

**ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF BIDANG KRIYA  
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN  
PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Kasus Ardhina Batik Medan)**

**Oleh:**

**AUDRY UYUNI**

**NIM. 0501172182**

**Program Studi**

**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN 1442 H / 2021**

**ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF BIDANG KRIYA  
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN  
PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Kasus Ardhina Batik Medan)**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Sumatera Utara Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Islam

**Oleh:**

**AUDRY UYUNI**

**NIM. 0501172182**

**Program Studi**

**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN 1442 H / 2021**

## PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Audry Uyuni  
NIM : 0501172182  
Tempat / Tanggal Lahir : Bandar Kalipah, 10 November 1999  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jalan Usman Siddik Gg. Hikmah No. 27 Dusun XVII Desa  
Bandar Khalipah, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang,  
Sumatera Utara, Kode Pos 20371

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi berjudul “ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Ardhina Batik Medan)” benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kekeliruan serta kesalahan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 30 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan



Audry Uyuni

NIM. 0501172182

## **PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Kasus Ardhina Batik Medan)**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 30 Agustus 2021

Diketahui,

Pembimbing I



**Neila Susanti, MS**

**NIP. 196907281999032002**

Pembimbing II



**Juliana Nasution, ME**

**NIP. 1999207202019032023**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



**Imsar, M.Si**

**NIP. 198703032015031004**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF BIDANG KRIYA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Ardhina Batik Medan)” an. Audry Uyuni, NIM. 0501172182 Prodi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tanggal 02 September 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Prodi Ekonomi Islam.

Medan, 06 September 2021  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Prodi Ekonomi Islam UIN SU

Ketua



**Imsar, M.Si**  
NIDN.2003038701

Sekretaris



**Rahmat Daim Harahap, M.Ak**  
NIDN.0126099001

Pembimbing I



**Neila Susanti, MS**  
NIDN.2028076902

Pembimbing II



**Juliana Nasution, ME**  
NIDN.2020079202

Penguji I



**Dr. Sugianto, MA**  
NIDN.2007066701

Penguji II



**Annio Indah Lestari, M.Si**  
NIP.1974030092011012003

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Sumatera Utara



**Dr. Muhammad Yafiz, M.A**  
NIDN.2023047602

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF BIDANG KRIYA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Kasus Ardhina Batik Medan)**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh munculnya ekonomi kreatif dipandang sebagai suatu sektor ekonomi baru yang dapat menghasilkan dampak yang cukup substansial, sampai-sampai dinilai ke depan harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Sebagaimana amanat Presiden RI, Joko Widodo pada 4 Agustus 2015 lalu saat melakukan peluncuran Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Ekonomi Kreatif dalam suatu bangsa/wilayah berperan dalam penciptaan tenaga kerja masyarakat, pendapatan masyarakat, bahkan ke pengembangan sosial budaya masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran ekonomi kreatif bidang kriya (kerajinan) yang dijalankan Ardhina Batik Medan dalam meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat perspektif etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah peran ekonomi kreatif bidang kriya (kerajinan) yang dijalankan oleh tiap-tiap pengrajin Ardhina Batik Medan di Kelurahan Bantan adalah dengan berupaya meningkatkan kualitas dan kreativitas serta inovasi dari para pengrajin sehingga dapat bersaing dengan industri batik lainnya, selain itu mereka turut mengikuti permintaan pasar sehingga produktivitas kerja semakin terasah pendapatan pun semakin meningkat. Ardhina Batik Medan juga memberikan peranan terhadap upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat sebagai wujudnya ialah dengan mengikutsertakan ibu-ibu sekitar sebagai tenaga pekerja di Ardhina Batik Medan. Serta dalam mengelola usahanya, tiap-tiap pengrajin Ardhina Batik Medan telah menerapkan beberapa prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip tauhid, adil kehendak bebas, dan tanggung jawab.

***Kata Kunci : Peran ekonomi kreatif, bidang kriya, pendapatan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, etika bisnis islam.***

## **MOTTO**

“Sesulit apapun itu, kesulitan akan tunduk pada orang yang berjuang & berdoa”

*Ijhad wa laa taksal.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan keselamatan dan keberkahan hidup kepada kita. Selawat dan salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini berjudul, **“ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Ardhina Batik Medan)”** ditulis untuk menyerahkan salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bimbingan, dukungan, nasehat, dan doa dari beberapa pihak hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sempurna. Dalam kesempatan yang berharga ini, peneliti persembahkan salam spesial serta ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Syahrin Harahap selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Imsar, M.Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan Rahmat Daim Harahap, M.Ak selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Neila Susanti, MS selaku Pembimbing Skripsi I dan Juliana Nasution, ME selaku Pembimbing Skripsi II yang telah membimbing saya dengan kerendahan hati serta kesabaran. Terima kasih atas ilmu, nasehat, arahan, dan bimbingan yang sangat berharga. Tidakkan mampu saya membalas kebaikan Ibu sekalian, saya berdoa semoga Allah kasih kebahagiaan dunia akhirat serta kesehatan lahir batin.
5. Untuk Bapak dan Ibuku (Sugiman dan Syarifah Ermimy Nasution), adalah setinggi-tingginya apresiasi, semulia-mulianya penghargaan, sedalam-dalamnya rasa syukur, dan segenap rasa cintaku yang paling sejati.



6. Serta dua adik laki-laki kebanggaan kakak; Wahyu Setiawan dan Fikri Asy-Syauqi, walaupun kalian menjengkelkan, tapi sulit bagi seorang kakak untuk tidak memperjuangkan adik-adiknya, dan maaf kakak belum bisa jadi kakak yang baik.
7. Guru-guru dan Ustadz-Ustadzahku yang telah memberikan petunjuk dalam hidup.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah mengajari saya dengan ilmu yang bermanfaat.
9. Keluargaku tercinta yang senantiasa memberikan sokongan moril dan materiil serta Raja (kucingku terlucu) yang selalu memberikan energi positif.
10. Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Dinamika UIN SU sebagai satu-satunya organisasi yang saya tekuni sedari awal menjadi mahasiswa baru hingga akan menjadi sarjana, bukan sekadar tempat belajar kejournalistikan dan kepenulisan, tapi lebih dari itu. Terima kasih sudah menjadi batu loncatan saya untuk tumbuh menjadi pribadi yang lebih siap bertarung di kehidupan selanjutnya.
11. Sobat Wanita Tangguh (Anisa Rizwani: Mbak Wani, Ayu Wulandari Hasibuan: Iboy, Devi Junita Sari: Mbak Depai, Siti Aisa: Aice, Siska Ramayani Damanik: Tulip Turki) sebagai rekan berjuang dan berkeluh kesah selama menjadi reporter kampus sekaligus sahabat *till* Jannah.
12. Kerlay *Squad* (Atika Pratiwi: Edak, Ayu Lestari: Ayy, Hasri Nasution: Mama, Siti Soleha: Uni) sebagai sahabat suka duka selama menjalani masa-masa perkuliahan. Serta seluruh rekan-rekan Ekonomi Islam / EKI-F Stambuk 2017, terima kasih sudah mau menjabat tangan berkenalan dengan saya, semoga kita saling menemukan kesuksesan masing-masing.
13. Keluarga KKN Nusantara 3T Kupang—Nusa Tenggara Timur 2020 (Mbak Anca, Mbak Dilla, Mbak Shofi, Mas Iqbal, Mas Rahman, Mas Suryo, Mas Yusril) sebagai rekan terbaik selama menjadi pelayan masyarakat di Desa Bipolo. Kalian orang-orang terpilih yang sangat menginspirasi saya.
14. *Support System*, terima kasih sudah menemani saya menjadi manusia seutuhnya di tengah menjalani masa-masa perskripsian.
15. *Last but not least, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work. Thank you for never giving up and being so tough. You inspire others and you lift them up. You know you deserve the world, now go get it.*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>1</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>5</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>5</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>5</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>6</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	6
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b> .....	<b>13</b>
A. Konsep Ekonomi Kreatif.....	13
1. Pengertian Ekonomi Kreatif.....	13
2. Subsektor Ekonomi Kreatif .....	15
3. Peran Ekonomi Kreatif.....	17
4. Modal Dasar Ekonomi Kreatif .....	18
5. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif .....	19
B. Konsep Kerajinan Kriya.....	20

1. Pengertian Kerajinan Kriya .....	20
2. Ruang Lingkup Kerajinan Kriya .....	21
C. Konsep Pendapatan .....	22
1. Pengertian Pendapatan .....	22
2. Jenis-Jenis Pendapatan .....	24
3. Sumber Pendapatan .....	25
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan .....	26
D. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.....	26
1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.....	26
2. Tahapan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat .....	27
3. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.....	28
4. Indikator Keberhasilan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat .....	29
E. Konsep Etika Bisnis Islam .....	30
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	30
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	31
F. Penelitian Terdahulu .....	34
G. Alur Penelitian .....	38
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	41
1. Subjek Penelitian.....	41
2. Objek Penelitian .....	41
D. Sumber Data.....	42

E.	Teknik Pengumpulan Data.....	42
F.	Analisis Data .....	43
G.	Uji Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
A.	Gambaran Umum Kelurahan Bantan .....	45
1.	Sejarah Singkat Kelurahan Bantan.....	45
2.	Letak Geografis Kelurahan Bantan .....	45
3.	Demografi Kelurahan Bantan.....	46
4.	Struktur Organisasi Kelurahan Bantan.....	49
5.	Visi Misi Kelurahan Bantan .....	50
6.	Program Ekonomi Masyarakat Kelurahan Bantan.....	50
B.	Gambaran Umum Ardhina Batik Medan .....	51
1.	Sejarah Singkat Berdirinya Ardhina Batik Medan.....	51
2.	Struktur Organisasi Ardhina Batik Medan.....	52
C.	Penyajian Data Indikator Keberhasilan Ekonomi Kreatif.....	52
1.	Produksi .....	52
2.	Pasar dan Pemasaran .....	53
4.	Pemerintah.....	54
5.	Kondisi Ekonomi.....	55
6.	Dampak Lingkungan .....	56
7.	Kemitraan Usaha .....	56
D.	Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin .....	57

E. Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam .....	58
F. Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Pengrajin) Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam .....	60
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>69</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1</b> .....	<b>7</b>
<b>Tabel 1.2</b> .....	<b>8</b>
<b>Tabel 1.3</b> .....	<b>34</b>
<b>Tabel 1.4</b> .....	<b>41</b>
<b>Tabel 1.5</b> .....	<b>52</b>
<b>Tabel 1.6</b> .....	<b>57</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1</b> .....	<b>6</b>
<b>Gambar 1.2</b> .....	<b>39</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b> .....	<b>71</b>
<b>Lampiran 2</b> .....	<b>74</b>
<b>Lampiran 3</b> .....	<b>75</b>
<b>Lampiran 4</b> .....	<b>76</b>
<b>Lampiran 5</b> .....	<b>77</b>

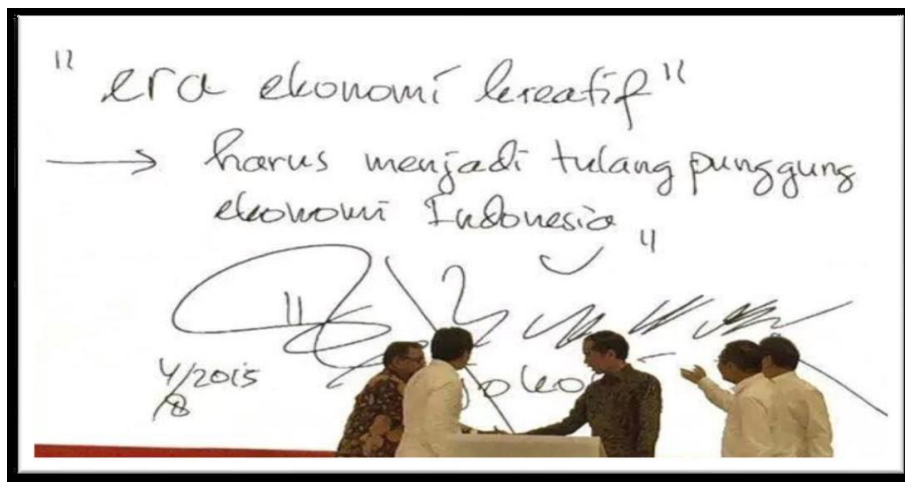
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Peralihan gelombang peradaban ekonomi mulai dari ekonomi pertanian setelah itu ekonomi industri diikuti ekonomi komunikasi hingga ekonomi kreatif yang mulai terlihat nyata kiprahnya di Indonesia.<sup>1</sup>

Ekonomi kreatif dipandang sebagai suatu sektor ekonomi baru yang dapat menghasilkan dampak yang cukup substansial, sampai-sampai dinilai ke depan harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Hal tersebut sebagaimana amanat Presiden RI, Joko Widodo pada 4 Agustus 2015 lalu saat melakukan peluncuran Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf).<sup>2</sup>



**Gambar 1.1. Amanat Presiden saat Peluncuran Badan Ekonomi Kreatif**

Mengutip Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019, berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) No. 72 Tahun 2015 menetapkan bahwa Bekraf adalah Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang berada di bawah dan

---

<sup>1</sup> Gelombang Ekonomi Kreatif diakses dari <https://kemenperin.go.id> pada tanggal 20 April 2021 Pukul 10.15 WIB.

<sup>2</sup> Program Bekraf diakses dari <https://www.kemenparakraf.go.id> pada tanggal 20 April 2021 Pukul 11.30 WIB.

bertanggung jawab kepada Presiden yang bertugas membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengorganisasi, dan sinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif yang dibagi menjadi 16 bidang diantaranya aplikasi dan *game developer*; arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; *fashion*; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan; seni rupa; dan televisi dan radio.

Industri ekonomi kreatif merupakan industri yang mengalami pertumbuhan paling cepat di Indonesia. Industri kreatif juga dinilai sebagai salah satu industri penyumbang paling besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.

Sumbangan ekonomi kreatif pada PDB dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

<b>Persentase Ekonomi Kreatif terhadap PDB</b>			
Tahun	2017	2018	2019
Nominal	Rp. 952 triliun	Rp. 1.105 triliun	Rp. 1.200 triliun

**Tabel 1.1. Sumbangan Ekonomi Kreatif pada PDB**

Serta penyerapan tenaga kerja ekonomi kreatif juga meningkat di tahun 2017 sebesar 17,4 persen kemudian di tahun 2018 sebesar 18,2 persen.<sup>3</sup>

Bahkan Indonesia sekarang ini didaulat sebagai negara terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan seperti penuturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, Sandiaga Uno pada Senin (18/1). “Jika melihat kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB, sebagai urutan ketiga dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan, Indonesia mempunyai potensi untuk terus memajukan kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian kita,”<sup>4</sup>

Merujuk pada strategi yang dilakukan Bekraf tahun 2019, terkait sumber daya terutama pendanaan yang terbatas namun tetap bisa mendapatkan hasil yang

<sup>3</sup> Ari Setiyaningrum. “Peran Dimensi-Dimensi Entrepreneurial Marketing Dalam Mendorong Kesuksesan Bisnis UMKM Di Industri Ekonomi Kreatif” dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)* vol. 9 no. 2, 125-143, 2020, h. 126.

