

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
INDUSTRI KREATIF DI SUMATERA UTARA TAHUN 2006 -
2015**

TESIS

Oleh:

Erni Yusnita Siregar

NIM: 91214043372

**PROGRAM STUDI
S2 EKONOMI ISLAM**



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
INDUSTRI KREATIF DI SUMATERA UTARA TAHUN 2006 -
2015**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Magister Ekonomi Islam
Pada Jurusan Ekonomi Islam
UIN Sumatera Utara**

Oleh:

Erni Yusnita Siregar

NIM: 91214043372

**PROGRAM STUDI
S2 EKONOMI ISLAM**



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INDUSTRI
KREATIF DI SUMATERA UTARA TAHUN 2006-2015**

Oleh:

**Erni Yusnita Siregar
91214043372/EKNI**

Dapat Disetujui dan Disahkan Untuk Diujikan Pada Ujian Tesis Memperoleh
Gelar Magister (S2) Pada Program Studi Ekonomi Islam Pascasarjana UIN
Sumatera Utara Medan

Medan, 03 Januari 2017

PEMBIMBING



Dr. Saparuddin, SE, AK, M.Ag



Dr. Andri Soemitra, MA

Tesis berjudul "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Industri Kreatif di Sumatera Utara Tahun 2006 - 2015" atas nama Erni Yusra Siregar, NIM 91214043372 Program Studi Ekonomi Islam telah diujikan dalam Sidang Ujian Tesis (Promosi Magister) Pascasarjana UIN-SU Medan pada tanggal 23 Februari 2017.

Tesis ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister (ME) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 23 Februari 2017
Panitia Sidang Ujian Tesis
Pascasarjana UIN-SU Medan
Sekretaris

Ketua

(Dr. Sri Sudiarti, MA)
NIP: 19591112 199003 2002

(Dr. Sukiati, MA)
NIP: 19701120 199603 2002

Anggota

1. (Dr. Sri Sudiarti, MA)
NIP: 19591112 199003 2002

2. (Dr. Sukiati, MA)
NIP: 19701120 199603 2002

3. (Dr. Saparuddin, SE, AK, M.Ag)
NIP: 19630718 200111 1001

4. (Dr. Andri Soemitra, MA)
NIP: 19760507 200604 1002

Mengetahui

Direktur PASCASARJANA UINSU

Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA
NIP: 19640209 198903 1003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Lengkap : **Erni Yusnita Siregar**
NIM : 91214043372/EKNI
Tempat/Tanggal Lahir : Sipirok, 10 Juni 1990
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga/Mahasiswa
Alamat : Jl. Perbatasan Dusun V, Perumahan Daffa Cemerlang,
Bandar Setia, Medan Tembung

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Industri Kreatif di Sumatera Utara Tahun 2006-2015"** adalah benar – benar karya asli saya, kecuali kutipan – kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, maka kesalahan dan kekeliruan itu menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 03 Januari 2017

Yang membuat pernyataan



Erni Yusnita Siregar

ABSTRAK



Nama : Erni Yusnita Siregar
NIM : 91214043372/EKNI
Nama Bapak : Ali Mukti Siregar
Nama Ibu : Efrida Sitompul
Pembimbing I : Dr. Saparuddin, SE, Ak, M.Ag
Pembimbing II : Dr. Andri Soemitra, MA
Judul : “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Industri Kreatif Di Sumatera Utara Tahun 2006-2015”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Jumlah Tenaga Kerja, Jumlah Perusahaan, Jumlah Ekspor dan Jumlah Pembiayaan Syari’ah terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara periode 2006 - 2015. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, teknik analisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda/OLS (*Ordinary Least Squared*) dan untuk memudahkan dalam pengolahan data maka sebagai alat analisisnya menggunakan program Eviews. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, laporan data statistik dari Bank Indonesia, dan sumber-sumber lainnya yaitu jurnal-jurnal dan hasil penelitian. Untuk tujuan analisis digunakan data sekunder berupa data *time series* yaitu data Tenaga Kerja, Ekspor, Jumlah Perusahaan, Jumlah Pembiayaan Syari’ah dan data PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jumlah Tenaga Kerja mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara, Jumlah Perusahaan mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara, Jumlah Ekspor mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara, dan Jumlah Pembiayaan Syari’ah mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara.

Kata Kunci: Tenaga Kerja, Perusahaan, Ekspor, Pembiayaan syari’ah, PDRB, Industri Kreatif

ABSTRACT

Nama : Erni Yusnita Siregar

NIM : 91214043372/EKNI

Judul :“ Analysis of Factors Affecting the Creative Industries in North Sumatra
On Period 2006-2015”

This study aimed to analyze the Total Labor, Total company, Total Exports and Total Shari'ah Finance, to the GDP of Creative Industries in North Sumatra the period 2006 - 2015. The study was a quantitative research, engineering analysis using multiple linear regression analysis / OLS (Ordinary Least squared) and to facilitate the processing of the data then as a tool of analysis using Eviews program. The data used in this study was obtained from the Central Bureau of Statistics of North Sumatra, the report statistical data from Bank Indonesia, and other sources, namely journals and research. For purposes of analysis used secondary data which are time series data of the Labor, Export, Total company, Total Shari'ah Finance and GRDP of Creative Industries in North Sumatra. The results showed that the amount of Labor affect the GDP of Creative Industries in North Sumatra, Company affect the GDP of Creative Industries in North Sumatra, Total Exports affect the GDP of Creative Industries in North Sumatra, and Total Shari'ah Finance affect the GDP of Creative Industries in North Sumatra.

Keywords: Labor, Company, Export, Financing Shari'ah, the GDP, Creative Industries

الملخص

الاسم : ايرني يوسنيتا سيريفار

رقم دفتر القيد : 91214043372 / الإقتصاد الإسلامي

عنوان البحث : تحليل العوامل المؤثرة على الصناعات الإبداعية في سومطرة الشمالية في الفترة 2006-2015

هدفت هذه الدراسة لتحليل عدد العمال وعدد الشركات، وكمية التصديرات وعدد تمويل الشريعة على إجمالي الناتج المحلي الإقليمي للصناعات الإبداعية في سومطرة الشمالية فترة 2006-2015. هذه الدراسة من البحث الكمي، طريقة التحليل باستخدام الانحدار الخطي متعددة، لتيسير في معالجة البيانات، أستخدم كأداة تحليلها البرنامج Eviews. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة صادرة من المكتب المركزي للإحصاء بسومطرة الشمالية، وتقارير بيانات الإحصاءات بنك إندونيسيا، ومصادر الأخرى من المجلات ونتائج البحوث المتعددة. لغرض تحليل البيانات أستخدم البيانات الثانوي في شكل سلاسل زمنية وهي من بيانات عدد العمال، والتصديرات، وعدد الشركات وعدد تمويل الشريعة وعدد بيانات إجمالي الناتج المحلي الإقليمي للصناعات الإبداعية في سومطرة الشمالية. أظهرت النتائج أن عدد العمال تؤثر على إجمالي الناتج المحلي الإقليمي للصناعات الإبداعية في سومطرة الشمالية. وعدد الشركات تؤثر أيضا على إجمالي الناتج المحلي الإقليمي للصناعات الإبداعية في سومطرة الشمالية، وكمية التصديرات تؤثر على إجمالي الناتج المحلي الإقليمي للصناعات الإبداعية في سومطرة الشمالية، وعدد تمويل الشريعة تؤثر على إجمالي الناتج المحلي الإقليمي للصناعات الإبداعية في سومطرة الشمالية.

الكلمات المفتاحية: العمال، الشركات، التصديرات، تمويل الشريعة، إجمالي الناتج المحلي الإقليمي، الصناعات الإبداعية.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dengan pertolongan-Nya sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan. Shalawat beriring salam seantiasa tercurah kepada Rasulullah Saw, semoga penulis termasuk umat yang dapat meneladani beliau dalam menjalankan aktivitas kehidupan ini. Sebagaimana melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Magister pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Program Studi Ekonomi Islam (S2), penulis menyusun tesis dengan judul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Industri Kreatif di Sumatera Utara Tahun 2006-2015”**.

Dalam menyelesaikan tesis ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, M.Ag, Selaku rektor UIN Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA, Selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Sri Sudiarti, MA, selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
4. Bapak Dr.Saparuddin, SE, Ak, M.Ag, selaku Pembimbing I.
5. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA, selaku Pembimbing II.
6. Seluruh dosen dan staf Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara.

