

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Definisi Peran

Teori peran merupakan sebuah sudut pandang dalam sosiologi dan psikologi sosial yang menganggap sebagian besar kegiatan sehari-hari sebagai pengeluaran kategori sosial yang ditetapkan. Secara umum, peran didefinisikan sebagai seperangkat perilaku yang diharapkan dari seseorang atau suatu lembaga yang memiliki posisi tertentu dalam masyarakat.¹⁹ Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status), apabila seseorang atau suatu organisasi melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia telah menjalankan suatu peran.²⁰

Dalam konteks ekonomi, peran tidak hanya dilihat sebagai posisi pasif, melainkan sebagai tindakan aktif untuk mempengaruhi lingkungan sekitar. Suatu lembaga atau unit usaha dikatakan menjalankan perannya apabila keberadaannya memberikan dampak nyata bagi peningkatan kesejahteraan atau perubahan kondisi sosial ekonomi pada komunitasnya.²¹ Oleh karena itu, peran ekonomi kreatif dalam penelitian ini diartikan sebagai fungsi dinamis dari Dom's Handicraft dalam menggerakkan potensi lokal guna menciptakan kemandirian ekonomi bagi para pengrajin di Desa Sonorejo.

Terdapat tiga elemen utama dalam memahami peran, yaitu:

- a. Harapan (*Expectation*): Harapan masyarakat terhadap

¹⁹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 210.

²⁰ Ibid, 212.

²¹ Biddle dan Thomas, *Role Theory: Concepts and Research* (New York: John Wiley & Sons, 2017), 15.

- keberadaan unit usaha dalam menyediakan lapangan kerja.
- b. Norma (*Norms*): Aturan atau nilai-nilai yang mendasari jalannya sebuah usaha (seperti nilai pemberdayaan).
 - c. Wujud Perilaku (*Role Performance*): Tindakan nyata yang dilakukan oleh unit usaha tersebut dalam meningkatkan pendapatan melalui inovasi dan kreativitas.²²

Sementara itu, menurut Soekanto membagi jenis-jenis peran menjadi tiga kategori berdasarkan tingkat keterlibatan dalam kelompok:

- a. Peran Aktif: Peran ini dijalankan oleh anggota kelompok yang memiliki kedudukan resmi atau otoritas, sehingga tindakannya langsung mendorong aktivitas kelompok (contoh: pengurus atau pejabat).
- b. Peran Partisipatif: Peran ini dilaksanakan oleh anggota kelompok melalui kontribusi yang signifikan terhadap kelompoknya.
- c. Peran Pasif: Peran ini diberikan kepada anggota yang cenderung menahan diri dan tidak memberikan fungsi atau kontribusi tambahan yang dapat melancarkan kegiatan kelompok.²³

²² Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 89.

²³ SB Lantaeda, et al, Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dalam Penyusunan BPJMD Kota Tomohon. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 04 No. 048, 2017, 23.

B. Ekonomi Kreatif

a. Sejarah Ekonomi Kreatif

Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins dalam karyanya, *“The Creative Economy: How People Make Money”*. Howkins mulai menyadari lahirnya fenomena ekonomi berbasis kreativitas ini setelah melihat data pada tahun 1997 yang menunjukkan bahwa nilai produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Amerika Serikat mencapai US\$ 414 miliar, menjadikannya komoditas ekspor teratas negara tersebut. Sebelumnya, Howkins telah mencatat bahwa ekspor karya hak cipta AS, dengan nilai US\$ 60,18 miliar, melampaui sektor ekspor lainnya seperti pesawat, otomotif, dan pertanian.²⁴

Sementara itu, kajian modern tentang ekonomi kreatif dilakukan oleh UNCTAD pada tahun 2010. UNCTAD merumuskan definisi bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan usaha yang tidak hanya bertujuan meningkatkan pendapatan dan ekspor serta membuka lapangan kerja, tetapi juga meningkatkan keragaman budaya, tanggung jawab sosial, dan pengembangan potensi individu. Kemampuan multifungsi ini bersumber dari adanya integrasi aspek sosial, budaya, kemajuan teknologi, HKI, dan pariwisata di dalamnya.²⁵

Inisiasi ekonomi kreatif di Indonesia bermula dari pernyataan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang

²⁴ Sopanah, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. (Surabaya: Scopindo Media, et al, 2020), 8.