<sup>4</sup> Berita diakses dari <https://www.tempo.co> diakses pada tanggal 25 April 2021 pukul 17.00 WIB.



terbaik, maka pengembangan ekonomi kreatif akan diutamakan pada 2 kelompok subsektor yaitu: subsektor unggulan dan prioritas. Subsektor unggulan memiliki peranan terhadap pertumbuhan Ekonomi Kreatif yang meliputi subsektor kriya, kuliner, dan *fashion*. Ketiga subsektor tersebut memberikan sumbangsih terhadap PDB Ekonomi Kreatif sekitar 76%.<sup>5</sup>

Sedangkan subsektor prioritas meliputi subsektor film, animasi, dan video, aplikasi dan *game*, serta musik. Dikatakan sebagai subsektor prioritas sebab ketiga subsektor tersebut memiliki peranan sebagai penghela sektor ekonomi lainnya. Tujuan khusus dari subsektor unggulan dan prioritas ditunjukkan dalam tabel 1.2. sebagai berikut:

No.	Subsektor	Tujuan Khusus
<b>SUBSEKTOR UNGGULAN</b>		
1.	Kriya	Diharapkan dari pengembangan usaha kriya Indonesia model bisnis mampu menguasai seluruh nilai tambah dari hulu ke hilir <i>(Indonesian Brand)</i>
2.	Kuliner	Promosi Soto dan Kopi serta kuliner Indonesia lainnya diperoleh usaha kuliner dengan Brand Indonesia di pasar global <i>(Indonesian Brand)</i>
3.	<i>Fashion</i>	Menjadikan Indonesia sebagai pusat muslim <i>fashion</i> dan model <i>fashion</i> dunia
<b>SUBSEKTOR PRIORITAS</b>		
1.	Film, Animasi, dan Video	Memperbaiki struktur pasar dengan memberi kesempatan masuknya pemain baru antara lain melalui perizinan modal asing
2.	Aplikasi dan <i>Game</i>	Meningkatkan pangsa pasar aplikasi dan <i>game</i> dalam negeri

<sup>5</sup> Program Bekraf diakses dari <https://www.kemenparakraf.go.id> pada tanggal 20 April 2021 pukul 17.15 WIB.

3.	Musik	Mengembangkan <i>platform</i> yang berpihak pada pencipta
----	-------	---

**Tabel 1.2. Subsektor Unggulan dan Subsektor Prioritas**

Pengembangan ekonomi kreatif dapat meningkatkan pendapatan usaha. Pendapatan dimaknai sebagai jumlah uang dari aktivitas penjualan produk kepada pelanggan yang diterima pengrajin. Kemajuan ekonomi dapat tercermin dari besar kecilnya pendapatan ekonomi, sehingga pendapatan dapat diartikan sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat.<sup>6</sup>

Dan dalam berwirausaha atau berbisnis tentunya harus sesuai dengan etika berbisnis. Etika didefinisikan sebagai studi standar moral dimana etika mencoba mencapai kesimpulan moral antara moral yang baik dan jahat serta yang benar dan salah. Sedangkan bisnis menurut kamus *al-munawir* dalam buku Sunarji dijelaskan bahwa bisnis berasal dari kata *al-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga.<sup>7</sup>

Umer Chapra menerangkan bahwa ekonomi Islam berlandaskan nilai-nilai dan etika moral yang mengacu pada tujuan syariat (*maqshid syariah*) terdiri dari lima yaitu: memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.<sup>8</sup> Oleh karena itu, seyogyanya sebagai seorang muslim dalam menjalankan usaha atau bisnis berpedoman pada etika bisnis Islam sebagaimana nilai-nilai yang termaktub dalam sumber hukum Islam yaitu Al-qur'an juga Hadits.

Peneliti melihat bahwa terdapat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh salah seorang muslim yaitu Ardhina Batik Medan di Kelurahan Bantan, Kecamatan Medan Tembung yang mengembangkan ekonomi kreatif

---

<sup>6</sup> Fila Fitriani, "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Prespektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020), h. 2.

<sup>7</sup> Sunarji Harahap, *Pengantar Bisnis: Pendekatan Integratif – Multidisipliner* (Medan: Febi UIN-SU Press, 2017), h. 19.

<sup>8</sup> Wartoyo. "Etika Bisnis Islam: Konstruksi Nilai Keseimbangan dan Kemanusiaan" dalam *Jurnal Al-Amwal* vol. 10 no. 2, 2018, h. 231.

khususnya pada bidang kriya/kerajinan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pada saat pra survei penelitian, Ardhina Batik Medan telah berjalan selama 13 tahun dan saat ini sudah memiliki 12 orang pengrajin/pekerja. Mayoritas pengrajin/pekerja adalah ibu-ibu rumahtangga yang berasal dari masyarakat sekitar.

Awalnya para ibu tersebut hanya suka berkumpul untuk merumpi kini sudah bisa bekerja dan memiliki keahlian atau *soft skills* karena mereka dibekali pembinaan dan pelatihan oleh Ardhina Batik Medan agar bisa membatik. Dengan demikian mereka juga bisa membantu ekonomi keluarga.<sup>9</sup>

Ardhina Batik Medan pernah mendapat bantuan modal dari Dinas Koperasi ketika baru berdiri. Selanjutnya Ardhina Batik Medan bisa berkembang secara mandiri serta memberdayakan ibu-ibu sekitar.

Oleh karenanya peneliti tertarik untuk meneliti mengenai peran ekonomi kreatif bidang kriya secara spesifik di Ardhina Batik Medan dan mengkaji Ardhina Batik Medan apakah sudah menerapkan etika bisnis Islam atau belum. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menetapkan judul “**ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF BIDANG KRIYA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Ardhina Batik Medan)**”.

## **B. Batasan Masalah**

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam melakukan penelitian tetap terfokus pada pokok permasalahan dan pembahasan yang ada. Untuk menghindari permasalahan dan pembahasan yang menyebabkan tidak tepat sasaran dan tidak menyebabkan tujuan penelitian menyimpang, maka penulis hanya membatasi penelitian ini sebagai berikut.

---

<sup>9</sup> Dina, Sekretaris dan Bendahara Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 06 Januari 2021.

1. Ekonomi kreatif yang penulis teliti terfokus pada kerajinan seni kriya di Ardhina Batik Medan.
2. Pendapatan hasil penjualan produk kriya yang diproduksi pada tahun 2019-2020 berdasarkan perspektif etika bisnis Islam.
3. Pemberdayaan ekonomi masyarakat hasil operasional kerajinan seni kriya pada tahun 2019-2020 berdasarkan perspektif etika bisnis Islam.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana peran ekonomi kreatif pada bidang kriya dalam meningkatkan pendapatan di Ardhina Batik Medan?
2. Bagaimana peran ekonomi kreatif pada bidang kriya dalam meningkatkan pendapatan menurut perspektif etika bisnis Islam di Ardhina Batik Medan?
3. Bagaimana peran ekonomi kreatif pada bidang kriya dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat menurut perspektif etika bisnis Islam di Ardhina Batik Medan?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dan manfaat “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ardhina Batik Medan)” adalah sebagai berikut.

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui peran ekonomi kreatif pada bidang kriya dalam meningkatkan pendapatan di Ardhina Batik Medan.
  - b. Untuk mengetahui peran ekonomi kreatif pada bidang kriya dalam meningkatkan pendapatan menurut perspektif etika bisnis Islam di Ardhina Batik Medan.

- c. Untuk mengetahui peran ekonomi kreatif pada bidang kriya dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat menurut perspektif etika bisnis Islam di Ardhina Batik Medan.

## 2. Manfaat Penelitian

Penulis sangat berharap penelitian ini bermanfaat serta berguna bagi diri penulis pribadi, bagi tempat penulis meneliti dan bagi ranah intelektual. Dan manfaat penelitian tersebut terperinci sebagai berikut.

- a. Bagi penulis, penelitian ini menjadi salah satu media pembelajaran untuk memberikan sumbangsih pemikiran secara teoritis serta sistematis dalam penyajian karya tulis ilmiah mengenai konsep Ekonomi Islam khususnya. Serta merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam jurusan Ekonomi Islam.
- b. Bagi perusahaan Adhina Batik Medan, penulis dengan sadar mengangkat topik tersebut sebagai judul penelitian merupakan salah satu bentuk kepedulian penulis pada ekonomi kreatif khususnya bidang kriya yang memang selayaknya dipopulerkan. Dengan mengambil gerai Ardhina Batik Medan, mudah-mudahan penelitian ini bisa bermanfaat bagi pihak perusahaan tempat penelitian ini.
- c. Bagi akademisi, diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan referensi serta wawasan untuk melakukan penelitian serupa.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Konsep Ekonomi Kreatif

##### 1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Melalui karya John Howkins lewat bukunya yang berjudul ‘Economy Creative, How People Make Money From Ideas’ pada tahun 2001 Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan. Ekonomi kreatif menurut John adalah aktivitas ekonomi sebagai tumpuan masa depan dengan mengutamakan tiga komponen yaitu kreativitas, lalu warisan budaya juga lingkungan. Proses menciptakan nilai tambah dari ketiga komponen tersebutlah yang akan memberikan sumbangsih terhadap nilai tambah pada suatu perekonomian.<sup>10</sup>

Arjana dalam buku Anggri Puspita Sari memaparkan bahwa ekonomi kreatif menurut pandangannya adalah industri yang hadir untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan yang sumbernya dari pemanfaatan kreativitas serta keterampilan individu.<sup>11</sup>

Secara konteks ekonomi, kreativitas merefleksikan serta menerapkan ide atau gagasan baru yang asalnya dari produk seni dan budaya, ilmu pengetahuan juga teknologi guna menciptakan beragam pekerjaan.<sup>12</sup>

Ekonomi kreatif dapat ditimbulkan dari kreativitas masyarakat dengan modal utamanya yaitu mengasah keterampilan agar mampu memproduksi barang atau jasa yang bernilai ekonomi. Kreativitas serta keterampilan masyarakat tersebut

---

<sup>10</sup> Carunia Mulia Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), h. 10.

<sup>11</sup> Anggri Puspita Sari, *et. al.*, *Ekonomi Kreatif*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 4.

<sup>12</sup> Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 35.

tidak lepas dari karakteristik budaya, SDA (Sumber Daya Alam), serta geografis yang menjadi keunikan dari tempat tinggal masyarakat tersebut.<sup>13</sup>

Ekonomi kreatif sendiri memiliki pokok utama yaitu industri kreatif yang dapat dimaknai sebagai suatu industri yang dihadirkan dalam upaya menciptakan lapangan kerja dan kekayaan dimana patokannya pada kreativitas juga keterampilan, beserta kecakapan secara potensial.<sup>14</sup>

Hudaya dalam bukunya yang berjudul 'Pendidikan Kreatif Menuju Generasi Kreatif' menambahkan pengertian industri kreatif yaitu suatu industri dengan memaksimalkan kemampuan kreasi pada manusia atau disebut *human capital* sehingga mampu membentuk lapangan pekerjaan serta meningkatkan kesejahteraan.<sup>15</sup>

Munculnya era ekonomi kreatif dinilai sebagai model ekonomi gelombang keempat dalam abad ini dengan ekonomi pertanian sebagai gelombang ekonomi pertama, ekonomi industri sebagai gelombang ekonomi kedua, lalu disusul dengan ekonomi informasi sebagai gelombang ekonomi ketiga. Karakteristik yang mendominasi era ekonomi kreatif dirincikan sebagai berikut.

- a. Lahirnya antusiasme kerja sama atau kolaborasi.
- b. Ide atau gagasan kreativitas sebagai aset utamanya.
- c. Munculnya peguyuban kreatif.
- d. Terbentuknya korporasi yang terampil juga inovatif.
- e. Robohnya penghalang dari asar lokal.
- f. Kecondongan hasil produksi menitikberatkan pada nilai.
- g. Adanya transisi yang semakin pesat.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Afni Regita Cahyani Muis, *Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 2.

<sup>14</sup> Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, h. 36-39.

<sup>15</sup> Hudaya Latuconsina, *Pendidikan Kreatif Menuju Generasi Kreatif dan Kemajuan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 242.

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 243.

## 2. Subsektor Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif terbagi atas 16 subsektor yang dikembangkan, meliputi aplikasi dan *game developer*; arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; *fashion*; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan; seni rupa; dan televisi dan radio.

- a. Aplikasi dan pengembangan permainan atau *game developer* yaitu subsektor yang memproduksi serta mendistribusi permainan dan video yang bersifat edukatif, bisa juga bentuknya hiburan maupun ketangkasan.
- b. Arsitektur yaitu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan penciptaan desain konstruksi, merancang anggaran konstruksi, hingga mengawasi konstruksi secara keseluruhan seperti desain interior, arsitektur taman, jalan, bangunan, dan lain sebagainya.
- c. Desain Interior yaitu salah satu subsektor yang menuntut kemampuan seseorang dalam hal penataan ruangan dan perabot. Karenanya dalam hal ini, seorang desain interior wajib mempelajari motif terkait desain interior seperti interior rumah, pernak-pernik ruangan, *wallpaper* dinding, dan lain sebagainya.
- d. Desain Komunikasi Visual yaitu subsektor sebagai media promosi untuk periklanan sebuah produk. Promosi tersebut akan disampaikan melalui video pada jejaring media sosial.
- e. Desain Produk yaitu hasil atau *output* dari subsektor ini dapat kita lihat pada tangan-tangan terampil desain produk yang menggabungkan unsur ekonomis dan sistematis. Misal ketika membuat desain produk berupa spanduk, maka seseorang minimal mempunyai aplikasi *corel draw* atau *photoshop* untuk memperindah hasil desainnya yang kemudian akan dipasarkan melalui media sosial.
- f. *Fashion* yaitu subsektor ekonomi kreatif yang berjalan sangat dinamis mengikuti tren tiap tahunnya. *Fashion* merupakan subsektor yang berhubungan dengan penciptaan desain pakaian modern juga daerah,



aksesoris dan lainnya, serta pembuatan dan penyaluran hasil produk dari *fashion*.

- g. Film, Animasi, dan Video yaitu bidang ini banyak membuat generasi mendadak kaya karena film, animasi, dan video termasuk dalam bidang yang membuat tren semakin menarik, tentunya saat disebarluaskan mengandung unsur edukasi dan tidak melanggar etika bisnis Islam.
- h. Fotografi yaitu seni dan penghasilan gambar, subsektor ini berkembangnya cukup pesat yang memilikit minat tinggi dalam dunia fotografi. Bidang ini menarik sebab didukung media digital.
- i. Kriya yaitu subsektor berbentuk kerajinan yang bahan dasarnya berupa tekstil, kayu, keramik, logam atau lainnya. Indonesia termasuk negara yang dikenal kaya dalam pembuatan seni karena tidak hanya pasarkan dalam juga luar negeri. Namun, selain kesulitan akses permodalan juga ketersediaan komoditas adalah permasalahan yang sering dihadapi pada sektor kriya.
- j. Kuliner yaitu subsektor yang perkembangannya berpotensi besar. Tetapi pemerintah masih perlu menaruh atensi seperti pedoman izin usaha, bantuan permodalan, dan lainnya.
- k. Musik yaitu subsektor yang berhubungan dengan penciptaan, pembuatan hingga penyaluran serta hak cipta lagu, pertunjukan dan promosi musik, penyanyi dan komposisi musik.
- l. Periklanan yaitu subsektor yang memuat informasi persuasif untuk mengiklankan barang atau jasa kepada masyarakat. Kegiatan periklanan meliputi: pembuatan bahan iklan, tampilan iklan di berbagai media massa, pamflet, brosur, reklame, dan lain sebagainya.
- m. Seni Pertunjukan yaitu subsektor yang berhubungan dengan usaha memproduksi pertunjukan tari, musik, akrobat, opera, balet, dan lainnya, memproduksi desain juga pakaian pertunjukan, dan lainnya.
- n. Seni Rupa yaitu perkembangan subsektor ini di Indonesia sudah cukup baik. Karya seni rupa dapat dipamerkan melalui festival, *event*, gelaran, hingga ke media sosial. Seni rupa ini cukup langka, namun bisa menjanjikan ruang positif untuk para seniman.