Secara khusus penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, suami, dan anak yang senantiasa memberi perhatian dan menjadi pendorong semangat

dalam semua aktivitas penulis. Serta terimakasih kepada sahabat-sahabat mahasiswa S2 dan Ekni 2014 yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Akhir kata penulis memohon kritik dan saran para pembaca dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 12 Januari 2017

Erni Yusnita siregar

NIM: 91214043372

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
	ba	B	Be
	ta	T	Te
	a		es (dengan titik di atas)
	jim	J	Je
	ha	H◌	ha (dengan titik di bawah)
	kha	Kh	ka dan ha
	dal	D	De
	zal		zet (dengan titik di atas)
	ra	R	Er
	zai	Z	Zet
	sin	S	Es
	syin	Sy	es dan ye
	sad	S◌	es (dengan titik di bawah)
	dad	D◌	de (dengan titik di bawah)
	ta	T◌	te (dengan titik di bawah)
	za	Z◌	zet (dengan titik di bawah)
	‘ain	‘	koma terbalik di atas
	gain	G	Ge
	fa	F	Ef

	qaf	Q	Qi
	kaf	K	Ka
	lam	L	El
	mim	M	Em
	nun	N	En
	waw	W	We
	ha	H	Ha
	hamzah		Apostrof
	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-- -	Fathah	A	A
-- --	Kasrah	I	I
-- -	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
- --	Fathah dan ya	Ai	a dan i
- --	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

: kataba
 : fa'ala
 : ukira
 ya habu : يذ هب
 suila :
 kaifa : كيف
 haula : هول

c. Maddah

Maddah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan tanda	Nama	Huruf dan tanda	Nama
	Fathah dan alif atau ya		a dan garis di atas
- -	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
- -	Dammah dan waw		u dan garis di atas

Contoh:

q la :
 ram :
 qila : قيل
 yaq lu : يقول

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- 1) ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) *ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- raudah al-atf 1 → raudatul atf 1 :

- al-Madinatul al-munawwarah : المدينة المنورة

- Thalhaf :

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* itu dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabban :

- nazzala :

- al-birr :

- al-hajj :

- nu‘ima :

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ـ , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu : ـ
- as-sayyidatu : السيد ة
- asy-syamsu : ـ
- al-qalamu : ـ
- al-badi'u : البديع
- al-jal lu : ـ

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuz na : تأخذون
- an-nau' :
- syai'un :
- inna :
- umirtu :
- akala :

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *harf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- Wa innall ha lahua khai ar-r ziqin : وان الله لهو خير الرازقين
- Wa innall ha lahua khairurr ziqin : وان الله لهو خير الرازقين
- Fa auf al-kaila wa al-miz na : فاو فوا الكيل والميزان
- Fa auful-kaila wal-miz na : فاو فوا الكيل والميزان
- Ibr him al-Khalil : را هيم الخليل
- Ibr himul-Khalil : ابرا هيم الخليل

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri

itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa ma Muhammadun illa rasul
- Alhamdu lillahi rabbil 'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasirun minallahi wa fathun qarib
- Lillahi al-amru jami'an
- Wallahu bikulli syai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Industri Kreatif.....	12
B. Pengertian PDRB (Produk Domestik Regional Bruto).....	22
C. Tenaga Kerja.....	27
D. Ekspor.....	37
E. Jumlah Perusahaan.....	43
F. Pembiayaan Bank Syariah.....	49
G. Kajian Terdahulu.....	64
H. Kerangka Teori.....	66
I. Hipotesis Penelitian.....	69
BAB III METODE PENELITIAN	71
A. Jenis Penelitian.....	71
B. Sumber Data.....	72
C. Populasi dan Sampel.....	72
D. Metode Pengumpulan Data.....	72

A. Defenisi Operasional Variabel	73
B. Model Analisis Data	74
C. Uji Asumsi Klasik.....	73
D. Pengujian Hipotesis	78
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	81
A. Gambaran Umum Industri Kreatif di Sumatera Utara.....	81
B. Analisis Data	85
C. Uji Asumsi Klasik.....	87
D. Analisis Regresi Linier Berganda	92
E. Uji Hipotesis.....	95
F. Uji Aprioneri Ekonomik	99
BAB V PENUTUP	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1	Nilai Tambah Industri Besar dan Sedang Menurut Golongan Industri Atas Dasar Harga Pasar (Milyar Rupiah).....	5
Tabel 2	Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang Menurut Golongan Industri (Orang).....	6
Tabel 3	Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Golongan Industri (Unit).....	7
Tabel 4	Ekspor Sumatera Utara Menurut Sektor (Milyar Rupiah).....	8
Tabel 5	Perkembangan Baki Debet Kredit Usaha Mikro Kecil dan Usaha Menengah Menurut Lokasi Proyek Provinsi (Milyar Rupiah).....	9
Tabel 6	Contoh Perusahaan Yang Melakukan Diferensiasi.....	48
Tabel 7	Perbandingan Produksi Industri Manufaktur Mikro dan Kecil Nasional dan Sumatera Utara.....	84
Tabel 9	Laju Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara Menurut Lapangan Usaha.....	85
Tabel 10	Hasil Statistik Deskriptif.....	86
Tabel 11	Hasil Uji Multikolinieritas.....	90
Tabel 12	Hasil Uji <i>Breusch-Godfrey serial Correlation LM Test</i>	91
Tabel 13	Hasil Uji <i>Breusch-Godfrey</i> Menggunakan Estimasi Diferensi Tingkat Satu.....	91
Tabel 14	Hasil Uji <i>White Heterokedasticity</i>	92
Tabel 15	Hasil Uji <i>White Heterokedasticity</i>	93
Tabel 16	Hasil Regresi Linear Berganda.....	93
Tabel 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	96
Tabel 18	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia	3
Gambar 2. Penggolongan Tenaga Kerja.....	31
Gambar 3. Fungsi Produksi.....	37
Gambar 4. Kerangka Pemikiran.....	70
Gambar 5. Histogram Normality Test.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Penelitian.....	110
2. Data Penelitian Hasil Estimasi Eviews 7.....	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pergeseran dari era pertanian lalu era industrialisasi disusul oleh era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi infokom serta globalisasi ekonomi, telah mengiring peradaban manusia ke dalam suatu arena interaksi sosial baru yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Manusia diciptakan oleh sang pencipta dengan membawa potensi untuk hidup makmur dan sejahtera. Potensi yang dimaksud adalah kemampuan kecerdasan, kemampuan emosi, kemampuan pancaindera dan hidayah Allah SWT.¹ Dengan kecerdasan manusia berhasil berpikir, berhasil dalam berkreasi, dan berhasil dalam berkarya. Banyak manusia yang berkarya besar dalam pembangunan karena kemampuannya yang cemerlang. Salah satunya adalah industrialisasi. Industrialisasi telah menciptakan pola kerja, pola produksi, dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien.

Aktivitas produksi yang mampu bertahan dan mendapatkan profit berlimpah pada saat ini adalah yang kompetitif dan inovatif. Dimana aktivitas tersebut selain ditentukan oleh sumber daya alam dan manusia, juga sangat ditentukan oleh berbagai macam kemajuan dan teknologi yang mampu memberikan inovasi dan efisiensi pada suatu industri. Dengan teknologi, suatu perusahaan yang sebelumnya hanya mampu memproduksi 10 jumlah barang dalam satu hari, kemudian bisa memproduksi 100 jumlah barang dalam satu hari. Dengan teknologi pula, suatu perusahaan yang sebelumnya kesulitan memasarkan barangnya karena kemasan yang kurang menarik, kemudian melakukan suatu inovasi dengan memperbaiki kemasan produknya sehingga

¹Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Pembangunan Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 80.

bisa meningkatkan angka penjualan.² Sebagai contoh industrialisasi yang berkembang saat ini adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif.³

Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Model pengembangan ekonomi kreatif layaknya sebuah bangunan yang akan menguatkan ekonomi Indonesia dengan landasan, pilar dan atap sebagai elemen – elemen bangunan tersebut. Pondasi industri kreatif adalah sumber daya insani yang merupakan elemen terpenting dalam industri kreatif. Pembangunan industri kreatif yang kompetitif harus dilandasi oleh pembangunan SDM yang terampil, terlatih dan terberdayakan untuk menumbuhkembangkan pengetahuan dan kreativitas.⁴

Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok luas professional, terutama mereka yang berada di dalam industri kreatif, yang memberikan sumbangan terhadap garis depan inovasi. Inteligen kreatif antara lain: seniman, artis, pendidik, mahasiswa, insinyur, dan penulis. Mereka seringkali mempunyai kemampuan berpikir menyebar dan mendapatkan pola yang menghasilkan gagasan baru.⁵

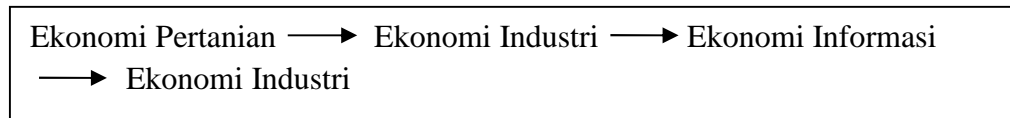
²Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), h. 124.

³Dani Danuar, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang”, dalam *ejournal UNDIP*, vol 2. No.4. 2013, h. 3.

⁴Henny Puspitasari, “Perencanaan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Menuju Ekonomi Kreatif”, dalam *Jurnal Ilmiah Adm Publik Universitas Brawijaya*, Vol.14. No. 1, 2013, h. 525.

⁵Gunaryo, et. al., *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015* (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008), h. 1.

Gambar 1.1
Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia



Dapat kita ketahui bahwa ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbaharukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang. Republik Indonesia sendiri menyadari bahwa ekonomi kreatif, yang merupakan penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini diyakini bahwa kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif yaitu cendekiawan, bisnis, dan pemerintah menjadi mutlak dan merupakan prasyarat mendasar.⁶

Kontribusi sembilan sektor lapangan usaha Indonesia menunjukkan bahwa sektor industri manufaktur tetap sebagai *the leading sector* yang memberikan sumbangan terbesar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor industri merupakan komponen utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor ini tidak saja berpotensi memberikan kontribusi ekonomi yang besar melalui nilai tambah, lapangan kerja dan devisa, tetapi juga mampu memberikan kontribusi yang besar dalam transformasi kultural bangsa ke arah modernisasi kehidupan masyarakat yang menunjang pembentukan daya saing

⁶Ibid.,

nasional. Selama dua dasawarsa sebelum krisis ekonomi, peran sektor industri terhadap perekonomian.