²⁵ Ibid, 12.

menggarisbawahi urgensi pengembangan sektor industri berbasis kreativitas dan kerajinan. Puncak inisiasi ini adalah peluncuran program Indonesian Design Power oleh Menteri Perdagangan Dr. Mari Elka Pangestu pada tahun 2006. Program di Departemen Perdagangan ini secara khusus dirancang untuk meningkatkan daya saing produk jasa Indonesia di pasar dalam dan luar negeri. Peluncuran ini meningkatkan popularitas istilah ekonomi kreatif. Tindak lanjut dari program tersebut adalah penyelenggaraan Pekan Produk Budaya Indonesia setahun kemudian, dengan mengusung tema "Bunga Rampai Produk Budaya Indonesia untuk Dunia." Perkembangan industri kreatif di Indonesia menunjukkan tren yang positif, yang ditandai oleh disahkannya Instruksi Presiden (Inpres) No. 6 Tahun 2009 dan penetapan tahun 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Pengesahan ini diikuti dengan pameran "Virus Kreatif" untuk industri kreatif dan "Pangan Nusa" yang berfokus pada industri kuliner Indonesia. Selanjutnya, pada tahun 2010, pemerintah meluncurkan Ekonomi Kreatif Indonesia (indonesiakreatif.net), sebuah platform digital yang berfungsi sebagai pusat informasi bagi publik mengenai kemajuan industri kreatif nasional.²⁶

Kemajuan ekonomi kreatif Indonesia diperkuat dengan adanya cetak biru "Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025" dan penyusunan rencana pengembangan 14 sub-

²⁶ Ibid, 22.

sektor industri kreatif untuk periode 2009-2015, yang sejalan dengan kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif pada masa itu (berdasarkan Inpres No. 6 Tahun 2009). Pada periode 2009-2014, terdapat tujuh subsektor yang menjadi fokus prioritas, meliputi arsitektur, fesyen, kerajinan, layanan komputer dan piranti lunak, periklanan, permainan interaktif, serta riset dan pengembangan. Kini, bidang ekonomi kreatif telah berkembang pesat dan telah diklasifikasikan menjadi 17 subsektor.²⁷

Pada Sidang Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) ke-76 yang dilaksanakan secara virtual pada Jumat, 24 September, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, Sandiaga Salahuddin Uno, menegaskan bahwa ekonomi kreatif kini memainkan peran sentral sebagai penggerak baru dalam dinamika ekonomi dunia.²⁸

b. Definisi Ekonomi Kreatif

Konsep ekonomi kreatif mengacu pada strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berlandaskan pada kreativitas manusia. Dalam model ini, ide, gagasan, dan hasil pemikiran manusia yang tidak terbatas diangkat menjadi sumber daya inti. Berbeda dengan ekonomi tradisional, nilai barang

²⁷ Website Resmi Kemenkraf/Baparekraf Republik Indonesia dalam <https://kemenparekraf.go.id/> diakses pada 10 November 2025.

²⁸ Edy Darmawan Nasution & Andi Nur Aminah, "Sandiaga: Ekonomi Kreatif Penggerak Baru Ekonomi Dunia", 2021, 34. dalam [Republika.co.id](https://www.republika.co.id/). 26 September 2025. <https://www.republika.co.id/berita/r019c2384/sandiaga-ekonomi-kreatif-penggerak-baru-ekonomi-dunia>.

produksi tidak lagi ditentukan oleh bahan baku, melainkan oleh kemampuan untuk menciptakan inovasi dan nilai tambah melalui kreativitas yang didukung oleh perkembangan teknologi.²⁹

John Howkins secara spesifik menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah aktivitas yang beroperasi menggunakan gagasan sebagai input maupun outputnya. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas adalah modal utama untuk mencapai penghasilan yang substansial. Dengan kata lain, individu dengan gagasan unik dapat memperoleh pendapatan tinggi meskipun dengan keterbatasan modal uang, sebab mereka mampu meningkatkan nilai ekonomis dari barang yang sebelumnya dianggap biasa.³⁰