- o. Televisi dan Radio yaitu subsektor yang berhubungan dengan pembuatan sampai pengemasan konten dari acara yang diproduksi di televisi maupun radio.<sup>17</sup>

Dari beberapa subsektor yang telah dipaparkan, yang penulis teliti termasuk golongan subsektor kriya atau kerajinan yang berbahan dasar tekstil yang dapat dibuat menjadi baju, tas, serta aksesoris lainnya.

### **3. Peran Ekonomi Kreatif**

Menurut Daubarite dan Startiene dalam bukunya Carunia Mulya Firdausy menilai bahwa ekonomi kreatif mempunyai peran atau pengaruh terhadap perekonomian suatu negara, diantaranya sebagai berikut.

- a. Peningkatan ekonomi kreatif di suatu wilayah atau negara akan berimbas pada menurunnya tingkat pengangguran karena tersedianya banyak peluang lapangan kerja.
- b. Pertumbuhan dari ekonomi kreatif dapat memberikan sumbangsih terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di suatu wilayah atau negara.
- c. Ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekspor suatu negara melalui peningkatan secara kuantitas dan kualitas hasil produk ekonomi kreatif.
- d. Peran penting lainnya dengan adanya ekonomi kreatif dapat menciptakan peluang di masyarakat untuk terlibat dalam mengembangkan ekonomi kreatif itu sendiri.
- e. Selain itu, ekonomi kreatif juga berperan membawa pengaruh di masyarakat terhadap pengembangan sosial budaya.
- f. Hasil produksi dari kegiatan ekonomi kreatif berpengaruh pada peningkatan mutu atau taraf hidup di dalam masyarakat.

---

<sup>17</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h. 231-232.

- g. Ekonomi kreatif mempunyai nilai dasar dengan menitikberatkan pada kemampuan dan keterampilan dari masyarakat dalam memberikan ide atau gagasan kreatif agar terciptanya nilai tambah dari suatu produk.<sup>18</sup>

#### **4. Modal Dasar Ekonomi Kreatif**

Modal kreatif atau *creative capital*, dalam dunia industri amat dibutuhkan adanya kreativitas sebagai modal intelektual seperti merek dagang, hak cipta, hak paten, desain produk hingga royalti.

Sehingga masih diperlukannya beberapa modal supaya kreativitas dapat memberikan dampak positif bagi hasilnya, sebagaimana menurut Home Affairs Bureau dalam bukunya Anggi Puspita Sari, dkk, bahwa dibutuhkan sebanyak empat modal ekonomi kreatif, diantaranya sebagai berikut.<sup>19</sup>

a. Modal Insani (*Human Capital*)

Merupakan satu diantara modal ekonomi kreatif yang utama juga sebagai modal intelektual yang dimiliki individu bisa juga untuk melihat bagaimana kemampuan tenaga artistik atau para tenaga ahli yang mempunyai spesialisasi di bidang tertentu seperti pengetahuan, keterampilan, kecakapan, serta motivasi dalam upaya menghadirkan kekayaan intelektual contohnya merek dagang, royalti, hak paten, serta desain.

Untuk meningkatkan modal insani ini diperlukan adanya pengembangan diri dengan mengikuti pelatihan dan pendidikan dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kecakapan agar mempunyai nilai tambah dan daya saing serta peningkatan produktivitas.

b. Modal Sosial (*Social Capital*)

Merupakan modal yang paling esensial untuk setiap individu maupun kelompok bahkan skala negara sebagai kejujuran serta etika dalam menjalankan usaha. Sikap ketidakjujuran, korupsi, kurang bertanggungjawab

---

<sup>18</sup> Carunia Mulia Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, h. 15-16.

<sup>19</sup> Angri Puspita Sari, *et. al.*, *Ekonomi Kreatif*, h. 117.

dan komitmen yang dimiliki individu, organisasi, atau perusahaan memnbuat ketidakpercayaan pada masyarakat sehingga terhambatnya kreativitas ekonomi.

c. Modal Budaya (*Cultural Capital*)

Merupakan modal pokok yang harus dimiliki oleh setiap industri berupa nilai-nilai, adat istiadat juga kebiasaan. Industri lokal di Indonesia dapat memanfaatkan keberagaman etnis, adat istiadat, warisan budaya dan bahasa yang tersebar di berbagai daerah atau wilayah sebagai modal dasar dalam menjalankan kegiatan ekonomi kreatif.

d. Modal Kelembagaan dan Struktural

Merupakan modal yang dibutuhkan oleh setiap industri kreatif yang berasal dari pemerintah seperti strategi atau kebijakan yang dapat menjaga keberlangsungan dari kegiatan industri kreatif.<sup>20</sup>

## 5. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif

Terdapat beberapa indikator keberlangsungan ekonomi kreatif berdasarkan yang dikemukakan oleh Deni Dwi Hartono beserta rekan penulisnya Malik Cahyadin, diantaranya:<sup>21</sup>

- a. Produksi,
- b. Pasar serta Pemasaran,
- c. Manajemen serta Keuangan,
- d. Kebijakan Pemerintah,
- e. Kondisi Ekonomi,
- f. Lingkungan,
- g. Kemitraan/Kerjasama Usaha.

---

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 118-121.

<sup>21</sup> Deni Dwi Hartono dan Malik Cahyadin (ed). "Pemeringkatan Faktor Keberhasilan Usaha Industri Kreatif" dalam *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* vol. 4 no. 2, 2013, h. 230.

## **B. Konsep Kerajinan Kriya**

### **1. Pengertian Kerajinan Kriya**

Pemaknaan kerajinan di Eropa adalah sesuatu kemahiran dalam berkarya, sedangkan pemaknaan kerajinan di Indonesia adalah sesuatu proses dalam berkarya guna menghasilkan suatu barang. Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO) menilai bahwa kerajinan itu interpretasi tentang keahlian tradisional.

UNESCO juga menilai terkait kemahiran/keahlian melakukan penciptaan kerajinan jauh lebih berarti daripada *output* yang dihasilkan. Oleh karenanya, agar ilmu serta keahlian tentang kerajinan semakin meluas, perlu adanya upaya mendorong para pengrajin agar dapat mengajarkan hal tersebut kepada orang lain.

UNESCO pun akan menerangkan aturan bagaimana pengrajin mengeskpresikan keahlian yang dimilikinya, misal keahlian apa saja yang dibutuhkan, serta penggunaan barang-barang hasil kerajinan. Organisasi ini juga mengemukakan bahwa *output* atau hasil produksi dari kerajinan tidak hanya sebatas dari bahan-bahan serta jumlahnya. Namun dengan tetap memperhatikan unsur keunikan kerajinan, seperti mulai dari budaya, tradisional, dekoratif, fungsional, berguna, indah, artistik, hingga kreatif.<sup>22</sup>

Merujuk pada buku yang berjudul *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*, kerajinan (kriya) dideskripsikan sebagai berikut.

*Kerajinan Kriya termasuk komponen seni rupa terapan dengan penafsiran sebagai titik temu dua unsur yaitu antara desain juga seni yang asalnya dari warisan adat istiadat atau gagasan kontemporer yang kemudian hasil akhirnya bisa berupa suatu karya seni, karya dekoratif dan hias, serta karya fungsional. Kriya digolongkan berdasarkan pada teknik dan materialnya juga pada model produknya.*

---

<sup>22</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025* (Jakarta: RURU Corps, 2014), h. 57.

Terdapat beberapa poin penting dari penafsiran kerajinan tersebut:

- a. **Seni rupa terapan** merupakan penggabungan antara unsur kerajinan (kriya), seni, juga desain;
- b. **Warisan adat istiadat** merupakan sesuatu yang turun-temurun dari generasi satu ke generasi lain bentuknya bisa berupa ucapan maupun tulisan;
- c. **Kontemporer** merupakan sesuatu yang bersifat mengikuti zaman, adanya unsur kekinian akibat dari dampak pembaharuan/modern;
- d. **Fungsional** merupakan fungsi khusus sekaligus pemberi solusi terhadap masalah yang dijumpai masyarakat;
- e. **Dekoratif** merupakan sesuatu yang bersifat dekorasi;
- f. **Teknik dan material** merupakan teknik juga komoditas/bahan baku dalam kegiatan produksi, contohnya anyaman bambu, tenun atau batik, ukiran kayu, pahat logam, dan eceng gondok;
- g. **Model produk** merupakan model/jenis hasil produksi, contohnya tekstil, dekorasi interior, perhiasan, *furniture*, *table ware*, dan lain sebagainya.

## 2. Ruang Lingkup Kerajinan Kriya

Subsektor kerajinan kriya memiliki ruang lingkup yang digolongkan kepada: jenis produk, bentuk produk, pelaku dan skala, juga jenis bahan dan teknik. Ruang lingkup subsektor kerajinan kriya secara mendetail dijabarkan sebagai berikut:

- a. Ditinjau dari jenis produknya terbagi atas dua.
  - 1) *Art-craft* (kerajinan/kriya seni) dimaknai sebagai wujud ekspresi individu dengan pengaruh dari prinsip-prinsip seni.
  - 2) *Craft-design* (kerajinan/kriya desain) dimaknai sebagai wujud pencapaian dari nilai komersil yang dalam proses memproduksinya menggunakan prinsip-prinsip desain.
- b. Ditinjau dari bentuknya terbagi atas dua dan tiga dimensi.
  - 1) Dua dimensi, seperti lukisan, relief dan ukiran.
  - 2) Tiga dimensi, seperti patung, busana adat, perhiasan, mainan, alat-alat dapur, barang pecah-belah.

- c. Ditinjau dari pelaku dan skala produksinya terbagi atas *handy craft*, *individual craft* dan *limited edition*.
- d. *Handycraft* dimaknai sebagai kerajinan/kriya yang proses produksinya dilakukan secara massal. Kerajinan kategori ini terbagi atas dua.
  - 1) *Limited edition craft* merupakan kerajinan/kriya yang proses produksinya secara terbatas. Pelakunya seperti pengrajin yang bekerja di bengkel/studio kerajinan.
  - 2) *Individual craft* merupakan kerajinan/kriya yang proses produksinya secara satuan. Pelakunya seperti seniman pengrajin (*artist craftman*) di studio.
- e. Ditinjau dari bahan yang digunakan terbagi atas keramik, kertas, tekstil, kaca, logam, tekstil dan lain sebagainya.
- f. Ditinjau dari teknik yang digunakan terbagi atas tenun, batik (tekstil), salbing (keramik), teknik pahat (ukir), pilin, dan rakit, cetak.<sup>23</sup>

## C. Konsep Pendapatan

### 1. Pengertian Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diterangkan bahwa defenisi pendapatan ialah hasil kerja dari usaha dan lain sebagainya.<sup>24</sup> Selain itu pengertian pendapatan menurut kamus manajemen dapat diartikan sebagai hasil yang diterima individu atau kelompok berupa uang yang bentuknya bisa seperti gaji, upah, laba, ongkos, komisi, sewa, dan bunga.

Menurut buku Pengantar Ekonomi, Gregory Mankiw mengatakan bahwa pendapatan masyarakat itu dapat diartikan sebagai pendapatan perseorangan atau

---

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 58.

<sup>24</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2010), h. 1026.

*personal income* yang bersumber dari pendapatan yang mereka peroleh di sektor rumah tangga maupun bisnis ekonomi non perusahaan.<sup>25</sup>

Pengertian lain pendapatan ialah perolehan yang diterima individu atau keluarga dari hasil bekerja. Terdapat beberapa pekerjaan masyarakat, diantaranya pedagang, peternak, petani, buruh, nelayan, yang bekerja di sektor swasta maupun pemerintah.<sup>26</sup>

Dengan bekerja seseorang bisa mendapatkan pendapatan dari hasil pekerjaan yang telah ia kerjakan. Sebagai Tuhan Yang Maha Agung Allah SWT telah menganugerahkan kepada setiap hamba-Nya yang bertakwa juga beriman kehidupan serta kekayaan yang terjamin sebagai wujud pemberian dan balasan Allah SWT terhadap kesyukuran dan keshalihan setiap hamba-Nya.

Tak luput, Ia juga memberikan kepada setiap hamba-Nya yang zalim lagi ingkar berupa ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, buah-buahan serta kehidupan yang terasa sulit lagi sempit sebagai wujud teguran dan hukuman dari Allah SWT sebagaimana *kalamullah* dalam QS. Ath-Thalaq : 2-3 yang berbunyi:<sup>27</sup>

.....وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ۗ (2) وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۗ  
وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ  
شَيْءٍ قَدْرًا (3)

Artinya:

---

<sup>25</sup> Umi Rohmah, “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017), h. 56.

<sup>26</sup> Ahmad Zuhdi Amrulloh. “Peranan Pengelolaan Dana Desa Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Jombang Jawa Timur” dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* vol. 4 no. 1, 2020, h. 7.

<sup>27</sup> Hepi Andi Bastoni, *Beginilah Rasulullah SAW. Berbisnis* (Bogor: Pustaka al-Bustan, 2017), h. 4.



*“Barang siapa bertakwa kepada Allah SWT niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya, dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah niscaya Dia akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu ”.*<sup>28</sup>

## **2. Jenis-Jenis Pendapatan**

Dalam KBBI pendapatan terbagi menjadi dua:

- a. Pendapatan masyarakat merupakan gaji/upah yang diterima perseorangan atau kelompok rumah tangga dari hasil kegiatan usaha yang dikeluarkan pada periode tertentu biasanya dalam satu bulan untuk mencukupi kehidupan sehari-hari;
- b. Pendapatan tambahan/sampingan merupakan perolehan lain dari aktivitas atau pekerjaan utama. Perolehan dari pendapatan ini dapat menunjang pendapatan pokok.

Menurut Rahardja dan Manurung (2001) dalam skripsi Jafar Nurnasihin pendapatan terbagi atas tiga bentuk, diantaranya:

- a. Pendapatan Ekonomi, merupakan perolehan pendapatan yang diterima perseorangan atau kelompok untuk mencukupi kebutuhan hidup dengan tidak mengurangi aset bersih biasanya berupa gaji/upah, transfer, dan lainnya;
- b. Pendapatan Uang, merupakan perolehan sejumlah uang yang diterima perseorangan atau kelompok dengan periode tertentu sebagai wujud balasan atas jasa terhadap faktor-faktor produksi yang telah diberikan, biasanya berupa sewa rumah, sewa bangunan, dan lainnya;
- c. Pendapatan Personal, merupakan cakupan dari pendapatan nasional yang diterima perseorangan sebagai wujud haknya di dalam perekonomian juga

---

<sup>28</sup> QS. ath-Thalaq (65): 2-3.

dapat diartikan sebagai balasan atas jasa keterlibatan individu di dalam kegiatan produksi barang/jasa.<sup>29</sup>

### **3. Sumber Pendapatan**

Sumber dari pendapatan masyarakat ataupun rumah tangga dibagi menjadi tiga:

a. Gaji atau upah

Merupakan perolehan pendapatan individu atau kelompok yang dianggap sebagai bentuk balas jasa atas kesediaan mereka menjadi tenaga kerja di suatu perusahaan/organisasi.