Pada umumnya sektor-sektor perekonomian Indonesia mengalami peningkatan pertumbuhan. Pada tahun 2016 pertumbuhan kumulatif sektor industri pengolahan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 4,61 persen sampai Triwulan III tahun 2016. Kinerja perekonomian Indonesia pada triwulan III tahun 2016 terhadap PDB berdasarkan harga konstan meningkat sebesar 3,20 persen dari Rp. 2.353.522,9 miliar menjadi Rp.2.428.722,3 miliar. Sedangkan kontribusi sektor industri pengolahan terhadap PDB pada triwulan III tahun 2016 sebesar Rp. 511.165,2 miliar atau sebesar 19,90 persen.nasional hampir mencapai 20 persen.⁷

Selain itu ekonomi kreatif ini diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah yaitu relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% pertahun), masih tingginya pengangguran (9-10%), tingginya tingkat kemiskinan (16-17%) dan rendahnya daya saing industri di Indonesia. Selain permasalahan tersebut ekonomi kreatif ini juga diharapkan dapat menjawab tantangan seperti isu *global warming*, pemanfaatan energi yang terbaharukan, deforestasi, dan pengurangan emisi karbo, karena arah pengembangan industri kreatif ini akan menjupola industri ramah lingkungan dan penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya insan yang dimiliki oleh Indonesia, dimana intelektualitas sumber daya insani merupakan sumber daya yang terbaharukan.

Sebagai pusat pertumbuhan ekonomi Indonesia bagian barat, Sumatera Utara (Sumut) berpotensi besar untuk pengembangan industri kreatif. Pada tahun 2015, nilai output industri besar dan sedang mencapai Rp 217,81 triliun

⁷ Badan Pusat Statistik. Perkembangan Indeks Produksi Industri Manufaktur 2014-2016. Katalog BPS No. 6102002 (Jakarta: BPS,2016), h.1.

dengan nilai tambah atas dasar harga pasar sebesar Rp 76,15 triliun. Nilai tambah terbesar pada tahun 2015 terdapat pada golongan industri industri kimia, batu bara, karet, dan plastik sebesar Rp 40,51 triliun. Kemudian diikuti oleh industri makanan, minuman dan tembakau yaitu sebesar Rp 28,76 triliun dan industri logam dasar sebesar Rp 1,81 triliun. Nilai tambah terkecil pada tahun yang sama terdapat pada golongan industri pengolahan lainnya sebesar Rp 102,24 milyar.⁸

Tabel 1.1
 Nilai Tambah Industri Besar dan Sedang
 Menurut Golongan Industri Atas Dasar Harga Pasar (Milyar rupiah)

Lapangan Usaha	2013	2014	2015
Golongan Industri	(1)	(2)	(3)
Industri Makanan, minuman dan tembakau	21.173,74	29.300,25	28.764,18
Industri tekstil, pakaian jadi dan kulit	229,73	271,62	270,66
Industri kayu, perabot rumah tangga	971,22	1.195,54	1.062,90
Industri kertas, percetakan dan penerbit	945,78	1.441,48	1.422,16
Industri kimia, batubara, karet, dan plastic	54.400,77	39.552, 38	40.512, 30
Industri Logam dasar	1.721, 30	1.800,96	1.811,38
Industri Pengolahan lainnya	34,25	32,51	102,24

Sumber : Data diolah dari BPSSUMUT, 2016

Sumatera Utara merupakan Provinsi keempat dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia setelah Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah. Pada tahun 2015 penduduk Sumatera Utara lebih banyak tinggal di perkotaan dibanding daerah pedesaan. Untuk itu partisipasi angkatan kerja di Sumatera

⁸Berita Resmi Statistik Sumatera Utara. Sumatera Utara Dalam Angka 2016. Katalog BPS No. 1102001.12 (Medan: BPSSUMUT,2016), h. 279.

Utara setiap tahunnya menunjukkan fluktuasi. Menurut berita resmi statistik Sumatera Utara yang terbit pada tanggal 6 Juni 2016 bahwa industri makanan, minuman dan tembakau menyerap tenaga kerja terbanyak yang berjumlah 74.800 orang diikuti dengan industri kimia, batubara, karet dan plastik. Untuk industri kayu, perabot rumah tangga sebesar 15.621 orang dan yang terendah yaitu industri pengolahan sebesar 1.825.

Tabel 1.2
Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang
Menurut Golongan Industri (Orang)

Lapangan Usaha	2013	2014	2015
Golongan Industri	(1)	(2)	(3)
Industri Makanan, minuman dan tembakau	69.695	74.772	74.800
Industri tekstil, pakaian jadi dan kulit	4.503	4.041	4.005
Industri kayu, perabot rumah tangga	16.368	14.564	15.621
Industri kertas, percetakan dan penerbit	5.020	5.060	5.116
Industri kimia, batubara, karet, dan plastic	50.692	38.396	38.115
Industri Logam dasar	4.747	4.385	4.403
Industri Pengolahan lainnya	2.655	1.929	1.825

Sumber : Data diolah dari BPSSUMUT, 2016

Di Indonesia, sektor industri dikelompokkan atas industri skala besar, sedang, kecil dan rumah tangga. Pengelompokan ini didasarkan atas banyaknya jumlah tenaga kerja yang bekerja pada industri tersebut. Pada tahun 2015, jumlah usaha industri besar dan sedang di Sumatera Utara tercatat sebanyak 1.012 perusahaan, yang berarti mengalami penurunan sebanyak 15 perusahaan

atau sekitar 1,46 persen jika dibandingkan dengan tahun 2014 yang berjumlah 1.027 perusahaan. Jumlah perusahaan terbanyak berada di Kabupaten Deli Serdang, disusul Kota Medan, dan Asahan. Pada tabel 1.2 dijelaskan bahwa jumlah perusahaan terbanyak berada pada industri makanan, minuman dan tembakau hal ini terjadi sepanjang tahun 2013-2015. Yang diikuti industri kimia, batubara, karet, dan plastik, dan yang terendah adalah industri logam dasar. Industri kecil dan menengah merupakan salah satu sendi perekonomian di Indonesia. Sektor ini memegang peranan penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Cukup besarnya peranan IKM dalam menggerakkan roda perekonomian, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan IKM agar semakin tangguh dan mandiri dalam mengembangkan potensi lokal serta mempercepat pembangunan daerah.⁹

Tabel 1.3
Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang
Menurut Golongan Industri
(Unit)

Lapangan Usaha	2013	2014	2015
Golongan Industri	(1)	(2)	(3)
Industri Makanan, minuman dan tembakau	458	466	463
Industri tekstil, pakaian jadi dan kulit	43	43	45
Industri kayu, perabot rumah tangga	127	118	120
Industri kertas, percetakan dan penerbit	28	28	27
Industri kimia, batubara, karet, dan plastic	193	214	198
Industri Logam dasar	13	16	16
Industri Pengolahan lainnya	30	33	34

Sumber : Data diolah dari BPSSUMUT, 2016

⁹Henny Puspitasari, *Perencanaan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Menuju Ekonomi Kreatif*. h. 522.

Ekspor merupakan bagian penting dari perdagangan luar negeri. Perdagangan luar negeri, dinegara manapun menjadi kebutuhan negara yang mempunyai makna bagi perkembangan ekonomi negaranya. Di dalam ekonomi Islam ekspor dilakukan tanpa merugikan negara mitra yang melakukan perdagangan internasional. Karena prinsipnya adalah saling menguntungkan bagi negara yang terlibat dalam perdagangan barang maupun jasa-jasa.¹⁰ hal ini menjadi kesempatan utama bagi para pengusaha dalam memperluas perdagangan hasil barang-barang industri. Sehingga ekspor ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara secara signifikan. Pada tahun 2014 ekspor barang-barang industri mengalami penurunan (7.850.784) dibandingkan pada tahun 2013, dan kembali meningkat pada tahun 2015 sebesar 7.956.089.

Tabel 1.4

Ekspor Sumatera Utara Menurut Sektor (Milyar Rupiah)

Tahun	Industri
2013	7.947.434
2014	7.850.784
2015	7.956.089

Sumber : Data diolah dari BPSSUMUT, 2016

Selanjutnya yang diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara adalah pembiayaan bank-bank syariah yang dapat membantu para pengusaha untuk menjalankan industri dan memperluas industrinya. Salah satu tujuan pengembangan perbankan syariah adalah untuk memenuhi pembiayaan bagi pengembangan usaha yang berdasarkan prinsip kemitraan yaitu hubungan antarinvestor yang harmonis.¹¹ Tabel 1.5 menunjukkan perkembangan dari pembiayaan usaha mikro kecil dan

¹⁰Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Pembangunan Perspektif Islam*. h. 67.

¹¹Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 226.

menengah. Yang pada tahun 2013 sampai pada tahun 2015 mengalami peningkatan, ini berarti bahwa bantuan dari lembaga keuangan sangat dibutuhkan bagi para pelaku industri dalam menjalankan perusahaannya.

Tabel 1.5

Perkembangan Baki Debet Kredit Usaha Mikro Kecil dan Usaha Menengah Menurut Lokasi Proyek Provinsi (Milyar Rupiah)

Tahun	Sumatera Utara
2013	37.473,6
2014	45.199,7
2015	49.459,3

Sumber : Data diolah dari Bank Indonesia, 2016

Data Kredit UMKM sudah mencakup Bank umum konvensional dan Bank Syariah

Sebagaimana pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herie Saksono tahun 2012¹² bahwa keberadaan ekonomi kreatif menjadi talenta baru yang diprediksi dapat memicu daya saing daerah. Hingga saat ini pengangguran, kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi masih menjadi persoalan klasik yang memerlukan solusi. Ekonomi kreatif merupakan ide/gagasan yang diharapkan memberi nilai tambah ekonomi. Ekonomi kreatif merupakan alternatif solusi permasalahan ekonomi. Dalam perkembangannya akan memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa. Selain itu sumber daya dapat selalu terbaharukan yang berbasis pengetahuan, kreativitas, menuju keunggulan kompetitif bangsa. Sehingga dari penelitian ini muncul sebuah ide bahwa faktor-faktor apa saja yang berpengaruh besar terhadap nilai tambah ekonomi daerah khususnya di Sumatera Utara.

