetapi juga kepuasan spiritual yang berkaitan erat dengan kepuasan sosial atau masyarakat luas. Dengan demikian, yang menjadi landasan ekonomi Islam adalah tauhid ilahiyah.

b. Prinsip Perwakilan (Khilafah)

Manusia adalah Khalifah (wakil) Tuhan di muka bumi. Manusia telah dibekali dengan semua karakteristik mental dan spiritual serta materi untuk memungkinkan hidup dan mengemban misinya secara efektif.

⁷¹ Arif Wibowo, "Tujuan Ekonomi (Dan Keuangan) Islam", 2012, hal. 1–9.

c. Prinsip Keadilan ('Adalah)

Keadilan adalah salah satu prinsip yang penting dalam mekanisme perekonomian Islam. Bersikap adil dalam ekonomi tidak hanya didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an atau Sunnah Rasul tapi juga berdasarkan pada pertimbangan hukum alam, alam diciptakan berdasarkan atas prinsip keseimbangan dan keadilan. Adil dalam ekonomi bisa diterapkan dalam penentuan harga, kualitas produksi, perlakuan terhadap para pekerja, dan dampak yang timbul dari berbagai kebijakan ekonomi yang dikeluarkan. Penegakkan keadilan dan pembasmi bentuk diskriminasi telah ditekankan oleh Al-Qur'an, bahkan salah satu tujuan utama risalah kenabian adalah untuk menegakkan keadilan.

d. Prinsip Tazkiyah

Tazkiyah berarti penyucian (purification). Dalam konteks pembangunan, proses ini mutlak diperlukan sebelum manusia diserahi tugas sebagai agen of development. Jikalau proses ini dapat terlaksana dengan baik, apapun pembangunan dan pengembangan yang dilakukan oleh manusia tidak akan berakibat kecuali dengan kebaikan bagi diri sendiri, masyarakat dan lingkungan.

e. Prinsip Al-Falah

Al-Falah adalah konsep tentang sukses dalam Islam. Dalam konsep ini apapun jenisnya keberhasilan yang dicapai selama didunia akan memberikan kontribusi untuk keberhasilan diakhirat kelak selama dalam keberhasilan ini dicapai dengan petunjuk Allah. Oleh karena itu, dalam kacamata Islam tidak ada dikotomi antara usaha-usaha untuk pembangunan didunia (baik ekonomi maupun sektor lainnya), dengan persiapan untuk kehidupan diakhirat nanti.

Dengan demikian dapat dipahami juga bahwa prinsip ekonomi Islam, yaitu : Manusia adalah makhluk pengemban amanat Allah untuk memakmurkan kehidupan dibumi,

kehidupan sebagai khalifah (wakilnya) yang wajib menjalankan petunjuknya. Bumi dan langit seisinya diciptakan untuk melayani kepentingan hidup manusia, dan ditundukan kepadanya untuk memenuhi amanah Allah. Allah jugalah pemilik mutlak atas semua ciptaannya. Manusia wajib bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kerja yang sesungguhnya adalah menghasilkan (produksi). Islam menentukan berbagai bentuk kerja yang halal dan yang haram, kerja yang halal saja yang dipandang sah.⁷²



⁷² Abu Bakar, “Prinsip Ekonomi Islam Di Indonesia Dalam Pergulatan Ekonomi Milenial”, Vol. 4 No. 2 (2020), hal. 233–249, <https://doi.org/10.52266/sangaji.v4i2.491>.