Ekonomi kreatif secara konseptual merupakan sebuah paradigma ekonomi baru yang menempatkan modal intelektual, gagasan, dan kreativitas sebagai faktor produksi fundamental dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi. Menurut Sopanah, ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal mendefinisikan sektor ini sebagai proses transformasi sumber daya daerah yang bersifat statis menjadi komoditas dinamis yang memiliki daya saing tinggi melalui sentuhan inovasi dan orisinalitas ide. Berbeda dengan model ekonomi konvensional, ekonomi kreatif tidak hanya bertumpu pada ketersediaan fisik sumber daya alam, melainkan lebih menitikberatkan pada penciptaan nilai tambah (*value-added*)

²⁹ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (2016), 21. Diakses dari www.nulisbuku.com.

³⁰ Ibid, 28.

yang berkelanjutan dengan mengintegrasikan identitas budaya lokal ke dalam produk yang dihasilkan.³¹

Berdasarkan definisi dari *Institute For Development Economy and Finance*, ekonomi kreatif adalah ide untuk memaksimalkan nilai jual suatu produk dengan cara mengeksploitasi aset non-fisik seperti kreativitas, bakat, dan keahlian yang dimiliki individu. Kekayaan intelektual ini merupakan aset yang sangat berharga karena berperan besar dalam menaikkan nilai ekonomis dari barang yang dihasilkan, dan kemampuan ini adalah kunci bagi individu untuk mencapai kesejahteraan ekonomi.³²

c. Ciri-ciri Ekonomi Kreatif

Beberapa karakteristik/ciri-ciri ekonomi kreatif menurut Sopanah, dkk diantaranya:

- a) Berbasis Kreasi Intelektual: Ciri utamanya adalah memanfaatkan kreasi intelektual manusia, seperti talenta, kreativitas, dan keahlian, yang menghasilkan produk bernilai jual tinggi. Oleh karena itu, kemampuan intelektual yang dimiliki harus dimanfaatkan secara optimal.
- b) Siklus Produk Singkat (Mudah Digantikan): Karena produk yang dihasilkan cenderung memiliki siklus hidup yang pendek,

³¹ Sopanah, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. (Surabaya: Scopindo Media, et al, 2020), 5.

³² Siti Nur Azizah dan Muhfiatun, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)". *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* Vol.17, No.2,(2017), 5.

mudah ditiru, dan cepat tergantikan, kreativitas dan inovasi berkelanjutan sangat penting. Hal ini memastikan produk selalu relevan, mengikuti tren, dan dapat memenuhi permintaan pasar yang terus berubah.

- c) Saluran Pemasaran Fleksibel: Produk ekonomi kreatif dapat dipasarkan secara langsung oleh produsen maupun melalui perantara distributor, menggunakan berbagai media pemasaran yang diminati oleh konsumen.
- d) Membutuhkan Kolaborasi: Pelaksanaan kegiatan ekonomi kreatif memerlukan kerja sama (koordinasi) yang erat antara pihak-pihak terkait: masyarakat sebagai pelaku usaha, pemerintah sebagai penentu kebijakan, dan sektor intelektual (akademisi/pakar) sebagai pendorong pengembangan.
- e) Didasarkan pada Ide: Pengembangan subsektor ini sangat bergantung pada unsur kreativitas dan inovasi. Oleh karena itu, proses penciptaan produk ekonomi kreatif harus selalu didorong oleh pembaruan yang berbasis pada ide segar.
- f) Sumber Daya Tidak Terbatas (Unlimited): Produk ekonomi kreatif diharapkan tidak akan pernah kehabisan persediaan (stok), sebab proses penciptaannya bergantung pada ide dan kreativitas manusia yang sifatnya tak terbatas.³³

³³ Sopanah, et al, *Ekonomi Kratif Berbasis Kearifan Lokal*. (Surabaya: Scopindo Media, 2020), 12.