¹²Herie Saksono, *Creative Economy: New Talents For Regional Competitiveness Triggers* (Jakarta: BPP Kementerian dalam Negeri, 2012), h. 93.

Melihat begitu besarnya dampak industri kreatif terhadap perekonomian di Sumatera Utara maka sudah tepat langkah pemerintah untuk memberikan perhatian khusus dan memajukan industri kreatif. Potensi ekonomi kreatif memiliki peluang besar untuk dikembangkan, keanekaragaman budaya, keunikan sumber daya alam, insan-insan kreatif dan pasar domestik yang luas merupakan modal bagi eksistensi industri ini.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara?
2. Bagaimana pengaruh nilai ekspor terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara?
3. Bagaimana pengaruh jumlah perusahaan terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara?
4. Bagaimana pengaruh jumlah pembiayaan bank syari'ah terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai ekspor terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh jumlah perusahaan terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui pengaruh jumlah pembiayaan bank syari'ah terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara

D. Manfaat Penelitian

1. Bahan pertimbangan bagi para pengambil kebijakan di jajaran Pemerintah Daerah Propinsi Sumatera utara dalam menetapkan kebijakan pembangunan ekonomi daerah.
2. Bahan informasi bagi pihak-pihak yang melakukan studi terkait.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan thesis ini, penulis membaginya kepada beberapa bab yang satu dengan lainnya saling berkaitan.

Bab I adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan kerangka teoritis yang mencakup tentang landasan teori, kajian terdahulu dan kerangka berpikir serta perumusan hipotesis.

Bab III, metodologi penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, defenisi operasional variabel dan metode analisis data.

Bab IV, hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini akan disajikan hasil penelitian yaitu berupa data-data yang diperoleh selama penelitian. Pada bab ini akan dipaparkan hasil analisis regresi terhadap objek penelitian.

Bab V, penutup yang menyajikan beberapa kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang telah diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Industri Kreatif

1. Pengertian Industri Kreatif

Defenisi industri kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh banyak pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif adalah defenisi berdasarkan UK DCMS (*Department of Culture, Media, and Sport*) Task Force di Inggris tahun 1998: “*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*”. (“Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari kreativitas individu, ketrampilan, dan bakat yang secara potensial menciptakan kekayaan, dan lapangan pekerjaan melalui eksploitasi dan pembangkitan kekayaan intelektual dan daya cipta individu”).¹³

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 juga menggunakan acuan defenisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefenisikan sebagai berikut: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.¹⁴ Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain yakni industri budaya.¹⁵ Rantai proses penciptaan nilai pada industri kreatif berbeda dengan sektor manufaktur dan industri konvensional lainnya. Industri kreatif mengutamakan desain dalam penciptaan produk. Industri kreatif

¹³Gunaryo, et. al., *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*. h. 4

¹⁴Ibid.,

¹⁵ Sigit Hermawan, Pengembangan dan Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Melalui Comprehensive Intellectual Capital Management, dalam *Jurnal Ilmiah Zona Keuangan*, Vol.4 No.3, 2012, h.9

mebutuhkan kreatifitas individu sebagai input utama dalam proses penciptaan nilai. Pemahaman mengenai rantai penciptaan nilai dalam industri kreatif akan membantu pemegang kepentingan terkait untuk memahami posisi industri kreatif dalam rangkaian industri.¹⁶ Rantai nilai yang menjadi pokok perhatian dalam menentukan strategi pengembangan memiliki urutan sebagai berikut:

1. Kreasi: terdiri dari edukasi, inovasi, ekspresi, kepercayaan diri, pengalaman dan proyek, agen talenta
2. Produksi: terdiri dari teknologi, jaringan *outsourcing* jasa, skema, pembiayaan
3. Distribusi: terdiri dari negosiasi hak distribusi. Internasionalisasi, infrastruktur
4. Komersialisasi, terdiri dari pemasaran, penjualan, layanan, promosi.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa industri kreatif merupakan industri yang memanfaatkan kreativitas dan inovasi yang bertujuan untuk menyalurkan keterampilan dan bakat sehingga bisa tercipta lapangan pekerjaan melalui kreatifitas dan inovasi. Selain itu ada empat model industri kreatif yang berkembang selama ini yaitu:

- a. Model DCMS Inggris. Model ini merupakan turunan dari gerak perubahan pada akhir 90-an di Inggris untuk mereposisi ekonomi Inggris sebagai ekonomi yang didorong oleh kreativitas dan inovasi dalam dunia global yang kompetitif. Industri kreatif sebagai industri yang memerlukan kreativitas , keterampilan dan bakat dengan potensi kekayaan dan penciptaan lapangan kerja melalui eksploitasi kekayaan intelektual mereka.

¹⁶Maria Elka Pangestu, pengembangan Industri Kreatif, (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008), h. 69.

- b. Model Teks Simbolik. Model ini merupakan tipe pendekatan industri budaya yang timbul dari tradisi studi budaya kritis seperti yang berkembang di Eropa dan khususnya Inggris. Pendekatan ini melihat seni-seni tinggi sebagai pijakan sosial dan politik sehingga fokus perhatiannya bukan pada budaya populer. Proses dimana budaya suatu masyarakat dibentuk dan ditransmisikan kemudian digambarkan dalam model ini melalui berbagai media seperti film, penyiaran dan pers.
- c. Model lingkaran konsentris. Model ini didasari proposisi bahwa terdapat nilai budaya dari barang budaya yang memberi ciri khas. Model ini menyatakan bahwa ide-ide kreatif berasal dari seni kreatif utama (suara, teks, gambar). Model ini telah menjadi dasar pengelompokan industri kreatif di Eropa.
- d. WIPO (*World Intellectual Property Organization*). Model ini didasarkan pada industri yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penciptaan, produksi, penyiaran dan distribusi karya cipta. Fokusnya adalah menjadikan kekayaan intelektual sebagai perwujudan dari kreativitas yang telah digunakan dalam pembuatan barang dan jasa.¹⁷

Dalam Industri kreatif terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

a. Kreativitas (*Creativity*)

Pengertian kreativitas adalah teori yang digambarkan suatu kegiatan untuk memberikan nilai dan fungsi baru dari sesuatu yang sudah ada. Kreativitas adalah cara mengapresiasi diri kita terhadap suatu masalah dengan menggunakan berbagai cara yang datang secara spontanitas yang merupakan hasil dari pemikiran. Kreativitas dapat disalurkan dengan berbagai

¹⁷Iwan Setiawan, *Agribisnis Kreatif Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau* (Jakarta:Penerbar Swadaya, 2012), h. 105.

cara, diantaranya dengan membuat karya-karya seni yang mengandung nilai-nilai estetika atau keindahan untuk mendapatkan nilai tambah.¹⁸

Kreativitas bisa muncul karena adanya dorongan di dalam diri kita untuk berkarya. Menjadi kreatif adalah sebuah keputusan diri. Yaitu sebuah pilihan seseorang akan bertindak kreatif atau tidak. Pilihan kreatif diumpamakan layaknya seorang investor yang baik, mereka membeli dengan harga rendah dan menjual setinggi-tingginya, juga bisa pemanfaatan metode sehingga jadi efektif dan efisien. Selain itu kreativitas dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh*, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

b. Inovasi (*Innovation*)

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

¹⁸Minto Waluyo, *Manajemen Psikologi Industri* (Jakarta: Indeks, 2015), h. 106.

c. Penemuan (*Invention*)

Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan aplikasi-aplikasi berbasis android juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Kondisi ekonomi yang diharapkan oleh Indonesia adalah ekonomi yang berkelanjutan dan juga memiliki beberapa sektor sebagai pilar maupun penopang kegiatan ekonomi di Indonesia. Keberlanjutan yang dimaksud adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap kondisi geografis dan tantangan ekonomi baru, yang pada akhirnya menghasilkan keberlanjutan pertumbuhan (*sustainable growth*).

2. Ruang Lingkup Industri Kreatif

Subsektor industri kreatif yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah:

- a. Periklanan: kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.
- b. Arsitektur: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*Town planning*,

urban design, landscape architecture) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior).

- c. Pasar Barang Seni: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa dan lukisan.
- d. Kerajinan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serta alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).
- e. Desain: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
- f. *Fashion*: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk *fashion*, serta distribusi produk fesyen.
- g. Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, *dubbing film*¹⁹, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
- h. Permainan Interaktif: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat

¹⁹*Dubbing Film* adalah proses mengisi suara pada suatu tayangan video baik itu film, drama, kartun dan sejenisnya dengan karakter suara yang khas pada tokoh-tokoh film dengan menggunakan teknik vocal yang berbeda-beda.

hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

- i. Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- j. Seni Pertunjukan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- k. Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*)²⁰ dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
- l. Layanan Komputer dan Piranti Lunak: kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.
- m. Televisi dan Radio: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, *reality show*, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi

²⁰Grafir adalah teknik untuk mengikis sebagian permukaan barang dengan pola tertentu. Grafir biasanya untuk membuat pola menjadi lebih unik dan mahal.

dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.

- n. Riset dan Pengembangan: kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk memperbaiki produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.²¹

3. Peran Industri Kreatif

Industri kreatif memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional maupun global karena memberikan kontribusi terhadap aspek kehidupan baik secara ekonomi maupun nonekonomi. Secara ekonomi industri kreatif berperan dalam menciptakan iklim bisnis, penciptaan lapangan kerja, menumbuhkan inovasi dan kreativitas, penciptaan sumber daya yang terbaharukan, dan berkontribusi positif terhadap pendapatan nasional bruto (GNP).