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, Isnaini Nur. “Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sebelum Dan Sesudah Menerima Pembiayaan Musyarakah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Bmt (Studi Kasus: Bmt Beringharjo Yogyakarta)”. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–2015.
- Alifah, Umi. “PENGARUH KREATIVITAS PENGRAJIN GERABAH DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”. Vol. 3 no. 2 (2021), hal. 6.
- An-Nabhani, Taqyuddin. “Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam”., 1996.
- Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis e-commerce perspektif Islam*. Magistra Insania Press bekerjasama dengan Magister Studi Islam Universitas ..., 2004.
- Astuti, Sinta Indi et al. “analisis standar pelayanan minimal pada instalasi rawat jalan kota semarang”. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*. Vol. 3 (2015), hal. 103–111.
- Atmojo, Cahyo Tri, dan Shanti Nugroho Sulistyowati. “Kreativitas Pelaku Industri Ekonomi Kreatif Kabupaten Jombang Di Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Strategi Promosi”. Vol. 15 (2021), hal. 267–277. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.26790>.
- Aziz, Abdul. “Ekonomi Islam: analisis mikro & makro”., 2008.
- Bakar, Abu. “Prinsip Ekonomi Islam Di Indonesia Dalam Pergulatan Ekonomi Milenial”. *SANGAJI: Jurnal Pemikiran Syariah dan Hukum*. Vol. 4 no. 2 (2020), hal. 233–249. <https://doi.org/10.52266/sangaji.v4i2.491>.
- Boediono. “Pengaruh biaya dan Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi”. Vol. bbb no. m (2002), hal. 14–42.
- Chapra, Muhammad Umer. *Sistem moneter islam*. Gema Insani, 2000.
- Cookson, Maria Dimova, dan Peter M.R. Stirk. “metode penelitian”., 2019, 25–40.
- Djajadiningrat, Surna Tjahja et al. “Green Economy (Ekonomi

- Hijau)". *Rekayasa Sains, Bandung.*, 2014.
- “Dokumentasi Profil Dusun Sidoharjo”. Sidoharjo, 2021.
- Edwin, Mustafa. “Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam”. *Jakarta: KPMG.*, 2007.
- Firmansyah, Aditia Iqbal. “Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung”. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung*. Vol. 53 no. 9 (2019), hal. 1689–1699.
- Gerabah, Irawan. “Pengrajin Gerabah”. Sidoharjo, 2022.
- Gerabah, Sofi. “Pengrajin Gerabah”. Sidoharjo, 2022.
- Gerabah, Yanto. “Pengrajin Gerabah”. Sidoharjo, 2022.
- Hadi, Sutrisno. “Metodologi research, jilid 2”., 2004.
- Haneef, Aslam. “Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer. Jakarta: PT”. Rajawali Press, 2010.
- HASRA HARTINA. “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”. *Manajemen Asuhan Kebidanan Pada Bayi Dengan Caput Succedaneum Di Rsud Syekh Yusuf Gowa Tahun*. Vol. 4 (2017), hal. 9–15.
- Ii, B A B. “Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam , (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 14. 1”., n.d., 22–76.
- Indonesia, Presiden Republik, dan Presiden Republik Indonesia. “Undang Undang No. 5 Tahun 1984 Tentang: Perindustrian”. *Jakarta: Sekretariat Kabinet.*, 1984.
- Indrajaya, Kecamatan, dan Kabupaten Pidie. “Seri Murni, Rekha | Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan P-ISSN 2746-489X E-ISSN 2774-5864”. Vol. 2 (2021), hal. 32–44.
- Jeffri, Ulfi, dan Ibrohim Ibrohim. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten”. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*. Vol. 7 no. 1 (2021), hal. 86. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>.
- Kartono, Kartini. “Pengantar metodologi riset sosial”., 1990.

- KHOIRUL, AMIN. “PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT ISLAM MELALUI INDUSTRI SABUT KELAPA (Studi Di Desa Kampung Baru Kecamatan Marga Punduh Kabupaten Pesawaran)”. UIN Raden Intan Lampung, 2021.
- Maiti, dan Bidinger. “Pengertian Peran”. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Vol. 53 no. 9 (1981), hal. 1689–1699.
- Maulana, Asril. “Analisis Pendapatan dan Beban Operasional dalam Meningkatkan Laba Operasional pada PT. Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (PT KPB Nusantara)”. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 1 no. 2 (2018), hal. 25–27.
- Mustafa, Edwin Nasution. “Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam”. *Jakarta: Kencana.*, 2007.
- Myers, Lester A. “Financial Accounting Standards Board”. *Encyclopedia of White-Collar and Corporate Crime.*, 2013, 7–38.
- Nasional, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan. “Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta, Balai Pustaka, 2008”. *Edisi III, hlm.* Vol. 330 (n.d.).
- Ninla Elmawati Falabiba et al. “Metode Penelitian Ekonomi Islam”. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*. Vol. 5 no. 2 (2014), hal. 40–51.
- Nur, Rianto M. “Pengantar Ekonomi Syariah”. *Bandung: CV Pusaka Setia.*, 2015.
- PurnaIrawan. “Kepala Dusun Sidoharjo”. Sidoharjo, 2022.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media, 2016.
- Putri, Ririn Noviyanti. “Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. Vol. 20 no. 2 (2020), hal. 705. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.1010>.
- Rachman, Tahar. “industri”. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, 10–27.
- Resalawati, Ade. “Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM di