Spesifikasi pekerjaan seperti status pendidikan, banyaknya pelatihan yang diikuti ataupun keahlian yang dimiliki serta berbagai tipe pekerjaan mulai dari yang menyenangkan, sulit hingga berbahaya menjadi perbedaan atas gaji atau upah dari tenaga kerja di suatu perusahaan/organisasi;

b. Aset Produktif

Merupakan perolehan pendapatan individu atau kelompok atau juga aset yang dianggap sebagai bentuk balas jasa atas penggunaannya sehingga dapat menghasilkan pemasukan;

c. Pendapatan yang sumbernya dari Pemerintah

Merupakan perolehan pendapatan yang diterima individu atau kelompok dari hasil bekerja yang dapat berupa uang, barang, penerimaan, dan lainnya. Pendapatan jenis ini tidak digelontorkan pemerintah secara eksklusivitas melainkan secara substansial yang diperuntukkan kepada masyarakat kalangan bawah.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Jafar Nurnasihin, "Alokasi Pendapatan Dalam Perspektif Ahli Ekonomi Islam" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019), h. 23-34.

<sup>30</sup> Fila Fitriani, "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020), h. 34-35

#### **4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Terdapat beberapa faktor yang menjadi pengaruh terhadap pendapatan, diantaranya adalah sebagai berikut.

a. Modal

Merupakan faktor produksi terpenting sebagai penentu besar kecilnya pendapatan, akan tetapi modal bukan satu-satunya faktor pemicu peningkatan pendapatan.

b. Lama Usaha

Merupakan durasi waktu bagi seorang pembisnis yang telah ia lalui selama melakoni usahanya biasanya dalam kurun waktu tahunan. Lamanya usaha yang ditekuni pembisnis bisa menjadi pemicu peningkatan taraf pendapatan yang diterima juga tingkat produktivitas.

c. Tenaga Kerja

Merupakan faktor terpenting juga dalam suatu produksi. Melalui peningkatan produktivitas tenaga kerja yang berdampak pada meningkatnya produksi sehingga pendapatan pun akan ikut meningkat.<sup>31</sup>

#### **D. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

##### **1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

Bersumber dari Blanchard dalam bukunya Dadang Solihin mendefinisikan pemberdayaan ekonomi masyarakat sebagai upaya dalam peningkatan derajat dan martabat setiap elemen masyarakat sehingga dapat mereka mampu keluar dari jerat kemiskinan, kebodohan, serta keterbelakangan. Berarti dengan kata lain proses memberdayakan masyarakat merupakan upaya peningkatan kemampuan serta kemandirian pada diri masyarakat.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Budy Wahyono. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul" dalam *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, vol. 6, no. 2, 2017, h. 394.

<sup>32</sup> Dadang Solihin, *Administrasi Pembangunan* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019), h. 26-27.

Slamet dalam bukunya Oos M. Anwas berpendapat tentang hakikat pemberdayaan adalah cara mengupayakan agar setiap masyarakat mampu secara mandiri membenahi kehidupannya ke arah yang lebih baik.<sup>33</sup>

Fokus dari pemberdayaan masyarakat pada umumnya terdapat pada aspek ekonomi, pendidikan, budaya, ataupun aspek lainnya yang terdapat di suatu wilayah. Pemberdayaan masyarakat melalui potensi ekonomi memberikan pengaruh besar terhadap upaya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bentuk pemberdayaan masyarakat bisa ditempuh dengan cara menemukan potensi serta keahlian yang masyarakat punya melalui diklat (pendidikan dan pelatihan), penyuluhan, bimbingan, dan lainnya.<sup>34</sup>

Pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan akhir yakni memperbaiki nilai-nilai manusia agar bisa menjadi pribadi yang unik walaupun di tengah heterogenitas manusia lainnya, mandiri serta merdeka.<sup>35</sup>

Pemberdayaan masyarakat lewat ekonomi/industri kreatif serta usaha mikro kecil menengah (UMKM) bisa menjadi jalan keluar dalam mengentaskan kemiskinan yang kemudian dapat terciptanya kesejahteraan di lingkungan masyarakat.<sup>36</sup>

## **2. Tahapan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

Berikut tahapan dari pemberdayaan ekonomi masyarakat, diantaranya:

### **a. Tahap Pertama (Seleksi Wilayah)**

Pada tahap ini, ketentuan wilayah berdasarkan hasil kesepakatan bersama oleh masyarakat ataupun lembaga terkait. Hasil seleksi wilayah dilakukan

---

<sup>33</sup> Oos M. Anwas, *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 50.

<sup>34</sup> Bagong Suyanto, *Anatomi Kemiskinan dan Strategi Penanganannya* (Malang: Intrans Publishing, 2013), h. 48-50.

<sup>35</sup> Neila Susanti dan Marliyah (ed). "Pola Pemberdayaan Ekonomi Milenial Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN)" *dalam Jurnal Repository UIN SU*, h. 6.

<sup>36</sup> *Ibid*, h. 145.

sebaik mungkin karena merupakan kriteria penting agar tercapainya tujuan dari pemberdayaan ekonomi masyarakat.

b. Tahap Kedua (Sosialisasi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat)

Sosialisasi dihadirkan agar terciptanya dialog atau komunikasi antar masyarakat, serta diharapkan lewat sosialisasi tingkat pemahaman masyarakat dapat lebih terbantu terkait pemberdayaan ekonomi masyarakat.

c. Tahap Ketiga (Proses Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat)

Pada hakikatnya, proses dari pemberdayaan masyarakat bertujuan agar mereka mampu menaikkan taraf hidup dan kemandirian secara mandiri, dimana masyarakat melakukan hal-hal sebagai berikut diantaranya:<sup>37</sup>

- 1) Menemukan aset/potensi, peluang, dan permasalahan di suatu wilayah;
- 2) Merumuskan rencana kegiatan yang akan dilakukan secara berkelompok berdasarkan hasil perumusan kegiatan sebelumnya;
- 3) Melakukan penetapan rencana kegiatan yang akan dilaksanakan bersama untuk selanjutnya diimplementasikan secara kongkrit.

d. Tahap Keempat (Pemandirian Masyarakat)

Agar terciptanya kemandirian di dalam diri masyarakat, maka diperlukan pendampingan kepada masyarakat itu sendiri dengan tujuan supaya mereka dapat mempersiapkan dan mengatur seluruh kegiatannya secara mandiri.<sup>38</sup>

### 3. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Suharto melalui bukunya Oos M. Anwas mengatakan penerapan pendekatan atau strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat ditempuh dengan cara pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan atau disebut 5P dengan rincian diantaranya:

- a. **Pemungkinan** merupakan upaya menghadirkan suasana yang memungkinkan aset/potensi agar perkembangannya bisa optimal di dalam diri masyarakat.

---

<sup>37</sup> Totok Mardikanto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 126.

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 127.

Karenanya, pemberdayaan harus bisa membuat masyarakat merdeka dari dari batasan-batasan yang menghambat seperti struktural ataupun kultural.

- b. **Penguatan** merupakan upaya memperkuat kemampuan serta pengetahuan di dalam diri masyarakat sehingga mereka mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi juga mencukupi segala hajat hidupnya.
- c. **Perlindungan** merupakan upaya melindungi hak-hak setiap masyarakat terkhusus kaum proletar agar tidak dicurangi oleh kaum borjuis juga untuk mencegah persaingan yang tidak merata serta kesenjangan.
- d. **Penyokongan** merupakan upaya menyokong dengan memberikan dukungan serta bantuan agar individu dalam masyarakat merasa terbantu dan bisa menjalani perannya di kehidupan.
- e. **Pemeliharaan** merupakan upaya menjaga situasi kondisi di dalam kehidupan bermasyarakat agar terciptanya pemerataan, sebab dalam proses pemberdayaan masyarakat harus dijamin memperoleh peluang yang sama.<sup>39</sup>

#### **4. Indikator Keberhasilan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

- a. Penduduk miskin mengalami pengurangan.
- b. Usaha semakin mengalami perkembangan, hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan jumlah pendapatan yang diterima penduduk miskin dengan memberdayakan sumber daya yang sudah tersedia.
- c. Kepedulian masyarakat mengalami peningkatan seiring pada usaha meningkatkan taraf kesejahteraan penduduk miskin.
- d. Kemandirian kelompok masyarakat juga mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dilihat dari semakin meningkat usaha produktifnya, semakin menguat permodalannya, semakin terstruktur administrasinya, dan semakin meluas koneksi kelompok yang satu dengan lainnya.
- e. Distribusi pendapatan antar masyarakat juga semakin merata hal tersebut dapat dilihat dari penduduk miskin mampu mencukupi kebutuhan dasar mereka.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Oos M. Anwas, *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*, h. 50.

## E. Konsep Etika Bisnis Islam

### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

“Etika” atau “moral” merupakan penyebutan yang memiliki makna yang serupa namun penggunaannya secara bergantian. Istilah “etika” diambil dari bahasa latin (etos) dan muradifnya “moral” juga diambil dari bahasa latin (mores) yang keduanya bermakna kebiasaan. Kemudian jika dilihat dalam bahasa Arab, istilahnya disebut “akhlak” dengan makna budi pekerti. Kedua istilah tersebut dapat dimaknai sebagai tindak-tanduk dari manusia baik itu sifat ataupun perbuatan yang dinilai baik atau buruk.<sup>41</sup>

Maka dapat dikatakan bahwa kebiasaan merupakan dasar dari etika sebagaimana *kalamullah* QS. Al-Qalam : 4 yang berbunyi:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya:

“Dan sesungguhnya engkau (Muhammad) benar-benar berbudi pekerti yang luhur”<sup>42</sup>

Nilai etika atau moral merupakan nilai-nilai yang diciptakan agar manusia mempunyai kepribadian luhur seperti jujur, adil, cinta kasih, ataupun lainnya. Setiap individu atau kelompok boleh memiliki ilmu terkait nilai ini, namun tetap saja ilmu yang menuntun karakter seorang muslim berpedoman pada sumber hukum Islam yakni Al-Qur’an dan Hadits, termasuk dalam urusan bisnis.<sup>43</sup>

Mengutip buku karangan Azhari Akmal Tarigan, berkaca pada tren modern, dunia bisnis tidak lagi hanya membutuhkan etika bisnis semata melainkan juga

---

<sup>40</sup> Johny Urbanus Lesnussa. “Evaluasi Pemberdayaan Masyarakat Di Negeri Halong Baguala Ambon” dalam *Jurnal Sosio Sains*, vol. 5, no. 2, 2019, h. 100.

<sup>41</sup> Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2014), h. 171.

<sup>42</sup> QS. Al-Qalam (68): 4.

<sup>43</sup> Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, h. 172.

spiritual bisnis, yang mana praktik bisnis orientasinya tidak hanya pada etika umum semata, melainkan lebih dari itu praktik bisnis sebagai wujud menerjemahkan sifat-sifat Allah SWT yang tercermin dari tidak hanya mengumpulkan keuntungan materi saja tetapi juga mengumpulkan ketenangan serta kepuasan batin.<sup>44</sup>

Memang, setiap individu diperintahkan untuk memaksimalkan potensi diri dengan bekerja sesuai keilmuan serta kapasitasnya agar mampu berdiri sendiri dan terhindari dari kemiskinan sebagaimana Rasulullah membangun pondasi pembangunan perekonomian. Akan tetapi bangunan yang kokoh tidak akan sempurna bila tidak dibingkai dengan etika dan kesalehan, sebab etika akan menyempurnakan perekonomian, sehingga rahmat dan keberkahan dari Allah SWT. akan selalu dilimpahkan kepada seluruh penduduk di negara tersebut seperti kandungan QS. Saba : 15 (*baladun thayyibatun wa rabbun ghafir*).<sup>45</sup>

Sementara itu, pengertian bisnis itu sendiri sangat banyak sebab kegiatan bisnis tidak hanya perkara menciptakan barang dan jasa semata, namun termasuk juga kegiatan menyalurkan barang dan jasa tersebut kepada para pihak yang membutuhkan.<sup>46</sup> Bisnis merupakan usaha yang dijalankan dengan tujuan utama yakni memperoleh keuntungan.<sup>47</sup>

## **2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam**

Menurut Sunarji lewat bukunya berjudul ‘Pengantar Bisnis’ mengemukakan bahwa ada lima prinsip etika bisnis Islam, meliputi:

---

<sup>44</sup> Azhari Akmal Tarigan, *Etika & Spiritual Bisnis* (Medan: Febi Press UIN SU, 2016), h. 6.

<sup>45</sup> Isnaini Harahap, *et. al., Hadis-Hadis Ekonomi* (Medan: Prenadamedia Group, 2015), h. 254.

<sup>46</sup> Sukrisno Agoes dan I. Cenic Ardana (ed) *Etika Bisnis dan Profesi* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h.76.

<sup>47</sup> Kasmir dan Jakfar (ed) *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2012), h.7



a. Kesatuan (Tauhid/Unity)

Kesatuan yang tergambarkan melalui konsep tauhid dengan mengombinasikan keseluruhan bidang dari kehidupan muslim seperti bidang ekonomi, sosial, budaya, politik, ataupun hukum.

b. Keseimbangan (Adil/Equilibrium)

Sebagai agama yang mengutamakan nilai keadilan, Islam menganjurkan agar setiap muslim berlaku adil dan tidak dzalim termasuk dalam kegiatan bisnis. Sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, sebab akan celaka setiap hamba yang berbuat kecurangan.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan salah satu aspek etika bisnis Islam yang mana tiap individu ataupun kelompok diberikan hak untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam bekerja ataupun berkarya demi mencukupi kebutuhan mereka namun Islam tetap mengendalikan kecenderungan yang tak terbatas itu dengan menetapkan kewajiban yakni ziswaf (zakat, infaq, sedekah, dan wakaf) yang diberikan kepada masyarakat.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Agar terwujudnya aspek kesatuan serta keadilan, untuk itu diharuskan kepada setiap individu/kelompok bertanggung jawab atas setiap tindak-tanduknya, aspek ini juga memiliki keterkaitan dengan kebebasan, setiap kali kehendak bebas dilakukan harus dapat dipertanggungjawabkan.

e. Kebenaran

Kebenaran tidak hanya bermakna kebenaran semata namun diikuti dengan komponen kebajikan serta kejujuran, jika dalam kegiatan bisnis mulai dari cara bertransaksi/akad, cara menemukan produk hingga cara mengambil untung.<sup>48</sup>

Sumber lain juga menyebutkan beberapa prinsip etika bisnis Islam, meliputi:

a. Dilarang berbisnis dengan jalan yang bathil (QS. An-Nisa' : 29).

b. Dilarang memakan riba (QS. Al-Baqarah : 275).

---

<sup>48</sup> Sunarji Harahap, *Pengantar Bisnis: Pendekatan Integratif – Multidisipliner*, h. 20-22.