Kontribusi ekonomi kreatif dapat dilihat dari beberapa indikator baik secara ekonomi maupun nonekonomi sebagai berikut.

a) Berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB)

Pada tahun 2015, berdasarkan atas dasar harga konstan sektor industri pengolahan berada pada urutan pertama yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB sebesar Rp. 1.720.082,2 miliar (18,18 persen), kemudian diikuti sektor perdagangan besar dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor sebesar Rp. 1.206.074,7 miliar (13,29 persen), dan sektor pertanian, kehutanan, dan

²¹Siti Nurjanah, "Analisis Pengembangan Program Industri Kreatif Penerapannya Melalui Pendidikan Tinggi," dalam JMA, vol. XVIII 2013, h. 43-145.

perikanan sebesar Rp. 1.174.456,8 miliar (13,52 persen). Sampai Triwulan III tahun 2016 urutan sektor ekonomi yang memberikan kontribusi terbesar dalam perekonomian Indonesia tidak berubah, industri pengolahan tetap sebagai *the leading sector* terhadap PDB mencapai Rp. 455.606,1 miliar (17,82 persen).²²

b) Menciptakan lapangan pekerjaan

Industri kreatif telah mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Pada tahun 2011 jumlah tenaga kerja mengalami kenaikan sebesar 2,75 persen dibandingkan tahun 2010. Kemudian di tahun 2012 naik sebesar 6,55 persen dan terjadi kenaikan juga pada dua tahun berikutnya, yaitu tahun 2013 dan 2014 masing-masing sebesar 1,54 dan 3,54 persen. Keadaan ini menunjukkan bahwa penyerapan tenaga kerja untuk sektor industri manufaktur mulai meningkat sejak tahun 2010 hingga tahun 2014. Tetapi diperkirakan pada tahun 2015, jumlah tenaga kerja mengalami penurunan sebesar 0,46 persen.²³

c) Mempertinggi ekspor

Nilai ekspor Indonesia oktober 2016 mencapai US\$ 12,68 miliar atau naik sebesar 0,88 persen.²⁴ Sedangkan pada tahun 2015 ekspor industri di Sumatera Utara mencapai 7 956 089 triliun, yang menunjukkan bahwa perkembangan ekspor pada tahun ini lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

d) Meningkatkan iklim bisnis

Industri kreatif dapat dimanfaatkan sebagai perangsang investasi, yaitu dengan pembangunan kota-kota kreatif yang diikuti pembangunan infrastruktur komunikasi dan informasi yang mempermudah akses, kemudian

²²Badan Pusat Statistik. Perkembangan Indeks Produksi Industri Manufaktur 2014-2016. Katalog BPS No. 6102002 (Jakarta: BPS,2016) h. 11.

²³Ibid, h. 16.

²⁴Badan Pusat Statistik. Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi. Katalog BPSNo. 9199017 (Jakarta: BPS,2016), h. 27.

mendatangkan para investor. Misalnya, untuk tingkat kota: Bandung dan Tasikmalaya untuk provinsi: Jawa Barat, Yogyakarta dan Bali. Sedangkan untuk tingkat Negara, misalnya Hongkong, Singapura, Cina, Taiwan dll.

e) Pencipta lapangan usaha

Perkembangan industri kreatif sangat berkontribusi terhadap sektor jasa dan produksi. Berbagai sektor tercipta akibat tumbuhnya industri kreatif baik yang berskala kecil maupun yang berskala besar, seperti sektor perdagangan, sektor distribusi, sektor konstruksi dan sektor pariwisata.

f) Dampak terhadap sektor lain

Industri kreatif telah menciptakan struktur industri baru sehingga membuka lapangan usaha baru bagi industri pendukungnya. Misalnya, dengan tumbuh dan berkembangnya sektor industri kuliner di kota Bandung telah meningkatkan pertumbuhan sektor-sektor usaha lainnya, seperti pariwisata dan perdagangan.

g) Dampak terhadap aspek sosial

Selain berkontribusi terhadap perekonomian, industri kreatif berkontribusi terhadap sosial ekonomi lainnya. Misalnya, terhadap peningkatan kualitas hidup, peningkatan toleransi sosial, bahkan peningkatan citra dan identitas bangsa.

h) Dampak terhadap pelestarian budaya

Peran nonekonomi dari industri kreatif adalah berperan dalam membangun budaya, warisan budaya, dan nilai-nilai lokal. Industri kreatif yang berbasis budaya menciptakan landasan karakter budaya lokal yang kuat. Industri kreatif mampu memperjuangkan hak kekayaan intelektual (HAKI) bagi warisan budaya, dan kearifan budaya. Jamu-jamuan, makanan tradisional, obat-obatan tradisional, seni tradisional, dan pakaian tradisional

adalah warisan budaya yang dapat dilindungi HAKI-nya²⁵. Di bidang teknologi sangat beragam, seperti irigasi, sistem pelestarian hutan suku pedalaman dan warisan budaya kerajinan lainnya, semua warisan budaya tersebut memiliki potensi pasar dan merupakan produk industri kreatif bangsa.²⁶

4. Karakteristik Industri Kreatif²⁷

Adapun karakteristik industri kreatif yaitu sebagai berikut:

- a) Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah terjadi hampir pada seluruh subsektor industri kreatif.
- b) Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah tersebut diikuti oleh Fluktuasi pertumbuhan jumlah perusahaan.
- c) Fluktuasi pertumbuhan penyerapan tenaga kerja tinggi, tetapi tidak setinggi fluktuasi pertumbuhan perusahaan.
- d) Memiliki tingkat teknologi dan produktivitas modal yang relatif konstan. Artinya teknologi yang di gunakan bukan teknologi tinggi dan bukan industri padat modal (*capital intensive*).

5. Keunggulan Industri Kreatif²⁸

Industri Kreatif memiliki kelebihan dan terbukti memberikan sumbangan dalam pembangunan di antaranya sebagai berikut :

²⁵HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) adalah hak eksklusif yang memberikan suatu peraturan kepada seseorang atau sekelompok orang atas karya ciptanya. HAKI mencakup Hak Cipta yang diatur dalam UU Pasal 1 Ayat 1. No.19 Tahun 2002, Hak Paten yang diatur dalam UU Pasal1 Ayat 1 No.14 Tahun 2001, dan Hak Merk yang diatur dalam UU Pasal 1 Ayat 1 No.15 Tahun 2001.

²⁶Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta:Salemba Empat, 2012), h. 101-103.

²⁷Ibid. h. 98.

²⁸Ibid., h. 103.

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

B. Pengertian PDRB (Produk Domestik Regional Bruto)

Perencanaan pembangunan ekonomi, memerlukan berbagai macam data statistik sebagai dasar berpijak dalam menentukan strategi kebijakan, agar sasaran pembangunan dapat dicapai dengan tepat. Strategi kebijakan yang telah diambil pada masa-masa lalu perlu dimonitor dan dievaluasi hasilnya. Berbagai data statistik yang bersifat kuantitatif diperlukan untuk memberikan gambaran tentang keadaan pada masa yang lalu dan masa kini serta sasaran-sasaran yang akan dicapai pada masa yang akan datang.

Pada hakekatnya, pembangunan ekonomi adalah serangkaian usaha dan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas lapangan kerja, pemeratakan distribusi pendapatan masyarakat, meningkatkan hubungan ekonomi regional dan melalui pergeseran kegiatan ekonomi dari sektor primer ke sektor sekunder dan tersier.²⁹ Dengan kata lain arah dari pembangunan ekonomi adalah mengusahakan agar pendapatan masyarakat naik, disertai dengan tingkat pemerataan yang sebaik mungkin. Untuk mengetahui tingkat dan pertumbuhan pendapatan masyarakat, perlu disajikan statistik pendapatan nasional/regional secara berkala. Data/indikator statistik tersebut dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi penyusunan

²⁹Badan Pusat Statistik, Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2011-2015, Katalog BPS. No. 9302001, (Jakarta: BPS, 2016), h. 7.

perencanaan pembangunan nasional atau regional khususnya di bidang ekonomi.

Salah satu sasaran pembangunan ekonomi daerah adalah meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi daerah. Pertumbuhan ekonomi daerah diukur dengan pertumbuhan Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut harga konstan. PDRB merupakan nilai tambah bruto seluruh barang dan jasa yang tercipta atau dihasilkan di wilayah domestik suatu negara yang timbul akibat berbagai aktivitas ekonomi dalam suatu periode tertentu tanpa memperhatikan apakah faktor produksi yang dimiliki residen atau non-residen.³⁰

Untuk menghitung angka-angka PDRB ada tiga pendekatan yang dapat digunakan, dan dijelaskan berikut ini:

1. Pendekatan Produksi, PDRB adalah jumlah nilai tambah atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi di wilayah suatu daerah dalam jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun).
2. Pendekatan Pendapatan, PDRB merupakan jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang ikut serta dalam proses produksi di suatu daerah dalam jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun).
3. Pendekatan Pengeluaran, PDRB adalah semua komponen permintaan akhir yang terdiri dari:
 - a) pengeluaran konsumsi rumah tangga dan lembaga swasta nirlaba,
 - b) konsumsi pemerintah,
 - c) pembentukan modal tetap domestik bruto,
 - d) perubahan inventori, dan
 - e) ekspor neto, (ekspor neto merupakan ekspor dikurangi impor).³¹

³⁰Ibid.,

³¹Ibid., h. 8.