d. Fungsi Ekonomi Kreatif

Secara fungsional, ekonomi kreatif menurut Sopanah yaitu beroperasi sebagai instrumen esensial dalam penciptaan nilai tambah (*value-added*). Ekonomi kreatif berfungsi untuk mentransformasi sumber daya alam atau bahan baku yang bersifat statis menjadi komoditas dinamis yang memiliki daya saing tinggi. Hal ini dicapai melalui proses inovasi dan sentuhan orisinalitas yang berbasis pada kearifan lokal. Selain itu, sektor ini berfungsi sebagai media pelestarian budaya, di mana nilai-nilai tradisional diproduksi kembali dalam bentuk produk modern tanpa menghilangkan identitas aslinya, sehingga menciptakan diferensiasi produk di pasar global.³⁴

e. Peran Ekonomi Kreatif dalam Pembangunan Ekonomi

Menurut Sopanah, peran ekonomi kreatif dalam konstelasi pembangunan ekonomi masyarakat dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM): Ekonomi kreatif berperan dalam mengoptimalkan potensi intelektual dan keterampilan individu. Sektor ini menjadi wadah bagi masyarakat untuk mengonversi kreativitas menjadi aset ekonomi yang produktif, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan kompetensi tenaga kerja lokal.

³⁴ Ibid, 15.

- b) Stimulator Pertumbuhan Ekonomi Inklusif: Melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ekonomi kreatif berperan dalam mendistribusikan pendapatan secara lebih merata. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, terutama di wilayah perdesaan, sehingga berperan dalam mitigasi angka pengangguran dan pengentasan kemiskinan.
- c) Penguatan Struktur Ekonomi Lokal: Ekonomi kreatif berperan dalam membangun ketahanan ekonomi masyarakat melalui diversifikasi usaha. Dengan tidak bergantung sepenuhnya pada sektor ekstraktif, masyarakat memiliki fondasi ekonomi yang lebih stabil karena bertumpu pada sumber daya manusia yang bersifat berkelanjutan (*sustainable*).
- d) Katalisator Kemandirian Ekonomi: Melalui optimalisasi kearifan lokal, ekonomi kreatif mendorong kemandirian daerah. Peran ini krusial dalam mengurangi ketergantungan terhadap produk eksternal dan meningkatkan daya tawar ekonomi daerah melalui produk-produk unggulan yang unik dan kompetitif.³⁵
- f. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan pemikiran Sopanah, keberlangsungan (sustainability) sebuah unit ekonomi kreatif tidak hanya diukur dari laba semata, tetapi dari keterhubungan antara potensi lokal dengan manajemen yang kreatif.

³⁵ Ibid, 20.

a) Inovasi dan Kreativitas Berkelanjutan

Keberlangsungan ekonomi kreatif sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi produk. Indikator ini diukur dari kemampuan menghasilkan desain atau fungsi produk baru yang tetap berpijak pada kearifan lokal (seperti penggunaan kayu dan batok kelapa) namun tetap relevan dengan selera pasar modern.

b) Pemanfaatan Sumber Daya Lokal (*Local Resource Utilization*)

Ekonomi kreatif dinilai berkelanjutan apabila mampu mengoptimalkan bahan baku yang tersedia di lingkungan sekitar. Penggunaan limbah atau potensi alam lokal menjamin ketersediaan input produksi dalam jangka panjang dan menciptakan kemandirian ekonomi daerah.

c) Pemberdayaan Tenaga Kerja Lokal

Indikator keberhasilan secara sosial dan ekonomi dilihat dari sejauh mana sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat setempat. Keberlangsungan ekonomi kreatif harus memberikan dampak pada peningkatan keterampilan (skill) dan produktivitas masyarakat secara konsisten.

d) Peningkatan Nilai Tambah (*Value Added Enhancement*)

Keberlangsungan usaha diukur dari transformasi bahan mentah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi. Semakin tinggi nilai tambah yang diciptakan melalui sentuhan seni dan kreativitas,

maka daya tahan ekonomi unit usaha tersebut akan semakin kuat terhadap fluktuasi pasar.

e) Perluasan Jaringan Pasar (*Market Access*)

Kemampuan menembus pasar yang lebih luas baik melalui pemasaran konvensional maupun digital menjadi indikator bahwa ekonomi kreatif tersebut memiliki masa depan yang berkelanjutan dan mampu bersaing secara global.³⁶