- c. Dilarang menyimpan harta dan tidak menginfakkannya kepada sesama (QS. At-Taubah : 34).
- d. Dilarang merugikan orang lain dengan memberikan timbangan atau takaran yang tidak adil (QS. Hud : 85).
- e. Dilarang membuat kerusakan atau eksploitasi bumi dan seisinya (QS. Al-Baqarah : 205).<sup>49</sup>

Dalam ekonomi Islam, masih terdapat satu hal penting yang bersangkutan dengan prinsip etika bisnis Islam, yakni tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Buchari Alma dalam bukunya Isnaini Harahap dan M. Ridwan disebutkan bentuk tanggung jawab suatu pekerjaan adalah menjaga mutu dan kualitas baik *output* produk barang/jasa agar konsumen tidak kecewa.

Agar produk yang dihasilkan terjamin secara mutu dan kualitasnya maka perlu adanya pengembangan dari segi sumber daya manusia yang dalam hal ini adalah tenaga kerjanya.

Jika dibahas lebih lanjut, pekerja/karyawan yang dikatakan bermutu dan berkualitas itu adalah mereka yang memiliki keimanan dan ketakwaan, berbudi pekerti luhur, berdedikasi tinggi, bertanggung jawab, memiliki kesehatan fisik dan mental, juga kompeten dalam bidangnya masing-masing. Sebab pertanggungjawabannya bukan hanya kepada pemimpin tetapi juga kepada Tuhan.

Selain itu tuntutan sebagai manusia adalah bertanggung jawab tidak hanya kepada sesama manusia namun juga kepada lingkungan hidup (ekologi). Sebab pembisnis ataupun pihak perusahaan tidak hanya terfokus menghasilkan barang/jasa yang dibutuhkan konsumen lebih jauh dari itu juga perlu diperhatikan segala bentuk etika/moral, ketentuan hukum/peraturan serta respons konsumen.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Desy Astrid Anindya. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Deli Tua Kecamatan Deli Tua " *dalam Jurnal at-Tawassuth*, vol. 2, no. 2, 2017, h. 395.

<sup>50</sup> Isnaini Harahap dan M. Ridwan (ed) *The Handbook of Islamic Economics* (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016), h. 103-104.

## F. Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian terdahulu bertujuan untuk menunjukkan persamaan antara penelitian yang akan diteliti dan perbedaan dari penelitian yang akan diteliti.

**Tabel 1.3. Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
1	Arindra Irmawati (2017)	Studi Kualitatif: Pemberdayaan Karyawan Pada Perusahaan Bisnis Kreatif	Jenis penelitian yang diteliti, teknik pengumpulan data, metode penelitian serta kesamaan dalam menggunakan objek penelitian yaitu bisnis/industri kreatif.	Fokus penelitian Arindra tersebut berdasarkan pemberdayaan karyawan sedangkan yang penulis teliti terfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Serta cakupan variabel yang penulis teliti lebih luas meliputi pendapatan dan etika bisnis Islam.	Pemberdayaan karyawan pada bisnis Kreatif di Perusahaan Oudenteak sebagai tindakan mengacu pada proses pemberdayaan diri yang memungkinkan karyawan mengatasi rasa ketidakberdayaan. Karyawan merasakan dampak positif dan negatif dari proses pemberdayaan tersebut.

2	Siti Nur Azizah dan Muhfiatun (2017)	Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus <i>Handicraft</i> dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)	Metode penelitian, variabel ekonomi kreatif juga ekonomi syariah.	Terdapat dua variabel tambahan yang membedakan penelitian yang penulis teliti dengan penelitian tersebut yaitu variabel pendapatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Serta penelitian tersebut berfokus pada ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, sedangkan yang penulis teliti ialah ekonomi kreatif bidang kriya.	<i>Handicraf</i> mempunyai nilai <i>multiplayer effect</i> terhadap masyarakat terutama di sektor pertanian dan perdangan jasa. Selain bisa mengembalik-kan sisi kearifal lokal juga meningkatkan integrasi sektor ekonomi, sektor sosial meliputi <i>ukhuwah islamiyah</i> .
3	Nasrudin Ali (2018)	Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading rejo Kabupaten Pringsewu	Metode penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data.	Waktu, tempat juga objek dari penelitian. Serta indikator dalam penelitian Nasrudin Ali hanya berfokus perihal peran	Para pengrajin anyaman bambu di Desa Tulung Agung menggunakan strategi pemberdayaan yang

		(Pengrajin Anyaman Bambu)		ekonomi kreatif serta pemberdayaan ekonomi masyarakat saja, sedangkan yang penulis teliti ada tambahan variabel yaitu pendapatan masyarakat yang ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam.	diperuntukkan kepada ekonomi kreatif diantaranya pemungkinan, penguatan kapasitas, perlindungan. Ekonomi kreatif memberikan pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan masyarakat serta penciptaan lapangan pekerjaan.
4	Anton Thista Kusuma dan Siswanto (2019)	Optimalisasi Ekonomi Kreatif Sabut Kelapa Menjadi Kerajinan Tangan Di Desa Pucung Lor, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap	Metode dan teknik pengumpulan data serta objek penelitian yakni ekonomi kreatif.	Waktu dan tempat penelitian serta fokus yang diteliti Anton dan Siswanto hanya kepada optimalisasi ekonomi kreatif sedangkan yang penulis teliti	Masyarakat Desa Pucung Lor memanfaatkan lahan perkebunan kelapa menjadi kerajinan tangan yang bernilai

				berfokus perihal peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan serta pemberdayaan ekonomi masyarakat berdasarkan etika bisnis Islam.	ekonomis tinggi dengan menjadikannya antara lain: sapu ijuk, keset, <i>cocomesh</i> , <i>cocofiber</i> . Kegiatan ekonomi kreatif tersebut berdampak pada meningkatnya penghasilan masyarakat.
5	Fila Fitriani (2020)	Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur)	Sifat serta jenis penelitian, serta penggunaan teknik pengumpulan data. Sama-sama mengambil objek penelitian tentang kriya dengan fokus penelitian pendapatan	Tedapat satu fokus tambahan yang membedakan penelitian yang penulis teliti dengan penelitian Fila Fitriani yaitu fokus pemberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu perbedaan waktu dan tempat	Peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh para pengrajin kayu di Desa Wonosari adalah dengan secara kontinu melakukan peningkatan inovasi baru yang diharapkan konsumen agar produknya

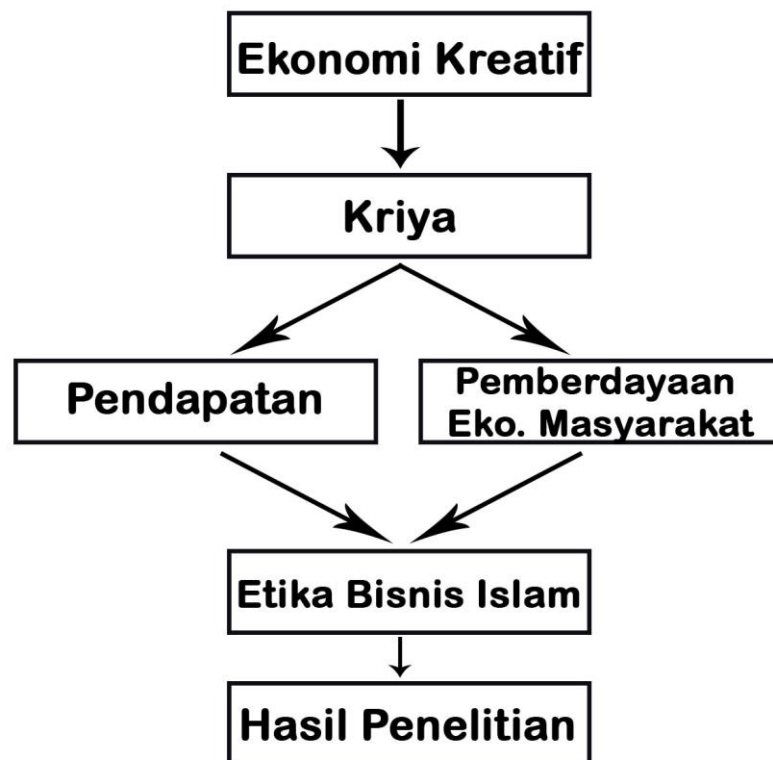
			yang dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islam.	penelitian.	tidak tertinggal oleh pengrajin lain. Dari kreativitas dan inovasi yang ditingkatkan oleh pengrajin memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan. Dalam melakukan praktik usahanya para pengrajin telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.
--	--	--	---	-------------	--

### G. Alur Penelitian

Alur penelitian didefinisikan sebagai alur berpikirnya peneliti dalam melakukan proses penelitian. Alur penelitian tersebut dirancang secara singkat dan padat dengan merujuk pada fokus permasalahan penelitian.

Melalui alur penelitian ini peneliti hendak mendeskripsikan bahwa ekonomi kreatif adalah industri yang tengah digencarkan karena perannya terhadap perekonomian di Indonesia mampu memberikan sumbangsih yang signifikan dan subsektor kriya adalah salah satu sektor unggulan yang terdapat pada ekonomi kreatif.

Melalui penelitian ini peneliti ingin menganalisa seperti apa dan bagaimana peran ekonomi kreatif di bidang kriya mampu memberikan peningkatan pendapatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islam.



**Gambar 1.2. Alur Penelitian**



## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Sugiono memaparkan metode pendekatan kualitatif bertumpu pada paham postpositivisme sekaligus dapat dikatakan metode penelitian naturalistik karena instrumen kuncinya adalah peneliti itu sendiri serta yang dihasilkan dari penelitian kualitatif ini bukan kepada generalisasi tetapi makna.<sup>51</sup>

Pendekatan kualitatif ini lebih condong menggunakan analisis mendetail atau mendalam (in-depth analysis) yakni menganalisis masalah secara satu persatu sebab karakteristik setiap masalah itu tidak sama antara yang satu dengan yang lain.

Sedangkan teknik analisis data dengan deskriptif dapat diartikan sebagai teknik analisis yang digunakan dalam mendeskripsikan keseluruhan data yang terkumpul tanpa bermaksud mengeneralisasikan hasil penelitian.<sup>52</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Pada penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di Ardhina Batik Medan yang berada di Jalan Bersama Gg. Bersama No. 2 Kelurahan Bantan, Kecamatan Medan Tembung, Provinsi Sumatera Utara.

Adapun waktu menyelesaikan penelitian dimulai sejak Juni-Agustus 2021 yang penulis paparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

---

<sup>51</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Yogyakarta: Alfabeta, 2018), h. 17-18.

<sup>52</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodelogi Penelitian Ekonomi* (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016), h. 79.

**Tabel 1.4 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■														
2	Penulisan dan Bimbingan			■	■	■	■										
3	Seminar Proposal							■									
4	Pengumpulan Data							■	■	■							
5	Penyusunan Data											■	■	■	■		
6	Sidang Skripsi															■	■

**C. Subjek dan Objek Penelitian**

**1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian didefinisikan sebagai sesuatu yang diteliti meliputi orang, lembaga, atau benda. Subjek diambil berdasarkan teknik yang dinamakan *snowball sampling* atau teknik bola salju sebab fenomena yang sedang diteliti bisa berkembang lebih meluas dan dalam dari yang sudah ditentukan sebelumnya sehingga peneliti bisa menyesuaikan kebutuhan data yang diperoleh.

Dan subjek dalam penelitian ini adalah pemilik, pengrajin/pekerja Ardhina Batik Medan, pihak desa terkait seperti Lurah.

**2. Objek Penelitian**

Sedangkan objek penelitian dapat didefinisikan sebagai variabel penelitian yang menjadi inti dari problematika penelitian. Dan objek dalam penelitian ini adalah ekonomi kreatif di bidang kriya pada Ardhina Batik Medan.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data merupakan informasi yang digunakan dalam penelitian. Sehingga sumber data harus dipastikan kebenarannya.<sup>53</sup> Secara garis besar, sumber data terbagi ke dalam dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang peneliti peroleh dari sumber datanya langsung. Data ini dapat disebut juga sebagai data asli karena memiliki sifat *up to date*. Teknik yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain melalui wawancara dan observasi.<sup>54</sup>

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang peneliti peroleh dari beragam sumber yang ada (peneliti dalam hal ini sebagai tangan kedua) seperti dari Biro Pusat Statistik, buku, jurnal, laporan dan atau lain-lain.<sup>55</sup>

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah tindakan yang paling utama dalam melakukan penelitian dikarenakan bertujuan untuk mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan diantaranya sebagai berikut.

##### **1. Teknik Pengumpulan Data dengan Wawancara/*Interview***

Sebagai salah satu teknik pengumpulan data, wawancara digunakan bilamana peneliti hendak melakukan studi pendahuluan juga bilamana peneliti hendak mengetahui hal-hal secara mendetail dan mendalam dari responden.

Peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur atau disebut wawancara bebas yang mana pedoman wawancara hanya berupa *outline* atau garis-garis besar dari pokok permasalahan yang nantinya akan ditanyakan.

---

<sup>53</sup> Zaky Machmuddah, *Metode Penyusunan Skripsi Bidang Ilmu Akuntansi* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 38.

<sup>54</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik (ed), *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Lisensi Media Publishing, 2015), h. 67.

<sup>55</sup> *Ibid*, h. 68.

## 2. Teknik Pengumpulan Data dengan Observasi/Pengamatan

Nasution melalui bukunya Sugiono menjelaskan bahwa, observasi merupakan tonggak semua ilmu pengetahuan sebab para ilmuwan hanya mampu bekerja didasari oleh data kemudian data tersebut disatukan dengan adanya bantuan dari berbagai alat yang canggih, sehingga benda-benda yang bahkan berukuran sangat kecil maupun sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas.

Peneliti menggunakan teknik observasi pasif yang mana peneliti mendatangi tempat kegiatan yang diteliti tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Peneliti pada pra penelitian/prariset telah melakukan observasi langsung di Ardhina Batik Medan selama dua minggu.

## 3. Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumen

Dokumen diartikan sebagai catatan peristiwa yang telah berlalu. Bentuk-bentuk dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental.<sup>56</sup>

## F. Analisis Data

Analisis data yaitu penyelidikan terhadap suatu fenomena dengan berpatokan pada data nyata agar dapat diketahui keadaan sebenarnya sebagai wujud pemecahan terhadap permasalahan sehingga dapat dilakukan penarikan kesimpulan yang diakui kevalidan dan keilmiahannya.<sup>57</sup>

Peneliti menggunakan teknik analisis data secara interaktif melalui analisis data model Miles dan Huberman yang dituangkan pada bukunya Sugiono dengan menerangkan bahwa analisis tersebut dilaksanakan secara kontinu sampai rampung sehingga dihasilkan data yang jenuh.<sup>58</sup>

Analisis data yang dilakukan pada penelitian kualitatif dimulai dari pengumpulan data lalu disusul dengan perangkuman atau reduksi data kemudian

---

<sup>56</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, h. 296-315.

<sup>57</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, h. 77.

<sup>58</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, h. 321.

penyajian atau *display* data hingga tahap akhir penarikan kesimpulan atau verifikasi.<sup>59</sup>

### **G. Uji Keabsahan Data**

Uji keabsahan atau kevalidan data dapat dimaknai sebagai pengecekan data. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik sebagai uji keabsahan atau kevalidan data dalam penelitian yang dilakukan.