Secara konsep, tiga pendekatan tersebut akan menghasilkan angka yang sama. Produksi ini dikelompokkan menjadi 17 kategori lapangan usaha. setiap kategori dirinci lagi menjadi beberapa subkategori, yaitu sebagai berikut:

1. Kategori A: Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan yang terdiri dari 3 subkategori yaitu Subkategori Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian; Subkategori Kehutanan dan Penebangan Kayu; serta Subkategori Perikanan.
2. Kategori B: Pertambangan dan Penggalian meliputi 4 subkategori yaitu Subkategori Pertambangan Minyak, Gas dan Panas Bumi; Subkategori Pertambangan Batubara dan Lignit; Subkategori Pertambangan Bijih Logam serta Subkategori Pertambangan dan Penggalian Lainnya.
3. Kategori C: Industri Pengolahan terdiri dari 16 subkategori yaitu Subkategori Industri Pengolahan Batubara dan Pengilangan Minyak dan Gas Bumi; Subkategori Industri Makanan dan Minuman; Subkategori Industri Pengolahan Tembakau; Subkategori Industri Tekstil dan Pakaian Jadi; Subkategori Industri Kulit, Barang dari Kulit, dan Alas Kaki; Subkategori Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus, dan Barang Anyaman; Subkategori Industri Kertas dan Barang dari Kertas, Percetakan, dan Reproduksi Media Rekam; Subkategori Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional; Subkategori Industri Karet, Barang dari Karet, dan Plastik; Subkategori Industri Barang Galian Bukan Logam; Subkategori Industri Logam Dasar; Subkategori Industri Barang Logam, Komputer, Barang Elektronik, Optik, dan Peralatan Listrik; Subkategori Industri Mesin dan Perlengkapan; Subkategori Industri Alat Angkutan; Subkategori Industri Furnitur; dan Subkategori Industri Pengolahan Lainnya, Jasa Reparasi, dan Pemasangan Mesin dan Peralatan.
4. Kategori D: Pengadaan Listrik dan Gas terdiri dari Subkategori Ketenagalistrikan; dan Subkategori Pengadaan Gas.
5. Kategori E: Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang

6. Kategori F: Konstruksi
7. Kategori G: Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor terdiri dari Subkategori Perdagangan Mobil, Sepeda Motor dan Reparasinya dan Subkategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor.
8. Kategori H: Transportasi dan Pergudangan terdiri dari 6 subkategori yaitu Subkategori Angkutan Rel, Subkategori Angkutan Darat; Subkategori Angkutan Laut; Subkategori Angkutan Sungai, Danau, dan Penyeberangan; Subkategori Angkutan Udara; Subkategori Jasa Penunjang Angkutan, Pergudangan dan Pos dan Kurir.
9. Kategori I: Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum terdiri dari Subkategori Penyediaan Akomodasi dan Subkategori Penyediaan Makan Minum.
10. Kategori J: Informasi dan Komunikasi
11. Kategori K: Jasa Keuangan dan Asuransi terdiri dari 4 subkategori yaitu Subkategori Jasa Perantara Keuangan, Subkategori Asuransi dan Dana Pensiun, Subkategori Jasa Keuangan Lainnya dan Subkategori Jasa Penunjang Keuangan.
12. Kategori L: Real Estat
13. Kategori (M,N): Jasa Perusahaan
14. Kategori O: Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib.
15. Kategori P: Jasa Pendidikan
16. Kategori Q: Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial
17. Kategori (R,S,T,U): Jasa lainnya

PDRB atas dasar harga berlaku atau dikenal dengan PDRB nominal menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada setiap tahun, dan bertujuan untuk melihat struktur perekonomian. Sedangkan PDRB atas dasar harga konstan (rill) disusun

menunjukkan nilai tambah barang dan jasa tersebut yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada satu tahun tertentu sebagai tahun dasar dan bertujuan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi.³²

Perhitungan PDRB telah menjadi bagian yang sangat penting dalam makro ekonomi, khususnya tentang analisis perekonomian suatu wilayah. Hasil perhitungan PDRB ini memberikan kerangka dasar yang digunakan untuk mengukur aktivitas ekonomi yang terjadi dan berlangsung dalam suatu kegiatan perekonomian. Angka- angka PDRB tersebut sebagai indikator ekonomi makro dan juga sebagai landasan evaluasi kinerja Indikator ekonomi ini juga memberikan gambaran aliran seluruh nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dan seluruh faktor-faktor produksi yang digunakan oleh perekonomian untuk menghasilkan nilai tambah barang dan jasa. perekonomian, dan penyusunan berbagai kebijakan.³³

1. Kegunaan Produk Domestik Regional Bruto

Data pendapatan nasional adalah salah satu indikator makro yang dapat menunjukkan kondisi perekonomian nasional setiap tahun. Manfaat yang diperoleh dari data ini adalah:

- a) PDRB harga berlaku (nominal) menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang dihasilkan oleh suatu wilayah. Nilai PDRB yang besar menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang besar, begitu juga sebaliknya.
- b) PDRB harga konstan (riil) dapat digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan atau setiap kategori dari tahun ke tahun.

³²Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, Produk Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Provinsi Sumatera Utara. Katalog BPS No.9302001.12 (Medan: BPSSUMUT, 2015), h. 3.

³³Yozi Rahman dan ayunda Lintang Chamelia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi PDRB Kabupaten/ Kota Jawa Tengah", dalam *JEJAK Journal of Economics and Policy*, Vol.8.No.1, 2015, h. 91.

- c) Distribusi PDRB harga berlaku menurut lapangan usaha menunjukkan struktur perekonomian atau peranan setiap kategori ekonomi dalam suatu wilayah. Kategori-kategori ekonomi yang mempunyai peran besar menunjukkan basis perekonomian suatu wilayah.
- d) PDRB per kapita atas dasar harga berlaku menunjukkan nilai PDB dan PNB per satu orang penduduk.
- e) PDRB per kapita atas dasar harga konstan berguna untuk mengetahui pertumbuhan nyata ekonomi per kapita penduduk suatu negara.³⁴

C. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.³⁵ Bekerja merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia. Kebutuhan itu bisa bermacam-macam, berkembang dan berubah, bahkan sering kali tidak disadari oleh pelakunya. Seseorang bekerja karena ada sesuatu yang hendak dicapainya, dan orang berharap bahwa aktivitas kerja yang dilakukannya akan membawanya kepada suatu keadaan yang lebih memuaskan dari pada keadaan sebelumnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada diri manusia terdapat kebutuhan-kebutuhan yang pada saatnya membentuk tujuan-tujuan yang hendak dicapai dan dipenuhinya. Demi mencapai tujuan-tujuan itu, orang terdorong melakukan suatu aktivitas yang disebut kerja.³⁶

Dalam ekonomi Islam tenaga kerja adalah segala kegiatan manusia baik jasmani maupun rohani yang dicurahkan dalam proses produksi untuk

³⁴Ibid., h. 4.

³⁵Menurut Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan

³⁶Istina Rakhmawati, "Dampak Produktivitas Kerja Islami Bagi Kinerja Karyawan", dalam *Iqtishadia*, Vol 9. No.1. 2016, h. 171.

menghasilkan barang dan jasa maupun faedah suatu barang.³⁷ Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang diakui oleh setiap sistem ekonomi baik ekonomi Islam, kapitalis, dan sosialis. Walaupun demikian sifat faktor produksi dalam Islam berbeda. Perburuhan sangat tergantung pada kerangka moral dan etika. Faktor pembeda etika kerja berdasarkan syari'ah dengan etika lainnya adalah berkaitan dengan niat, cara memilih tujuannya, serta sumber penentuan nilai. Etika kerja Islam mengandung dua dimensi yaitu *ukhrawi* dan *duniawi*.³⁸ Dalam dimensi *ukhrawi*, syari'ah menekankan pentingnya niat, yaitu semata-mata untuk mendapatkan keutamaan dari Tuhan. Sedangkan dimensi *duniawi* syari'ah mengajarkan konsep insan untuk selalu menyempurnakan pekerjaan dan *itqan* yang berarti proses belajar yang sungguh-sungguh, akurat dan sempurna. Dalam firman Allah SWT (QS. Al-Qash s (28) ayat 77):

وَأَتَّبِعْ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.

Etika Kerja Islam menunjukkan dedikasi terhadap pekerjaan, adanya usaha yang cukup untuk menyelesaikan satu pekerjaan yang sekaligus menentukan kemampuan individu dalam pekerjaan tertentu, menekankan pada

³⁷Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: RajaGrafindo, 2015), h. 115.

³⁸Irsad Adriyanto, “Analisis Peran Keterlibatan Kerja Dalam Hubungan Etika Kerja Islam Dan Sikap Terhadap Perubahan,” dalam *Iqtishadia*, Vol 9 No.1. Maret 2016, h. 6.

kerja tim. Etika kerja Islam memandang dedikasi dalam bekerja adalah kebajikan. Usaha yang maksimum harus dilakukan oleh seseorang dalam bekerja karena merupakan kewajiban seorang individu yang mampu. Kerja kreatif merupakan sumber kebahagiaan dan pencapaian.³⁹

Dalam perspektif Islam, akad yang terjadi antara buruh dan majikan adalah akad kerja yang akan dilakukan.⁴⁰ Sehingga tenaga kerja sebagai faktor produksi dalam Islam tidak terlepas dari unsur moral dan sosial. Hubungan keduanya adalah setara, tidak ada yang lebih mulia antara satu sama lainnya. Ekonomi sosial memang mengakui bahwa faktor tenaga kerja merupakan faktor penting dalam produksi. Namun sistem ekonomi ini tidak memberikan pengakuan dan penghargaan terhadap hak milik individu sehingga faktor tenaga kerja hanya sekedar pekerja saja. Sistem ekonomi kapitalis memandang modal sebagai unsur yang penting. Sementara itu, para pemilik modal menduduki tempat yang strategis dalam kegiatan ekonomi. Mereka menempatkan pemilik modal pada posisi yang lebih penting dari pekerja. Keuntungan adalah hak mutlak pemilik modal sedangkan pekerja hanya alat untuk memperoleh keuntungan, sehingga pekerja hanya mendapatkan pendapatan berdasarkan kemauan dan kepentingan modal.⁴¹

Tenaga kerja manusia dapat diklasifikasikan menurut tingkatannya (kualitasnya) yang terbagi atas:⁴²

1. Tenaga kerja terdidik (*skilled labour*) adalah tenaga kerja yang memperoleh pendidikan baik formal maupun non formal, seperti guru, dokter, pengacara, akuntan psikologi, dll.