C. Definisi Peningkatan Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata "peningkatan" berasal dari kata dasar "tingkat" yang merujuk pada susunan yang berlapislapis. Peningkatan sendiri didefinisikan sebagai proses, cara, atau perbuatan yang ditujukan untuk menaikkan atau mempertinggi (derajat, taraf, usaha, atau kualitas sesuatu). Istilah ini sering digunakan untuk menggambarkan upaya menambah derajat, taraf, kualitas, atau kuantitas dari suatu hal. Seperti yang dijelaskan dalam duniapelajar.com, "peningkatan" mengacu pada perubahan dari arah yang kurang baik ke arah yang lebih baik (positif). Hasil dari peningkatan dapat berupa kuantitas (jumlah hasil dari suatu proses) maupun kualitas (nilai atau mutu dari objek yang dihasilkan). Indikator utama keberhasilan peningkatan adalah tercapainya tujuan pada titik yang telah ditentukan sebelumnya.³⁷

³⁶ Ibid, 45.

³⁷ Rio Christoper, et al, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja Wanita Sebagai Ibu Rumah Tangga", Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 15 (1), 2017.

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan baik dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta kekayaan pada saat tertentu. Peningkatan pendapatan pada dasarnya berkaitan erat dengan efisiensi penggunaan faktor-faktor produksi dan perluasan kesempatan kerja. Dalam konteks ini, peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengombinasikan modal, tenaga kerja, dan kreativitas untuk menghasilkan nilai tambah yang lebih besar.³⁸

Secara ekonomi, peningkatan pendapatan dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu peningkatan secara nominal (jumlah uang yang diterima) dan peningkatan secara riil (kemampuan pendapatan tersebut dalam memenuhi kebutuhan hidup). Faktor utama yang mendorong peningkatan pendapatan bagi masyarakat bawah adalah adanya pemberdayaan ekonomi yang berbasis pada keterampilan lokal. Peningkatan ini terjadi apabila individu mampu meningkatkan produktivitas kerjanya melalui pelatihan atau penggunaan teknologi tepat guna, sehingga hasil produksi yang didapat lebih maksimal baik secara kuantitas maupun kualitas.³⁹

³⁸ Sukirno Sadono, *Makroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 47.

³⁹ Tulusan, Femy M.G dan Very Y. Landa, "Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa," *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, Vol. 1, No. 1 (2014), 65.

D. Pendapatan Masyarakat

a. Pengertian Pendapatan Masyarakat

Pendapatan masyarakat merupakan total penerimaan atau hasil yang diperoleh anggota masyarakat sebagai imbalan atas prestasi atau jasa yang diberikan dalam jangka waktu tertentu, baik bulanan maupun tahunan. Menurut Sadono Sukirno, pendapatan merupakan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari hasil penggunaan faktor-faktor produksi, seperti upah untuk tenaga kerja, sewa untuk tanah, dan keuntungan untuk keahlian kewirausahaan.⁴⁰ Dalam arti luas, pendapatan mencerminkan kemampuan ekonomi suatu rumah tangga untuk membiayai pengeluaran konsumsi dan tabungan guna mencapai kesejahteraan.

b. Jenis-Jenis Pendapatan Masyarakat

Dalam kajian ekonomi, pendapatan masyarakat tidak bersifat tunggal, melainkan terdiri dari berbagai jenis tergantung dari mana sumber tersebut berasal dan bagaimana cara perolehannya. Secara umum, jenis-jenis pendapatan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a). Berdasarkan Sumber Perolehannya

Menurut teori ekonomi makro, pendapatan masyarakat dapat dibedakan menjadi:

⁴⁰ Sukirno Sadono, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 352.

1. Pendapatan dari Gaji dan Upah (*Wages and Salaries*): Merupakan pendapatan yang diterima oleh tenaga kerja sebagai balas jasa atas penggunaan tenaga dan pikirannya dalam proses produksi.
2. Pendapatan dari Hak Milik (*Property Income*): Pendapatan yang diperoleh dari aset yang dimiliki, seperti sewa (*rent*) dari tanah atau bangunan, serta bunga (*interest*) dari modal.
3. Pendapatan dari Usaha (*Business Income*): Keuntungan atau laba yang diperoleh individu dari kegiatan kewirausahaan atau usaha mandiri, seperti yang dijalankan oleh pemilik dan pengrajin di sektor industri kreatif.⁴¹

b). Berdasarkan Sektor Kegiatannya

Pendapatan juga dapat dikelompokkan berdasarkan sektor tempat individu bekerja, yaitu:

1. Pendapatan Sektor Formal: Pendapatan yang berasal dari pekerjaan yang memiliki ikatan kerja resmi, jaminan hukum, dan penghasilan tetap bulanan.
2. Pendapatan Sektor Informal: Pendapatan yang berasal dari unit usaha kecil, tidak berbadan hukum, dan seringkali memiliki waktu kerja yang fleksibel. Sektor ini mencakup pengrajin skala rumah tangga seperti di Dom's Handicraft.⁴²

⁴¹ Ibid, 124.