1. Triangulasi Sumber, guna menguji keabsahan data yang dilakukan melalui cara pengecekan data yang telah peneliti peroleh dari beberapa sumber.
2. Triangulasi Teknik, guna menguji keabsahan data yang dilakukan melalui cara pengecekan data kepada sumber yang sama namun teknik berbeda. Misalnya data yang peneliti peroleh melalui wawancara maka cara mengeceknya dengan observasi ataupun dokumentasi.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, h. 81.

<sup>60</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, h. 368-369.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Kelurahan Bantan**

##### **1. Sejarah Singkat Kelurahan Bantan**

Kelurahan Bantan adalah salah satu dari 7 kelurahan yang ada di wilayah Kecamatan Medan Tembung yang lahir sejak tahun 1953 pada waktu itu masuk dalam wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang, tahun 1974 terjadi perluasan Kota Medan, Kelurahan Bantan masuk dalam wilayah Kecamatan Medan Denai. Tahun 1992 terjadi pemekaran Kecamatan di Kota Medan sesuai Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 1991, Kelurahan Bantan masuk dalam wilayah Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan. Kelurahan Bantan mempunyai luas wilayah  $\pm 150,50$  hektar.

Kantor Kelurahan Bantan beralamat di Jalan Pertiwi No. 100 B Medan dengan fasilitas ruang PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) dan tempat bermainnya, tempat parkir, aula dan ruang rapat.

Kelurahan Bantan terdiri dari 14 (empat belas) lingkungan. Kelurahan Bantan dipimpin oleh 1 orang lurah, 1 orang sekretaris lurah, 3 orang kasi, 4 orang staf dan terdiri dari 14 lingkungan yang dikepalai oleh 14 kepala lingkungan.

##### **2. Letak Geografis Kelurahan Bantan**

Kelurahan Bantan memiliki batas-batas sebagai berikut.

- a. Sebelah Utara berbatas dengan Kelurahan Bandar Selamat dan Kelurahan Tembung.
- b. Sebelah Selatan berbatas dengan Kelurahan Tegal Mandala Sari I Kecamatan Medan Denai dan Kelurahan Kenangan Kecamatan Percut Sei Tuan Deli Serdang.
- c. Sebelah Timur berbatas dengan Kelurahan Tembung.
- d. Sebelah Barat berbatas dengan Kelurahan Bantan Timur.

### 3. Demografi Kelurahan Bantan

Wilayah Kelurahan Bantan sebagai memiliki jumlah penduduk sebagai berikut.

NO	LINGKUNGAN	JUMLAH PENDUDUK		
		L	P	TOTAL
1	Lingkungan I	631	597	1.228
2	Lingkungan II	618	1.010	1.628
3	Lingkungan III	649	1.060	1.709
4	Lingkungan IV	1.257	2.013	3.270
5	Lingkungan V	582	622	1.204
6	Lingkungan VI	2.003	1.535	3.538
7	Lingkungan VII	1.887	1.783	3.670
8	Lingkungan VIII	1.852	1.757	3.609
9	Lingkungan IX	2.353	2.156	4.509
10	Lingkungan X	1.119	1.206	2.325
11	Lingkungan XI	1.219	2.007	3.226
12	Lingkungan XII	2.416	2.422	4.838
13	Lingkungan XIII	986	1.023	2.009
14	Lingkungan XIV	605	1.031	1.636
JUMLAH		18.177	20.222	38.399

Jumlah Penduduk Menurut Agama

No	Agama	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Islam	25.831
2	Kristen	5.446
3	Budha	6.957
4	Hindu	28
5	Kong Hu Chu	137
<b>Jumlah</b>		<b>38.399</b>

Jumlah Penduduk Menurut Etnis

No	Etnis	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Batak	9.321
2	Jawa	13.562
3	Minang	921
4	Mandailing	3.610
5	Nias	612
6	Melayu	886
7	Karo	570
8	Aceh	523
9	Tionghoa	8.394
<b>Jumlah</b>		<b>38.399</b>

Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Tidak/Belum Sekolah	4.217
2	Tamat SD	5.926
3	Tamat SLTP	9.861
4	Tamat SLTA	15.438
5	Tamat D-III	1.022

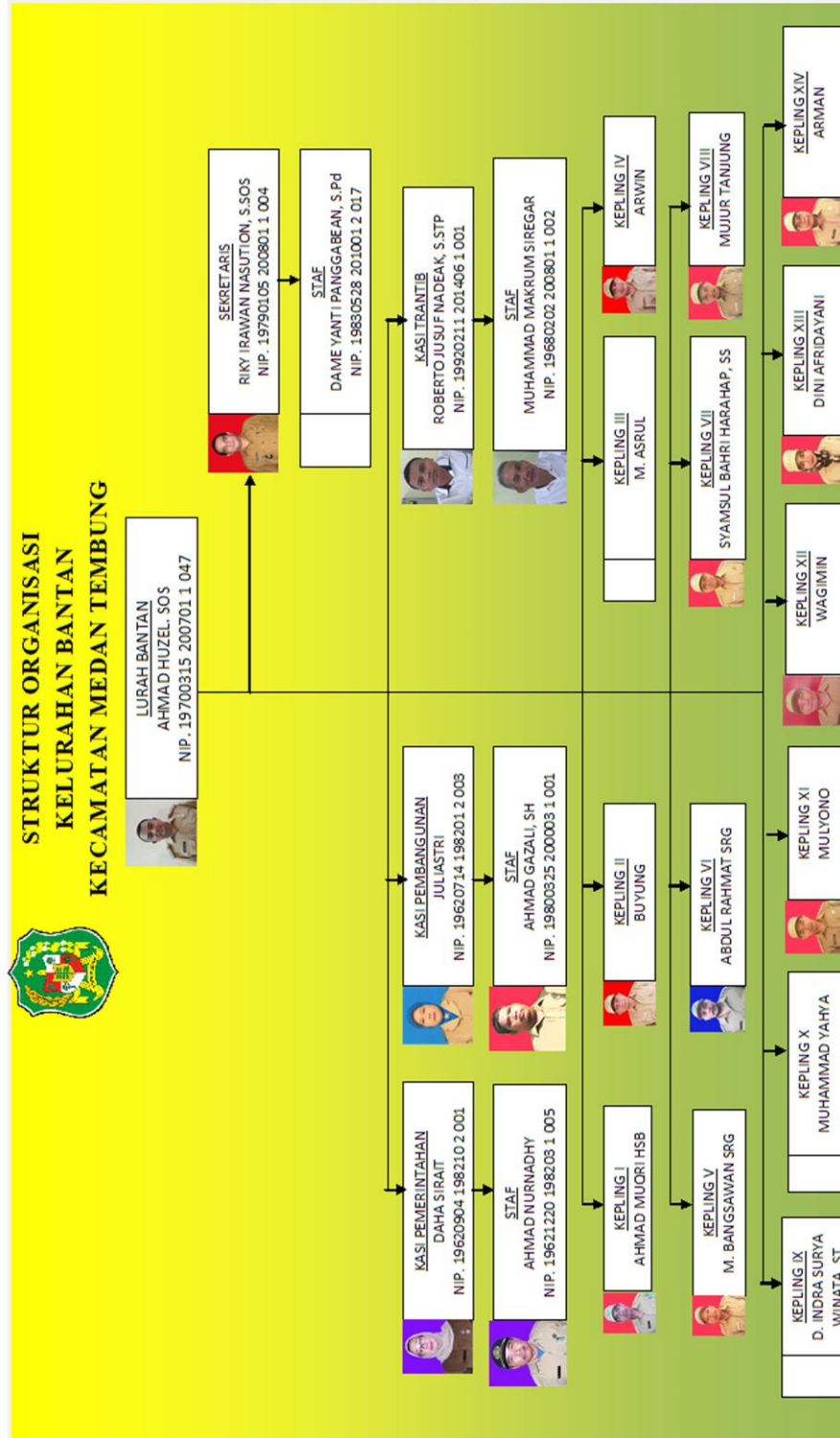


6	Tamat Sarjana (S1)	1.394
7	Tamat Pasca Sarjana	541
<b>Jumlah</b>		<b>38.399</b>

Jumlah Penduduk Menurut Tenaga Kerja

No	Pekerjaan	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Wiraswasta	16.761
2	PNS	498
3	Karyawan Swasta	5.164
4	POLRI/TNI	31
5	Pedagang	3.725
6	Buruh	8.847
7	Pensiunan	674
8	Belum Bekerja/Tidak Bekerja	2.699
<b>Jumlah</b>		<b>38.399</b>

#### 4. Struktur Organisasi Kelurahan Bantan



## **5. Visi Misi Kelurahan Bantan**

### **Visi**

Kelurahan Bantan menjadi kelurahan multikultural yang berbasis pelayanan terpadu, sinergi, profesional dan akuntabel.

### **Misi**

- a. Menyiapkan sarana dan sistem pelayanan yang terpadu.
- b. Menciptakan iklim yang kondusif bagi hubungan internal dan eksternal.
- c. Mewujudkan aparatur yang memiliki kompetensi, integritas dan responsif.
- d. Mewujudkan pelayanan yang memiliki standar dan transparan.

### **Motto**

*“Kelurahan Bantan adalah kelurahan multikultural dengan sinergritas antara penguasa, pengusaha dan elemen masyarakat dengan sentuhan kearifan lokal”*

## **6. Program Ekonomi Masyarakat Kelurahan Bantan**

Dalam upaya meningkatkan keikutsertaan masyarakat dalam program pembangunan, telah diberikan berbagai kemudahan kepada masyarakat untuk mengembangkan usahanya, antara lain sebagai berikut.

- a. Bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Dinsosnaker) dan PKK kelurahan untuk mengirimkan peserta kursus-kursus keterampilan.
- b. Mempermudah pelayanan pengurusan surat-surat keterangan memiliki usaha/izin usaha untuk mendapatkan kredit dari bank yang menyalurkan bantuan kredit usaha kecil di kantor kelurahan.
- c. Memberikan rekomendasi bagi masyarakat yang ingin meminta pelatihan keterampilan sebagai dasar untuk membuka usaha seperti pelatihan membuat batik, kerajinan tangan, membuat kue dan lain-lain.

Adapun beberapa industri rumah tangga unggulan di Kelurahan Bantan sebagai berikut.

No	Lingkungan	Jenis Industri	Keterangan
1	V	Pembuatan Rehal	
2	XI	Batik	
3	VIII	Tenun	
4	I	Kerupuk Jangek	
5	XII	Anyaman	

*Sumber Data : Kelurahan Bantan Tahun 2018*

## **B. Gambaran Umum Ardhina Batik Medan**

### **1. Sejarah Singkat Berdirinya Ardhina Batik Medan**

Menurut hasil informasi yang peneliti peroleh dari informan disebutkan bahwa sejarah singkat awal berdirinya Ardhina Batik Medan dimulai sejak 2008 saat pertama kali batik digalakkan di Indonesia. Pada waktu di pemerintah setempat melalui Kelurahan Bantan memfasilitasi untuk menyelenggarakan penyuluhan dan pelatihan membatik yang diikuti oleh ± 15 orang.

Dari kegiatan tersebut, pemerintah setempat lainnya melalui Dinas Koperasi Kota Medan ikut mendukung dengan memberikan bantuan modal ketika awal berdirinya usaha Ardhina Batik Medan senilai 10 juta rupiah. Selain menggelontorkan dana untuk keberlangsungan pengembangan usaha, Ardhina Batik Medan juga mendapat bantuan alat untuk membatik seperti meja cat, tong merebus, canting, dan lainnya. Terhitung sudah 13 tahun berkiprah, Ardhina Batik Medan telah memiliki pengrajin sebanyak 12 orang yang berasal dari ibu-ibu masyarakat sekitar.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Dina, Sekretaris dan Bendahara Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021.

## 2. Struktur Organisasi Ardhina Batik Medan

- a. Pemilik : Edy Gunawan
- b. Sekretaris + Bendahara : Dina Novita
- c. Tukang Pemasaran : Agus
- d. Tukang Blok : Mela, Rina, Endang, Fitri, Siti, Dedek
- e. Tukang Warna : Asanta
- f. Tukang Merebus : Rojidah, Fitri
- g. Tukang Cap : Yudi, Agus

## C. Penyajian Data Indikator Keberhasilan Ekonomi Kreatif

### 1. Produksi

Ekonomi kreatif yang diproduksi di Kelurahan Bantan ialah pada bidang kriya (kerajinan) batik bernama Ardhina Batik Medan yang mana merupakan salah satu dari subsektor ekonomi kreatif itu sendiri. Terdapat bermacam-macam barang hasil produksi pengrajin, diantaranya ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.5 Varian Produk Ardhina Batik Medan serta Harganya**

No	Nama Produk	Harga (per satuan)
1	Bahan Baju	160.000
2	Bahan Rok	160.000
3	Kemeja Laki-Laki	350.000
4	Kemeja Perempuan	300.000
5	Sepatu Pria	150.000
6	Peci	150.000
7	Sarung Selendang	350.000

8	Tas	120.000-250.000
9	Dompot	30.000-80.000
10	Gaun	550.000

Berdasarkan sumber informasi yang peneliti peroleh di lapangan dari salah satu pengrajin bahwasannya pembelian bahan baku untuk membuat termasuk murah dan mudah sebab semua bahan baku tersebut dibeli dari Solo sejak awal berdiri hingga kini. Hal itu dikarenakan dulunya Pak Edy selaku pemilik Ardhina Batik Medan ini pertama kali mengajar batik sekaligus menjabat sebagai dosen disana, kemudian disewa pemerintah untuk mengajarkan batik sampai ke Medan, alhasil bisa membuka usaha sendiri di Medan dan bisa memperkerjakan beberapa karyawan.<sup>62</sup>

## 2. Pasar dan Pemasaran

Sebelum pemasaran hasil produksi Ardhina Batik Medan di Kelurahan Bantan menggunakan media sosial, tolak ukur dalam keberhasilan penjualannya masih secara manual yakni dari orang yang sudah langganan atau lazimnya disebut 'kenal dari mulut ke mulut'. Namun, sejak 2012 pemasaran mulai bergeser ke arah virtual melalui akun sosial media seperti *instagram* (@ardhinamedan1) dan juga *facebook* (ardhina). Hingga kini, peningkatan penjualan makin bertambah sekitar 60% menggunakan sistem penjualan *online*.<sup>63</sup>

## 3. Manajemen dan Keuangan

Dalam melakukan pengelolaan manajemen, Ardhina Batik Medan sudah memiliki struktur organisasi hanya saja belum ada bentuk tertulisnya. Selain itu, Ardhina Batik Medan juga sudah memiliki pembukuan dan pencatatan keuangan,

---

<sup>62</sup> Dina, Sekretaris dan Bendahara Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021

<sup>63</sup> Agus, Tukang Pemasaran Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, 23 Agustus 2021

namun dalam prosesnya masih dilakukan secara sederhana melalui hitungan manual, belum tersistem secara digital.

#### **4. Pemerintah**

Pemerintah dapat diartikan sebagai suatu badan hukum yang mempunyai hak prerogatif ataupun hak otoritas dalam mengeluarkan suatu kebijakan tertentu. Dalam kasus ini, kehadiran lembaga pemerintah dalam mempercepat pengembangan usaha batik di Ardhina Batik Medan bisa diukur dari pemberian pelatihan kepada para pengrajin guna peningkatan kualitas sumber daya manusianya ataupun bisa juga melalui kemudahan pemberian akses permodalan.