³⁹Ibid.,

⁴⁰Azhari Akmal Tarigan, *Teologi Ekonomi* (Jakarta: RajaGrafindo, 2014), h. 198.

⁴¹Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. h.115

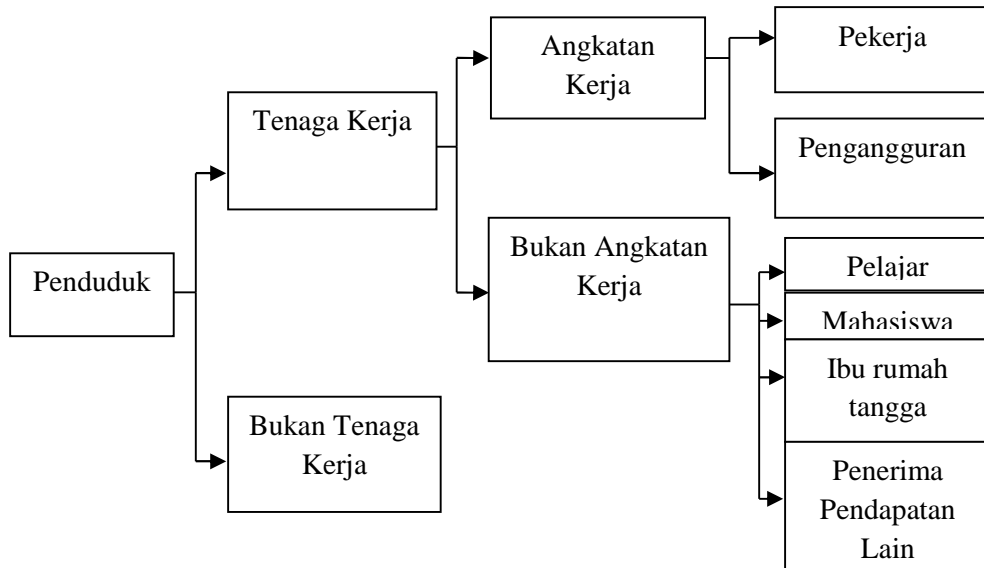
⁴²Ibid.,

2. Tenaga kerja terlatih (*trained labour*) adalah tenaga kerja yang memperoleh keahlian berdasarkan latihan dan pengalaman. Misalnya montir, tukang kayu, tukang ukir, sopir, teknisi, dll.
3. Tenaga kerja tak terdidik dan tak terlatih (*unskilled and untrained labour*) adalah tenaga kerja yang mengandalkan kekuatan jasmani daripada ruhani, seperti tenaga kuli pikul, tukang sapu, pemulung, buruh tani, dll.

Pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan angkatan kerja (AK) secara tradisional dianggap sebagai salah satu faktor positif yang memacu pertumbuhan ekonomi. Jumlah tenaga kerja yang lebih besar berarti akan menambah tingkat produksi, sedangkan pertumbuhan penduduk yang lebih besar berarti ukuran pasar domestiknya lebih besar. Meski demikian hal tersebut masih dipertanyakan apakah benar laju pertumbuhan penduduk yang cepat benar-benar akan memberikan dampak positif atau negatif dari pembangunan ekonominya. Ruang lingkup hubungan industrial mencakup masalah penduduk dan angkatan kerjanya. Setiap pembahasan mengenai angkatan kerja selalu terkait dengan penduduk karena penduduk merupakan sumber angkatan kerja. Penduduk dalam konsep ketenaga kerjaan dipetakan sebagai berikut:⁴³

⁴³Sumanto, *Hubungan Industrial Memahami dan Mengatasi Potensi Konflik-Kepentingan Pengusaha-Pekerja pada Era Modal Global* (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 36.

Gambar 2.1:
Penggolongan Tenaga Kerja



Penduduk merupakan sasaran utama pembangunan nasional, yaitu dalam bentuk peningkatan kesejahteraan baik material maupun spritual. Kondisi semacam itu sekaligus merupakan pendukung utama gerak pembangunan. Dengan kata lain, penduduk khususnya angkatan kerja seharusnya menjadi modal utama dalam pembangunan nasional. Namun dapat menjadi suatu kenyataan bahwa jumlah angkatan kerja yang berlimpah dengan laju pertumbuhan yang cepat, justru menjadi masalah pokok. Masalahnya adalah pembangunan nasional belum mampu menciptakan kesempatan kerja yang sepadan.

Akibat selanjutnya adalah timbulnya masalah dalam distribusi pendapatan., pemerataan pendapatan tidak lepas dari penciptaan dan perluasan kesempatan kerja, sedangkan perluasan kesempatan kerja itu sendiri akan berkemabang dengan wajar dalam suasana distribusi pendapatan yang cukup merata. Telah diketahui bahwa masalah yang timbul dari pertumbuhan

penduduk di dunia, dan khususnya Indonesia adalah kesempatan kerja masalah ini merupakan salah satu dari sekian masalah besar yang harus ditanggulangi di masa mendatang. Masalah-masalah yang dapat di sejajarkan dan terkait satu sama lain antara lain masalah pangan, masalah pengelolaan sumber daya alam, yang sama lain harus di pandang dalam suatu sistem masalah penduduk.

Dalam model sederhana tentang pertumbuhan ekonomi, pada umumnya pengertian tenaga kerja diartikan sebagai angkatan kerja yang bersifat homogen. Angkatan kerja yang homogen dan tidak terampil dianggap bisa bergerak dan beralih dari sektor tradisional ke sektor modern secara lancar dan dalam jumlah terbatas. Dalam keadaan demikian penawaran tenaga kerja mengandung elastisitas yang tinggi. Meningkatnya permintaan atas tenaga kerja (dari sektor tradisional) bersumber pada ekspansi kegiatan sektor modern.

Dengan demikian salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi adalah tenaga kerja. Suatu fungsi produksi suatu barang atau jasa tertentu (q) adalah $q = f(K, L)$ dimana K merupakan modal dan L adalah tenaga kerja yang memperlihatkan jumlah maksimal suatu barang/jasa yang dapat diproduksi dengan menggunakan kombinasi alternatif antara K dan L maka apabila salah satu masukan ditambah satu unit tambahan dan masukan lainnya dianggap tetap akan menyebabkan tambahan keluaran yang dapat diproduksi. Tambahan keluaran yang diproduksi inilah yang disebut dengan produk fisik marjinal (*Marginal Physical Product*). Selanjutnya dikatakan bahwa apabila jumlah tenaga kerja ditambah terus menerus sedang faktor produksi lain dipertahankan konstan, maka pada awalnya akan menunjukkan peningkatan produktivitas namun pada suatu tingkat tertentu akan memperlihatkan penurunan produktivitasnya serta setelah mencapai tingkat keluaran maksimal setiap penambahan tenaga kerja akan mengurangi

pengeluaran. Tenaga kerja juga dipandang sebagai faktor produksi yang berubah-ubah jumlahnya sehingga menggambarkan hubungan antara faktor-faktor produksi yang digunakan dengan tingkat produksi yang dicapai.⁴⁴

1. Permintaan tenaga kerja

Permintaan tenaga kerja adalah banyaknya orang yang bekerja di semua sektor ekonomi. Tinggi rendahnya permintaan tenaga kerja, bergantung dari pertambahan permintaan tenaga kerja atau disebut *derived demand*. Tenaga kerja dipekerjakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk digunakan dalam menghasilkan barang-barang yang akan mereka jual. Dengan demikian permintaan tenaga kerja sangat ditentukan oleh sifat permintaan atas barang-barang yang diwujudkan. Pengusaha akan terus menambah jumlah pekerja selama tambahan tersebut dapat menghasilkan penjualan tambahan yang melebihi upah yang dibayarkan kepadanya. Seorang pengusaha baru berhenti menambah pekerjaannya apabila tambahan pekerja yang terakhir hanya dapat menghasilkan tambahan produksi yang sama nilainya.⁴⁵ Adapun permintaan tenaga kerja ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut:

- a) Modal: Modal kerja atau asset lancar merupakan investasi yang digunakan perusahaan dalam jangka pendek, biasanya berupa kas/bank, persediaan, piutang, investasi jangka panjang dan biaya dibayar dimuka.
- b) Tingkat upah: Upah merupakan pembayaran dalam bentuk uang atas jasa baik fisik maupun mental yang disediakan oleh tenaga kerja dan digunakan dalam proses produksi. Upah riil adalah upah yang diukur berdasarkan kemampuannya memenuhi kebutuhan pekerja akan barang dan jasa. Kenaikan tingkat upah, akan menaikkan biaya produksi

⁴⁴Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. h.113.

⁴⁵Sadono Sukirno, *Makroekonomi Modern Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynesian Baru* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2012), h. 69.

perusahaan yang pada akhirnya menyebabkan kenaikan harga. Kenaikan harga menyebabkan, pembeli berkurang, berkurangnya produksi dan akhirnya berkurangnya permintaan tenaga kerja atau disebut *scale effect*. Apabila tingkat upah naik, pengusaha lebih suka mengganti tenaga kerja dengan teknologi padat modal sehingga permintaan tenaga kerja menurun.