⁴² M.S. Vanny Vitha, "Analisis Sumber-Sumber dan Distribusi Pendapatan Masyarakat Desa Paraduan Kecamatan Ronggur Nihuta Kabupaten Samosir," *Skripsi* (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016), 28.

c). Berdasarkan Bentuknya

Secara teknis, pendapatan dapat dibedakan menjadi dua wujud:

1. Pendapatan Uang (*Money Income*): Pendapatan yang diterima dalam bentuk mata uang (rupiah) sebagai hasil dari pekerjaan atau penjualan produk.
2. Pendapatan Barang (*Real Income*): Pendapatan yang diterima dalam bentuk barang atau fasilitas, yang nilainya dapat disetarakan dengan jumlah uang tertentu.⁴³

d). Berdasarkan Sifatnya dalam Rumah Tangga

Dari sisi ketahanan ekonomi keluarga, pendapatan dibedakan menjadi:

1. Pendapatan Utama: Penghasilan dari pekerjaan pokok yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan mendasar.
2. Pendapatan Sampingan: Penghasilan tambahan yang diperoleh di luar pekerjaan utama guna meningkatkan kesejahteraan atau tabungan keluarga.⁴⁴

c. Sumber Pendapatan Masyarakat

Pendapatan yang diperoleh individu atau rumah tangga pada dasarnya berasal dari berbagai aktivitas ekonomi yang dilakukan.

Menurut para ahli ekonomi, sumber pendapatan masyarakat secara garis besar dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori

utama:

⁴³ Wahyuningsih, Sri. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2 (2020), 45.

⁴⁴ Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Perdesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 110.

a). Pendapatan dari Pekerjaan (*Employment Income*)

Sumber utama pendapatan bagi sebagian besar masyarakat adalah balas jasa atas tenaga dan keahlian yang diberikan kepada pihak lain atau organisasi.

1. Upah dan Gaji: Pendapatan yang diterima secara rutin oleh pekerja formal.
2. Honorarium dan Bonus: Pendapatan tambahan yang diterima atas prestasi atau tugas tertentu di luar tugas pokok.⁴⁵

b). Pendapatan dari Usaha Mandiri (*Self-Employment Income*)

Ini adalah pendapatan yang diperoleh dari kegiatan kewirausahaan. Dalam konteks ekonomi kreatif seperti di Dom's Handicraft, sumber pendapatan ini berasal dari selisih antara harga jual produk kerajinan dengan biaya produksi (bahan baku batok kelapa, kayu, dan biaya operasional).⁴⁶ Pengrajin yang bekerja dengan sistem borongan juga termasuk dalam kategori ini karena pendapatan mereka bergantung pada volume produksi yang dihasilkan secara mandiri.

c). Pendapatan dari Modal dan Aset (*Property Income*)

Masyarakat juga dapat memperoleh pendapatan dari aset yang mereka miliki tanpa harus bekerja secara fisik secara terus-menerus. Sumber ini meliputi:

⁴⁵ Sukirno Sadono, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 355.

⁴⁶ Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Perdesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 112.