Sebagai pemerintah setempat, Ahmad Huzel, S.Sos Lurah Bantan mengaku keberadaan Ardhina Batik Medan memiliki potensi dalam membantu perekonomian masyarakat di Lingkungan Bantan karena mampu mengikutsertakan masyarakat agar bisa bekerja di Ardhina Batik Medan tersebut. Ia juga membantu sistem administrasi seperti mengeluarkan surat domisili usaha agar memudahkan Ardhina Batik Medan dalam mendapatkan bantuan modal.<sup>64</sup>

Selama berdirinya Ardhina Batik Medan mulai dari 2008-2021 hampir 13 tahun berkiprah, Ardhina Batik Medan telah mendapatkan sebanyak 6 kali pelatihan dari pemerintah setempat. Dimulai dari Dinas Koperasi, Dinas Pariwisata, hingga Dinas Perindustrian masing-masing memberikan akses pelatihan kepada pengrajin Ardhina Batik Medan sebanyak 2 kali.

”Sudah lumayan terekspos, bahkan pameran batik sering panggil Ardhina Batik Medan, namun batik ini kan termasuk produk yang relatif mahal harganya itu juga karna proses produksinya rumit, lagipula kalau dipakai untuk hari-hari kan sayang”<sup>65</sup>

Setelah mendapati berbagai pelatihan dari pemerintah setempat sehingga Ardhina Batik Medan mampu mengembangkan dan menjualkan hasil produksi

---

<sup>64</sup> Ahmad Huzel, Lurah Bantan, wawancara di Medan, 24 Agustus 2021

<sup>65</sup> Dina, Sekretaris dan Bendahara Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021

batiknya, selain itu Ardhina Batik Medan juga membuka jasa tenaga pengajar untuk memberikan edukasi terkait membatik. Hal tersebut sudah dilakukan Ardhina Batik Medan seperti ke sekolah-sekolah di MTs Al-Washliyah Batang Kuis bahkan sampai ke Sekolah Luar Biasa yang beralamatkan di Jalan Sisingamangaraja, selain itu juga ke kampus-kampus seperti dari USU, UPH. Tak henti sampai disitu, Ardhina Batik Medan juga turut memberikan pengajaran tentang membatik sampai ke Desa Mendoge, Batubara, bahkan hampir tiap tahun ada panggilan mengajar ke desa-desa.<sup>66</sup>

Namun, kemudahan bantuan permodalan hanya dirasakan Ardhina Batik Medan saat awal-awal berdirinya usaha, yaitu mendapat modal sebesar 10 juta dari Dinas Koperasi. Kini Ardhina Batik Medan hampir berjalan sudah 13 tahun lamanya tetapi belum ada bantuan modal secara tetap dari pemerintah setempat untuk pengembangan usaha batik tersebut.

## **5. Kondisi Ekonomi**

Dengan adanya usaha ekonomi kreatif di bidang kriya (kerajinan) batik, melalui Ardhina Batik Medan telah dapat memberikan peluang kerja sehingga dapat menciptakan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat sekitar di Kelurahan Bantan. Seperti pendapat seorang tukang warna, Asanta (49 tahun) beranggapan bahwa lebih menjanjikan bekerja di Ardhina Batik Medan daripada pekerjaan sebelumnya.

“Sebelum bekerja disini, ibu kerjanya jualan mie sop sama gorengan, kalau soal pendapatan, bisa dibilang jualan itu rezeki harimau alias gak tetap penghasilannya, kalau disini karena sistemnya borongan bisa dapat penghasilan lebih banyak kalau borongannya meningkat, disini juga bisa jadi punya penghasilan yang tetap. Kebanyakan yang bekerja disini juga ibu rumah tangga

---

<sup>66</sup> Mela, Tukang Blok Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 25 Agustus 2021.



semua, istilahnya daripada tidur di rumah, kerja disini alhamdulillah lumayan bisa dapat tambahan uang bantu-bantu keluarga”.<sup>67</sup>

## **6. Dampak Lingkungan**

Dalam menjalani usaha kerajinan batik, para pengrajin tidak semata mengumpulkan keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memerhatikan kondisi lingkungan sekitar. Agar keberlangsungan usaha bisa terus-menerus pihak Ardhina Batik Medan melakukan penghijauan di sekitar tempat usaha seperti membuat taman kecil serta menanami pohon-pohonan. Namun, limbah cair produksi batik dibuang ke saluran air biasa, tidak ada dibuat saluran air khusus limbah dengan alasan limbahnya tidak terlalu banyak.

## **7. Kemitraan Usaha**

Ardhina Batik Medan juga menjalin kemitraan/kerjasama dengan beberapa industri batik lainnya sejak 2017 diantaranya: Langgam Souvenir, Rumah Batik Pendopo, Batik Regar, Batik Sumut, Batik Azzahra. ”Misal, salah satu dari toko batik itu butuh motif dari toko batik kita, maka kita kasih, begitu sebaliknya. Karena dari kelima toko batik tersebut beda semua motif batik yang dihasilkan. Ardhina Batik Medan sendiri memproduksi motif batik khas seluruh etnis yang dimiliki Sumatera Utara, biasanya produksi motif tersebut tergantung musim, misal saat walikotanya dari suku Mandailing, maka motif itulah yang paling banyak diminati pembeli”.<sup>68</sup>

Tak henti disitu, Ardhina Batik Medan juga menjalin kemitraan dengan pihak instansi pemerintah, yaitu Bank Indonesia Sumatera Utara sejak 2017, sebab

---

<sup>67</sup>Asanta, Tukang Warna Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021.

<sup>68</sup>Rojidah, Tukang Merebus Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 24 Agustus 2021.

kebetulan pemilik Ardhina Batik Medan merupakan ketua dari pengrajin batik di BI Sumut.

#### **D. Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin**

Pendapatan pengrajin berdasarkan batasan masalah tahun 2019-2020 ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.6 Pendapatan Pengrajin Tahun 2019-2020**

<b>No</b>	<b>Nama Pengrajin</b>	<b>Pendapatan Tahun 2019 (Rp)</b>	<b>Pendapatan Tahun 2020 (Rp)</b>
1	Agus (Tukang Pemasaran)	400.000	600.000
2	Mela (Tukang Blok)	550.000	700.000
3	Rina (Tukang Blok)	550.000	700.000
4	Endang (Tukang Blok)	550.000	700.000
5	Fitri (Tukang Blok)	550.000	700.000
6	Siti (Tukang Blok)	550.000	700.000
7	Dedek (Tukang Blok)	550.000	700.000
8	Asanta (Tukang Warna)	2.300.000	2.500.000
9	Rojidah (Tukang Merebus)	1.200.000	1.500.000
10	Fitri	1.200.000	1.500.000

	(Tukang Merebus)		
11	Yudi (Tukang Cap)	1.200.000	1.500.000
12	Agus (Tukang Cap)	1.200.000	1.500.000

\*Data diolah tahun 2020.

Dari tabel yang telah ditunjukkan, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan dari 12 pengrajin di Ardhina Batik Medan yang mana pendapatannya lebih tinggi daripada peningkatan di tahun sebelumnya.

#### **E. Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam**

Dari pembahasan yang telah dituangkan di atas dapat diketahui bahwa Ardhina Batik Medan dalam menjalankan usahanya telah mengikuti pelatihan dari pemerintah setempat agar kualitas dan kreativitas serta inovasi dari para pengrajin dapat lebih berkembang sehingga dapat bersaing dengan industri batik lainnya. Selain itu yang terpenting juga mereka mengikutsertakan ibu-ibu sekitar sebagai tenaga pekerja di Ardhina Batik Medan sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Dalam pengembangan itu, tentunya akan menambah produktivitas serta pendapatan dari para pengrajin. Hal tersebut seperti penuturan sebelumnya dari sekretaris sekaligus bendahara Ardhina Batik Medan, mereka mengikuti kemauan pembeli dan bisa melihat keadaan pasar, seperti motif batik mereka buat biasa paling diminati misal walikotanya asal Mandailing, maka mereka banyak memproduksi motif tersebut. Hal itu juga terbukti dari tabel kenaikan pendapatan yang pengrajin Ardhina Batik peroleh di tahun 2019-2020.

Dalam melakukan usaha kerajinan batik, para pengrajin Ardhina Batik Medan juga orientasinya tidak hanya mencari keuntungan dunawi saja tetapi juga mencari ridha Allah SWT, Ardhina Batik Medan telah menjalankan beberapa prinsip etika bisnis Islam, diantaranya:

### **1. Kesatuan (Tauhid/Unity)**

Seperti halnya dengan wawancara kepada salah satu pengrajin, ia mengatakan bahwa “Sebagian keuntungan yang diperoleh Ardhina Batik Medan, Pak Edy selaku pemilik usah batik ini secara rutin mengeluarkan infaq di setiap hari jumat ke Masjid Muhammadiyah di Jalan Pertiwi, Kel. Bantan, Kec. Medan Tembung. Selain itu juga setiap masuk waktu sholat, kami diperintahkan untuk menjeda pekerjaan agar melakukan ibadah sholat kemudian setelah selesai baru melanjutkan pekerjaan masing-masing”.<sup>69</sup>

### **2. Keseimbangan (Adil/Equilibrium)**

Situasi adil membuat saling suka sama suka antara penjual dan pembeli. Seperti yang diutarakan pengrajin bernama Siti, “Jika terjadi barang cacat/rusak dari Ardhina Batik Medan ini, boleh dan harus dikembalikan lagi oleh konsumen agar dapat penggantinya”.<sup>70</sup>

### **3. Kehendak Bebas**

Dalam pandangan Islam, manusia diberi kebebasan dalam mengembangkan potensi yang selagi tidak keluar dari aturan Allah SWT. Ardhina Batik Medan juga menerapkan bentuk prinsip ini, hal itu dapat dilihat dengan tempat dari toko batiknya yang dirancang bagus agar tampak indah dipandang, termasuk juga bebas dalam berkreasi memadukan antar motif sesuai selera konsumen.

### **4. Tanggung Jawab**

Selama menjalankan usaha, Ardhina Batik Medan bertanggungjawab atas segala kecacatan ataupun kerusakan barang yang diterima konsumen, konsumen berhak memulangkan barang yang cacat/rusak tersebut untuk mendapatkan

---

<sup>69</sup> Yudi, Tukang Cap Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 24 Agustus 2021.

<sup>70</sup>Siti, Tukang Blok Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021.

penggantinya dengan barang dan harga yang sama dengan ketentuan selama barang tersebut baru dibeli dan belum ada digunakan.<sup>71</sup>

## **F. Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Pengrajin) Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam**

Berdasarkan hasil wawancara sekaligus observasi di lapangan dengan melihat dan merasakan langsung energi semangat dan daya juang para pengrajin Ardhina Batik Medan dalam upaya mengembangkan usaha ekonomi kreatif khususnya pada bidang yang mereka tekuni yaitu kriya (kerajinan) batik, ternyata mampu memberikan peran terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Diantaranya berperan terhadap penciptaan lapangan kerja seperti data yang sudah dikemukakan sebelumnya bahwa Ardhina Batik Medan memperkerjakan ibu-ibu rumah tangga yang berasal dari masyarakat sekitar yang mana mereka dapat meningkatkan pendapatannya.

Ada pun terdapat beberapa strategi pemberdayaan yang dilakukan Ardhina Batik Medan agar dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, diantaranya:

### **1. Pemungkinan**

Pemungkinan dianggap sebagai langkah awal yang dilakukan Ardhina Batik Medan untuk menghadirkan suasana yang memungkinkan aset/potensi pengrajin agar dapat berkembang secara optimal.

Bentuknya berupa sosialisasi melalui *door to door* bahwasannya Ardhina Batik Medan memberikan peluang untuk belajar membatik yang terbuka secara umum terlebih kepada masyarakat di Lingkungan Bantan.

---

<sup>71</sup> Dina, Sekretaris dan Bendahara Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021

Seperti informasi yang peneliti peroleh dari hasil wawancara dengan sekretaris sekaligus bendahara Ardhina Batik Medan. “Untuk belajar membatik semua boleh kemari, nanti belajar dulu baru dikasih alat-alatnya, kalau sudah mulai bisa membatik bahkan bisa langsung kerja disini”.<sup>72</sup> Melalui hal tersebut, diharapkan terciptanya kesadaran masyarakat memanfaatkan aset/potensi diri agar dapat menghasilkan uang yang bisa terwujudnya peningkatan kualitas hidupnya.

## **2. Penguatan**

Penguatan dianggap sebagai langkah untuk memperkuat kemampuan serta pengetahuan kapasitas diri masyarakat yang akan diberdayakan sehingga mereka mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi juga mencukupi segala hajat hidupnya.

Bentuknya berupa pemberian pelatihan, saling belajar serta berbagi ilmu, bahkan Edy Gunawan selaku pemilik Ardhina Batik Medan sendiri terlibat langsung dalam mengajari masyarakat ataupun para pengrajin cara membatik.

“Misalnya bagian pewarnaan, ada kawan yang gak datang kerja, maka langsung diajari sama Pak Edy. Sekarang karna sudah terbiasa jadi gak susah, tapi awal-awal pasti merasa kesulitan, misal pegang canting itu harus kita jinakkan dulu kalau gak, mana bisa cepat kerjaan kita”.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Dina, Sekretaris dan Bendahara Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021

<sup>73</sup> Asanta, Tukang Warna Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang ekonomi kreatif bidang kriya di Ardhina Batik Medan yang berlokasi di Kelurahan Bantan, Kecamatan Medan Tembung, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut.

1. Ardhina Batik Medan memiliki peran terhadap peningkatan pendapatan yang diperoleh dari tiap-tiap pengrajin sebanyak 12 orang tersebut di tahun 2019-2020 yang mana pendapatannya lebih tinggi daripada peningkatan di tahun sebelumnya.

2. Ardhina Batik Medan juga mampu berperan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (pengrajin) yang berpatokan pada etika bisnis Islam, sebab dalam menjalankan usahanya, Ardhina Batik Medan telah mengikuti pelatihan dari pemerintah setempat agar kualitas dan kreativitas serta inovasi dari para pengrajin dapat lebih berkembang sehingga dapat bersaing dengan industri batik lainnya. Mereka mengikuti permintaan pasar sehingga produktivitas kerja semakin terasah pendapatan pun semakin meningkat.

Selama berjalan 13 tahun dalam mengelola usahanya, para pengrajin Ardhina Batik Medan juga orientasinya tidak hanya mencari keuntungan dunawi saja tetapi juga mencari ridha Allah SWT, Ardhina Batik Medan telah menjalankan beberapa prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip tauhid, adil kehendak bebas, dan tanggung jawab.

3. Ardhina Batik Medan selain dapat berperan pada dua hal diatas, juga memberikan peranan terhadap upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat sebagai wujudnya ialah dengan mengikutsertakan ibu-ibu sekitar sebagai tenaga pekerja di Ardhina Batik Medan. Dan juga dalam melakukan pemberdayaan

ekonomi masyarakat, Ardhina Batik Medan menerapkan dua strategi yakni pemungkinan serta penguatan.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian diatas, maka saran yang peneliti kemukakan diantaranya sebagai berikut.