- Indonesia”., 2011.
- Rivai, Veithzal, dan Andi Buchari. *Islamic economics: ekonomi syariah bukan opsi, tetapi solusi!* Bumi Aksara, 2009.
- Roniwijaya, Pairun et al. “Eksplorasi sub-sub sektor industri kreatif di pusat-pusat keramaian kabupaten kulon progo”. *Studi Pendidikan Teknik Mesin.*, no. January (2017), hal. 712–720. (On-line), tersedia di: <https://media.neliti.com/media/publications/174141-ID-eksplorasi-sub-sub-sektor-industri-kreat> (2017).
- Sadono, Sukirno. “Teori Pengantar Makro Ekonomi”. *Jakarta: Penerbit PT. Raja.*, 2005.
- Saksono, Herie. “Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah”. *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance.* Vol. 4 no. 2 (2012), hal. 93–104.
- Sari, Anggri Puspita et al. *Ekonomi Kreatif Yayasan Kita Menulis.* Vol. 53, 2020.
- Sari, Milya, dan Asmendri. “Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA”. *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA.* Vol. 2 no. 1 (2018), hal. 15. (On-line), tersedia di: <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555/1159> (2018).
- Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku pintar ekonomi syariah.* Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sidoharjo, Dusun. “Profil Dusun”. Sidoharjo, 2021.
- Situmeang, Indah Fitriani Munawaroh. “Konsep Distribusi Pendapatan Dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Perspektif Muhammad Abdul Mannan”. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018.
- Suharsimi, Arikunto. “metodelogi Penelitian”. *Yogyakarta: Bina Aksara.*, 2006.
- Susanti, Elis. “Analisis Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Way Kanan Tahun 2010-2015 Perspektif Ekonomi Islam”. UIN Raden Intan Lampung, 2017.

- Tahun, Undang-Undang Nomor. “tentang UMKM”. *Bab IV pasal*. Vol. 6 (2008).
- Tambunan, Tulus. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es, 2012.
- Tambunan, Tulus T H. “UMKM di Indonesia, cetakan pertama”. *Bogor: PT Ghalia Indonesia.*, 2009.
- Torrído, Aryan. “Penanganan Dampak Sosial dan Ekonomi Akibat Pandemi Covid 19 melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial Studi: Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM)”. *Pks*. Vol. 1 (2021), hal. 79–92.
- Ubaidillah, Ahmad. “Metodologi Ilmu Ekonomi Islam Monzer Kahf”. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*. Vol. 3 no. 1 (2018).
- Wahyuni, Chika et al. “PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK SECARA ONLINE DI KALANGAN MAHASISWA DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS LABUHANBATU)”. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*. Vol. 1 no. 11 (2022), hal. 1669–1676.
- Wibowo, Arif. “Tujuan Ekonomi (Dan Keuangan) Islam”. *Jurnal Islamic Finance.*, 2012, 1–9.
- Wijayanto, Rony. “Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Buruh Pengrajin Kuningan Pada Bagian Produksi Di Desa Cindogo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso”. 2015.
- Zuraidah, Zuraidah. “Penerapan Konsep Moral dan Etika dalam Distribusi Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam”. *Hukum Islam*. Vol. 13 no. 2 (2013), hal. 137–153.