1. Sewa (*Rent*): Pendapatan dari menyewakan tanah, bangunan, atau alat produksi.
2. Bunga (*Interest*): Pendapatan dari simpanan di bank atau investasi.
3. Bagi Hasil (*Profit Sharing*): Dalam perspektif ekonomi syariah, ini adalah pendapatan yang diperoleh dari kerja sama usaha (*mudharabah* atau *musyarakah*).⁴⁷

d). Pendapatan dari Sumber Lain (*Transfer Income*)

Pendapatan transfer adalah penerimaan yang diperoleh tanpa adanya aktivitas produktif secara langsung pada saat itu. Contohnya meliputi bantuan pemerintah (subsidi), kiriman uang dari keluarga yang bekerja di luar daerah (*remittance*), serta zakat, infak, atau sedekah yang diterima oleh rumah tangga yang membutuhkan.⁴⁸

d. Factor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat

Besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh masyarakat tidaklah sama karena dipengaruhi oleh beberapa faktor fundamental, antara lain:

a) Keterampilan dan Keahlian (*Skill*)

Semakin tinggi tingkat kreativitas dan keahlian seseorang, terutama dalam ekonomi kreatif, maka nilai tambah yang

⁴⁷ Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah: Teori dan Praktik* (Jakarta: Pustaka Setia, 2015), 120.

⁴⁸ M.S. Vanny Vitha, "Analisis Sumber-Sumber dan Distribusi Pendapatan Masyarakat Desa Paraduan Kecamatan Ronggur Nihuta Kabupaten Samosir," *Skripsi* (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016), 32.

dihasilkan akan semakin besar dan berujung pada peningkatan pendapatan.

b) Modal Kerja

Ketersediaan sarana, prasarana, dan bahan baku yang memadai memungkinkan proses produksi berjalan lebih efisien.

c) Jumlah Jam Kerja

Secara linier, produktivitas seringkali ditentukan oleh lamanya waktu atau banyaknya unit yang mampu diselesaikan oleh pengrajin (sistem borongan).

d) Kondisi Pasar

Permintaan terhadap produk kreatif dan luasnya jaringan pemasaran sangat menentukan volume penjualan yang kemudian menjadi pendapatan bagi pelaku usaha.⁴⁹

E. Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan

a. Hubungan Kreativitas dan Nilai Ekonomi

Ekonomi kreatif merupakan era ekonomi baru yang mengutamakan modal intelektual sebagai penggerak utama. Hubungan antara ekonomi kreatif dengan peningkatan pendapatan terletak pada konsep Nilai Tambah (*Value Added*). Dalam ekonomi kreatif, suatu produk (seperti batok kelapa atau kayu) tidak lagi dihargai berdasarkan nilai bahan mentahnya, melainkan berdasarkan keunikan desain, estetika, dan inovasi yang melekat

⁴⁹ Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Perdesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 105.

pada produk tersebut.⁵⁰ Semakin tinggi kreativitas yang dituangkan dalam proses produksi, semakin tinggi pula harga jual yang dapat ditawarkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan bagi para pelakunya.

b. Strategi Peningkatan Pendapatan melalui Sektor Kreatif

Menurut Sopanah, sektor ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam meningkatkan taraf ekonomi masyarakat lokal melalui beberapa cara:

1. Optimalisasi Sumber Daya Lokal: Mengubah limbah atau bahan alam di sekitar desa menjadi produk komersial, sehingga menekan biaya bahan baku dan memperbesar margin keuntungan.
2. Pemberdayaan Keterampilan: Memberikan keahlian khusus kepada masyarakat agar mereka memiliki daya saing dan mampu keluar dari ketergantungan pada sektor pekerjaan konvensional.
3. Peluang Pasar Baru: Kreativitas memungkinkan produk kerajinan merambah pasar yang lebih luas (seperti pasar oleh-oleh, dekorasi hotel, atau ekspor), yang memberikan stabilitas volume penjualan.⁵¹

c. Dampak Ekonomi Kreatif terhadap Pendapatan Pengrajin

⁵⁰ Sopanah, et al., *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 15.

⁵¹ Ibid, 32.

Keberhasilan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan dapat dilihat dari adanya pergeseran fungsi ekonomi masyarakat. Masyarakat yang sebelumnya hanya berperan sebagai buruh kasar atau pekerja serabutan, bertransformasi menjadi tenaga kerja terampil (*skilled labor*).⁵² Peningkatan keahlian ini secara otomatis meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil kerja. Dalam sistem kerja ekonomi kreatif, hal ini berdampak pada kenaikan upah yang diterima oleh pengrajin, serta terciptanya keberlanjutan penghasilan karena permintaan produk kreatif cenderung lebih stabil dibandingkan sektor komoditas murni.⁵³

⁵² Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Perdesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 120.

⁵³ Umi Rohmah, "Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017), 45.