### **1. Bagi perusahaan Ardhina Batik Medan**

- a. Mengingat harga nilai jual dari produksi batiknya lumayan mahal sehingga hanya dari kalangan masyarakat yang berpenghasilan menengah ke atas saja yang mampu membelinya. Saran dari saya, agar pembeli bisa bertambah lebih banyak, bahkan kalangan masyarakat yang berpenghasilan standar juga dapat membeli batik di Ardhina Batik Medan.

Karena fokusnya Ardhina Batik Medan hanya memproduksi barang yang memang kualitas tinggi dengan harga mahal, selain itu mungkin bisa diproduksi juga barang yang kualitas standar dengan harga standar pula, agar memperbesar peluang pembeli yang datang sehingga pendapatan juga bisa bertambah.

- b. Segi marketplace secara online belum terlalu digencarkan, padahal amat disayangkan mengingat kiprah adanya Ardhina Batik Medan ini merupakan batik pertama yang ada di Medan. Saran dari saya, sekarang perkembangan zaman sudah sedemikian canggih, akun sosial media untuk penjualan secara online bisa diperbaharui, diperbanyak isi kontennya dan dibuat lebih kekinian mengikuti tren zaman, karna lebih mudah untuk saat sekarang ini menggait pangsa pasar dari sosial media.

Dengan begitu menciptakan peluang untuk menambah lebih berlipat dan akan berperan pada kenaikan tingkat pendapatan juga produktivitas para pengrajin Ardhina Batik Medan sendiri. Bisa juga memaksimumkan profit sampai 100 %.



## **2. Bagi akademisi**

Diharapkan bagi para insan akademisi agar kiranya penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti lainnya dengan objek penelitian yang lebih kompleks misal menambahkan variabel produksi dan distribusi sehingga memperkaya khazanah keilmuan pembaca.

## **3. Bagi Pemerintah Setempat**

Diharapkan adanya dukungan berupa pemberian pelatihan dan kucuran dana permodalan yang tetap dari pemerintah setempat agar Ardhina Batik Medan dapat menjaga keberlangsungan usaha serta bisa berkembang lebih pesat dan lebih berperan dalam meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kelurahan Bantan.

## DAFTAR PUSTAKA

Agoes, Sukrisno dan I. Cenik Ardana (ed). 2014. *Etika Bisnis dan Profesi*, Jakarta: Salemba Empat.

Ahmadi, Nur Bi Rahmani. 2016. *Metodelogi Penelitian Ekonomi*, Medan: Febi UIN-SU Press.

Akmal, Azhari Tarigan. *Etika & Spiritual Bisnis*, 2016. Medan: Febi Press UIN SU.

Andi, Hepi Bastoni. 2017. *Beginilah Rasulullah SAW. Berbisnis*, Bogor: Pustaka al-Bustan.

Astrid, Desy Anindya. 2017. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Deli Tua Kecamatan Deli Tua” dalam *Jurnal at-Tawassuth* Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Berita diakses dari <https://www.tempo.co>

Dwi, Deni Hartono dan Malik Cahyadin (ed). 2013. “Pemeringkatan Faktor Keberhasilan Usaha Industri Kreatif” dalam *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* IAIN Kediri.

Fitriani, Fila. 2020. “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Prespektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur”, Skripsi, FEBI, Ekonomi Islam, IAIN Metro Lampung.

Gelombang Ekonomi Kreatif diakses dari <https://kemenperin.go.id>

Harahap, Isnaini dan M. Ridwan (ed). 2016. *The Handbook of Islamic Economics*, Medan: Febi UIN-SU Press.

Harahap, Isnaini, *et. al.*, 2015. *Hadis-Hadis Ekonomi*, Medan: Prenadamedia Group.

Harahap, Sunarji. 2017. *Pengantar Bisnis: Pendekatan Integratif – Multidisipliner*, Medan: Febi UIN-SU Press.

Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: Penerbit CAPS.

Kasmir dan Jakfar (ed). 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*, Jakarta: RURU Corps.

Latuconsina, Hudaya. 2014. *Pendidikan Kreatif Menuju Generasi Kreatif dan Kemajuan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

M. Anwas, Oos. 2014. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*, Bandung: Alfabeta.

Machmuddah, Zaky. 2020. *Metode Penyusunan Skripsi Bidang Ilmu Akuntansi*, Yogyakarta: Deepbulish.

Mardikanto, Totok. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta.

Moelyono, Mauled. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajawali Press.

Mulia, Carunia Firdausy. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Nurnasih, Jafar. 2019. “Alokasi Pendapatan Dalam Perspektif Ahli Ekonomi Islam”, Skripsi, FEBI, Ekonomi Syariah, IAIN Bengkulu.

Program Bekraf diakses dari <https://www.kemenparakraf.go.id>

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2010. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa.

Puspita, Anggri Sari, *et. al.*, 2020. *Ekonomi Kreatif*, Yayasan Kita Menulis.

Q.S. Al-Qalam (68): 4.

Q.S. ath-Thalaq (65): 2-3.

Regita, Afni Cahyani Muis. 2019. *Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*, Yogyakarta: Deepublish.

Rohmah, Umi. 2017. “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, Skripsi, FEBI, Ekonomi Islam, UIN Raden Intan Lampung.

Setiyaningrum, Ari. 2020. “Peran Dimensi-Dimensi Entrepreneurial Marketing Dalam Mendorong Kesuksesan Bisnis UMKM Di Industri Ekonomi Kreatif” dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* Universitas Atma Jaya.

Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik (ed). 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Lisensi Media Publishing.

Solihin, Dadang. 2019. *Administrasi Pembangunan*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Yogyakarta: Alfabeta.

Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Jakarta: Salemba Empat.

Susanti, Neila dan Marliyah (ed). 2018. “Pola Pemberdayaan Ekonomi Milenial Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN)” dalam *Jurnal Repository UIN SU*.

Suyanto, Bagong. 2013. *Anatomi Kemiskinan dan Strategi Penanganannya*, Malang: Intrans Publishing.

Urbanus, Johny Lesnussa. 2019. “Evaluasi Pemberdayaan Masyarakat Di Negeri Halong Baguala Ambon” dalam *Jurnal Sosio Sains Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Trinitas Ambon*.

Wahyono, Budy. 2017. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul” dalam *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)*.

Wartoyo. 2018. “Etika Bisnis Islam: Konstruksi Nilai Keseimbangan dan Kemanusiaan” dalam *Jurnal Al-Amwal IAIN Syeikh Nurjati Cirebon*.

Zuhdi, Ahmad Amrulloh. 2020. “Peranan Dana Desa Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Jombang Jawa Timur” dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Universitas Darul ‘Ulum Jombang*.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

*(Curriculum Vitae)*

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Audry Uyuni
2. NIM : 0501172182
3. Tempat/Tgl Lahir : Bandar Kalipah, 10 November 1999
4. Alamat : Jalan Usman Siddik Gg. Hikmah No. 27 Bandar Khalipah
5. Pekerjaan : Mahasiswa
6. No. HP : 0812-6360-6425
7. Motto Hidup : *Ijhad wa laa taksal*

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tamatan, SD Negeri 064964 Medan Berijazah tahun 2011
2. Tamatan, MTs Al-Washliyah Tembung Berijazah tahun 2014
3. Tamatan, Man 2 Model Medan Berijazah tahun 2017
4. *On going*, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara tahun 2021

### **III. RIWAYAT ORGANISASI**

#### **Internal**

1. Reporter Junior Lembaga Pers Mahasiswa / LPM Dinamika UIN Sumatera Utara Periode 2018-2019
2. Sekretaris Redaksi Lembaga Pers Mahasiswa / LPM Dinamika UIN Sumatera Utara Periode 2019-2020
3. Redaktur Pelaksana Lembaga Pers Mahasiswa / LPM Dinamika UIN Sumatera Utara Periode 2020-2021

### **Eksternal**

1. Anggota Bidang Fiksi dan Nonfiksi Forum Lingkar Pena / FLP Medan  
Periode 2017-2018
2. Anggota Divisi Media dan Komunikasi Generasi Baru Indonesia /  
GenBI UIN Sumatera Utara dan Sumut Periode 2018-2019

**Lampiran 1 : Pedoman Wawancara**

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Ekonomi Kreatif	1. Produksi	1. Apakah komoditas untuk pembuatan kerajinan batik mudah didapat?
		2. Apakah harga komoditas kerajinan batik relatif terjangkau?
	2. Pasar dan Pemasaran	1. Bagaimana sistem penjualan dan pemasaran kerajinan batik?
		2. Bagaimana sistem pembelian komoditas kerajinan batik?
	3. Manajemen dan Keuangan	1. Apakah kerajinan batik yang Anda jalankan ini mempunyai struktural lembaga atau organisasi?
		2. Apakah ada pencatatan sirkulasi keuangan dalam aktivitas usaha kerajinan batik yang Anda kelola?
	4. Kebijakan Pemerintah	1. Apakah ada bantuan pelatihan dari pemerintah setempat guna mengembangkan usaha kerajinan batik?



		2. Apakah ada bantuan dana atau modal dari pemerintah setempat dalam mengembangkan usaha kerajinan batik?
	5. Kondisi Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat	1. Adakah peningkatan pendapatan pada usaha kerajinan batik dari tahun ke tahun? Jika ada, berapa peningkatannya? Jika tidak ada, apa yang membuat usaha tersebut stagnan peningkatannya?
		2. Adakah melibatkan masyarakat setempat sebagai tenaga kerja pada usaha kerajinan batik Anda? Jika iya, berapa jumlah pengrajinnya?
		3. Bagaimana Anda melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat di usaha kerajinan batik Anda?
	6. Lingkungan	1. Bagaimana pengelolaan terhadap hasil limbah produksi usaha kerajinan batik Anda?

		<p>2. Apakah dengan terdapatnya produksi dari usaha kerajinan batik ini, Anda sertai juga dengan melaksanakan penghijauan?</p>
	<p>7. Kemitraan Usaha</p>	<p>1. Apakah dalam menjalankan usaha kerajinan batik ini Anda menjalin hubungan kerja sama dengan industri lainnya?</p> <p>2. Apakah dalam menjalankan usaha kerajinan batik ini Anda menjalin hubungan kerja sama dengan pihak pemerintah/swasta?</p>
	<p>8. Etika Bisnis Islam</p>	<p>1. Apakah dalam menjalankan usaha kerajinan batik, Anda sudah menerapkan etika bisnis Islam didalamnya?</p> <p>2. Jika iya, bagaimana bentuk etika bisnis Islam yang diberlakukan pada usaha kerajinan batik ini?</p>

## Lampiran 2 : Surat Izin Riset

8/24/2021

<https://siselma.uinsu.ac.id/pengajuan/cetakaktif/NDMzMzI=>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Willem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371  
Telp. (061) 6615683-6622925 Fax. 6615683

Nomor : 6645/EB.I/KS.02/08/2021

24 Agustus 2021

Lampiran : -

Hal : Izin Riset

Yth. Bapak/Ibu Kepala Kepada Balitbang Pemkot Medan

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat, diberitahukan bahwa untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah menyusun Skripsi (Karya Ilmiah), kami tugaskan mahasiswa:

Nama : Audry Uyuni  
NIM : 0501172182  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Kalipah, 10 November 1998  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : Jalan Usman Siddik Gg Hikmah Benteng Hilir Kelurahan Bandar Khalipah Kecamatan Percut Sei Tuan

untuk hal dimaksud kami mohon memberikan Izin dan bantuannya terhadap pelaksanaan Riset di Jl. Bersama Kel. Bantan, Kec. Medan Tembung, guna memperoleh informasi/keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi (Karya Ilmiah) yang berjudul:

*Analisis Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Perspektif Etika Bisnis Islam*

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Medan, 24 Agustus 2021  
a.n. DEKAN  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



*Digitally Signed*

**Dr. Marliyah, M. Ag**  
NIP. 197601262003122003

Tembusan:


- Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan

*info - Silahkan scan QRCode diatas dan klik link yang muncul, untuk mengetahui keaslian surat*

<https://siselma.uinsu.ac.id/pengajuan/cetakaktif/NDMzMzI=>

1/1

### Lampiran 3 : Surat Balasan Riset

**PEMERINTAH KOTA MEDAN**  
**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**  
Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112  
Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693  
E-mail : [balitbangmedan@yahoo.co.id](mailto:balitbangmedan@yahoo.co.id). Website : [balitbang.pemkomedan.go.id](http://balitbang.pemkomedan.go.id)

---

**SURAT REKOMENDASI RISET**  
NOMOR : 070/2408/Balitbang/2021

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor: 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor: 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca/memperhatikan surat dari: Wakil Dekan Bidang Akademik Dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Nomor: 6645/EB.I/KS.02/08/2021. Tanggal: 24 Agustus 2021. Hal: Izin Riset.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi Riset Kepada :


Nama : **Audry Uyuni.**  
NIM : 0501172182.  
Prodi : **Ekonomi Islam.**  
Lokasi : **Kelurahan Bantan Kecamatan Medan Tembung Kota Medan.**  
Judul : **" Analisis Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Perspektif Etika Bisnis Islam "**  
Lamanya : **1 (Satu) Minggu.**  
Penanggung Jawab : **Wakil Dekan Bidang Akademik Dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Organisasi Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah direkomendasikan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah penelitian dalam bentuk soft copy atau melalui Email ([balitbangmedan@yahoo.co.id](mailto:balitbangmedan@yahoo.co.id)).
5. Surat rekomendasi Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : **Medan.**  
Pada Tanggal : **05 Agustus** 2021  
u.k. Kepala Pemerintahan Pengkajian Peraturan dan Teknologi

  
Drs. HALIM  
PEMBINA  
NIP. 19640817 198503 1 016

**Tembusan :**

1. Walikota Medan (sebagai Laporan).
2. Camat Medan Tembung Kota Medan.
3. Lurah Bantan Kecamatan Medan Tembung Kota Medan.
4. Wakil Dekan Bidang Akademik Dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
5. Pertinggal.

**Lampiran 4 : Nama-Nama Informan / Subjek Penelitian**

No	Nama	Keterangan
1	Agus	Tukang Pemasaran Ardhina Batik Medan, wawancara di Medan, 23 Agustus 2021.
2	Ahmad Huzel	Lurah Bantan, wawancara di Medan, 24 Agustus 2021.
3	Asanta	Tukang Warna Ardina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021.
4	Dina	Sekretaris dan Bendahara Ardina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 06 Januari 2021.
5	Mela	Tukang Blok Ardina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 25 Agustus 2021.
6	Rojidah	Tukang Merebus Ardina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 24 Agustus 2021.
7	Siti	Tukang Blok Ardina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 23 Agustus 2021.
8	Yudi	Tukang Cap Ardina Batik Medan, wawancara di Medan, tanggal 24 Agustus 2021.

## Lampiran 5 : Dokumentasi



Wawancara dengan Bu Dina selaku sekretaris sekaligus bendahara Ardhina Batik Medan



Wawancara dengan Pak Ahmad Huzel selaku Lurah Bantan



Produk sepatu pria Ardhina Batik Medan



Produk peci Ardhina Batik Medan



Produk kemeja pria Ardhina Batik Medan



Produk kemeja wanita Ardhina Batik Medan





Produk bahan baju/rok Ardhina Batik Medan



Produk gaun Ardhina Batik Medan