- c) Jumlah produksi: Jumlah produksi adalah tingkat produksi atau keseluruhan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh industri. Untuk meningkatkan output, diperlukan peningkatan input yang dalam hal ini tenaga kerja. Semakin tinggi produktivitas tenaga kerja semakin tinggi pula jumlah produksi, begitu juga sebaliknya.
- d) Investasi: Investasi merupakan jumlah yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membeli barang yang digunakan untuk proses produksi dalam jangka panjang. Umumnya barang yang masuk dalam investasi adalah tanah atau bangunan dan mesin.
- e) Teknologi: Kemajuan teknologi dapat menggantikan tenaga manusia dengan mesin akan meningkatkan produktivitas industri dan juga menjaga mutu. Pada era industri kreatif, peran teknologi sangat penting untuk melakukan melakukan inovasi dan modifikasi produk untuk memberikan nilai tambah. Apabila industri menerapkan teknologi padat modal, maka permintaan tenaga kerja akan berkurang karena adanya efek substitusi. Sedangkan apabila industri menerapkan teknologi padat karya, maka permintaan tenaga kerja akan meningkat.⁴⁶

2. Produk Marginal Tenaga Kerja

⁴⁶Luh Diah Citraresmi Cahyadi, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Industri Kreatif Di Kota Denpasar" (Tesis Pascasarjana Fakultas Ekonomi Udayana Bali, 2013), h. 49-50.

Produk marginal tenaga kerja adalah jumlah output tambahan yang diperoleh perusahaan dari satu unit tenaga kerja tambahan, dengan mempertahankan jumlah modal tetap.⁴⁷ Kita bisa menggambarannya dengan fungsi produksi:⁴⁸

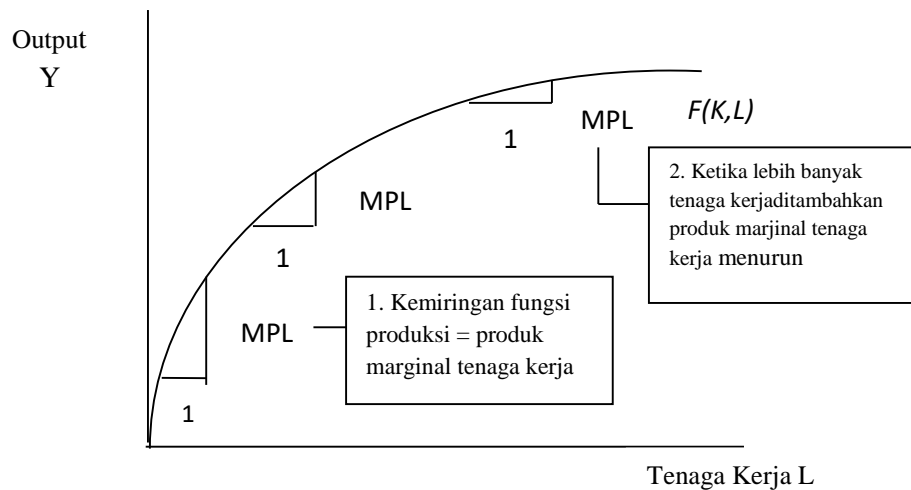
$$MPL = F(K, L + 1) - F(K, L)$$

Simbol pertama pada sisi kanan adalah jumlah output yang diproduksi dengan K unit modal dan L + 1 unit tenaga kerja, symbol kedua adalah jumlah output yang diproduksi dengan K unit modal dan L unit tenaga kerja. Persamaan ini menyatakan bahwa produk marginal tenaga kerja adalah perbedaan antara jumlah output yang diproduksi dengan L + 1 unit tenaga kerja dan jumlah yang diproduksi hanya dengan L unit tenaga kerja. Kebanyakan fungsi produksi memiliki sifat produk marginal yang semakin menurun dengan mempertahankan jumlah modal tetap, produk marginal tenaga kerja menurun ketika jumlah tenaga kerja meningkat.

⁴⁷Gregory Mankiw, *Makroekonomi*. Ahli Bahasa:Fitria Liza, S.E dan Imam Nurmawan, S.E (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 50.

⁴⁸Ibid.,

Gambar 2.2
Fungsi Produksi



Gambar diatas mengilustrasikan apa yang terjadi dengan jumlah output bila kita mempertahankan jumlah modal dan mengubah jumlah tenaga kerja. Gambar diatas menunjukkan bahwa produk marginal tenaga kerja adalah kemiringan (*slope*) dari fungsi produksi. Ketika jumlah tenaga kerja meningkat, fungsi produksi menjadi lebih datar, yang menunjukkan produk marginal yang semakin menurun.

Dari produk marginal tenaga kerja ke permintaan tenaga kerja ketika sedang memutuskan apakah akan menggunakan satu unit tenaga kerja tambahan atau tidak, perusahaan kompetitif yang memaksimalkan laba mempertimbangkan bagaimana keputusan itu akan mempengaruhi laba. Karena itu perusahaan membandingkan penerimaan ekstra dari kenaikan produksi yang dihasilkan oleh tenaga kerja tambahan terhadap biaya tambahan dalam bentuk upah yang lebih banyak. Peningkatan penerimaan dari satu unit tenaga kerja tambahan bergantung pada dua variabel yaitu produk marginal tenaga kerja dan harga output. Karena tenaga kerja tambahan memproduksi unit output MPL dan setiap unit output dijual seharga P dolar, penerimaan tambahan adalah $P \times$

MPL. Biaya ekstra karena menggunakan lebih banyak tenaga kerja adalah upah W , jadi perubahan dalam laba karena menggunakan lebih banyak tenaga kerja adalah⁴⁹

$$\begin{aligned}\text{Laba} &= \text{Penerimaan} - \text{biaya} \\ &= (P \times MPL) - W\end{aligned}$$

= Menyatakan perubahan sebuah variabel.

Manajer perusahaan mengetahui bahwa jika penerimaan tambahan $P \times MPL$ melebihi upah W , unit tenaga kerja akan meningkatkan laba, karena itu manajer perusahaan terus menambah unit tenaga kerja sampai unit berikutnya tidak lagi menguntungkan yaitu sampai MPL berada pada titik dimana penerimaan tambahan sama dengan upah.

D. Ekspor

Ekspor⁵⁰ adalah proses transportasi barang atau komoditas dan jasa dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan.⁵¹ Proses ekspor adalah tindakan untuk mengeluarkan barang atau komoditas dan jasa dari dalam negeri untuk memasukkannya ke negara lain.⁵² Ekspor barang secara besar membutuhkan campur tangan dari bea cukai di negara pengirim maupun penerima. Ekspor merupakan bagian penting dari perdagangan internasional. Ekspor dapat diartikan sebagai total penjualan barang yang dapat dihasilkan oleh suatu negara, kemudian diperdagangkan kepada negara lain dengan tujuan mendapatkan devisa. Suatu

⁴⁹Ibid.,h.51.

⁵⁰Ekspor juga dapat diartikan sebagai total penjualan barang yang dapat dihasilkan oleh suatu negara, kemudian diperdagangkan kepada negara lain dengan tujuan mendapatkan devisa. Gregory Mankiw dalam bukunya Makroekonomi, h.51.

⁵¹Rahman Hakim, "Hubungan Ekspor Impor dan Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Keuangan Perbankan Indonesia Tahun 2000-2011 (Suatu Pendekatan dengan Model Analisis VAR)" (Tesis Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UI Jakarta, 2012), h. 28-29.

⁵²Ibid.,

negara dapat mengekspor barang-barang yang dihasilkan ke negara lain yang tidak dapat menghasilkan barang-barang yang dihasilkan negara pengekspor.

Perolehan dari kegiatan ekspor suatu negara merupakan injeksi/masukan dana (devisa) bagi negara yang bersangkutan. Untuk Indonesia nilai ekspor transaksinya dinilai dengan syarat pembayaran melalui FOB⁵³. Dalam konteks ini dapat dijelaskan bahwa eksportir Indonesia untuk perolehan devisa hanya sampai pada saat barang yang diekspor dimuat ke kapal yang akan mengangkut barang dagangan itu. Akibatnya barang yang diekspor oleh eksportir Indonesia hanya berupa harga pabrik ditambah biaya-biaya yang dikeluarkan eksportir sampai barang tiba di atas kapal yang memuatnya sementara biaya angkutan dibayar oleh importir di negara lain dan diterima oleh pebisnis asing, karena importir yang memilih sarana pengangkutan dan sejauh ini biasanya pebisnis asing tidak memilih perusahaan pelayaran Indonesia sebagai pengangkut.⁵⁴

Dalam rangka mendorong ekspor terutama dalam kaitannya dengan upaya meningkatkan daya saing barang ekspor Indonesia di pasar dunia, diperlukan suatu kecepatan dan kepastian bagi eksportir. Dengan demikian, pemeriksaan pabean dalam bentuk pemeriksaan fisik atas barang ekspor harus diupayakan seminimal mungkin sehingga terhadap barang ekspor pada dasarnya hanya dilakukan penelitian dokumennya.⁵⁵ Perkembangan perdagangan ekspor dunia tidak terbatas pada nilai perdagangan dan komoditas yang diperdagangkan tetapi juga daya saing produk. Ada beberapa faktor yang dapat menentukan daya saing suatu komoditi ekspor yaitu:

⁵³FOB (*Free On Board*), yaitu bahwa penyerahan sampai dengan pengangkutan barang yang mengurus adalah eksportir (Indonesia) ke negara tujuan ekspor.

⁵⁴Erni Umi Hasanah dan Danang Sunyoto, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (Jakarta: CAPS, 2013), h. 114.

⁵⁵Herman Budi Sasono, *Manajemen Ekspor dan Perdagangan Internasional* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h.16.

1. Faktor langsung terdiri atas:

- a) Mutu komoditi, mutu komoditi pada dasarnya ditentukan oleh komposisi antara seni (*art*), nilai teknis, dan selera pemakainya. Mutu komoditi ditentukan oleh desain atau bentuk dari komoditi bersangkutan atau spesifikasi teknis dari komoditi tertentu, fungsi atau kegunaan dari komoditi tersebut bagi konsumen dan *durability* atau daya tahan dalam pemakaian.
- b) Biaya produksi dan penentu harga jual. Harga jual pada umumnya ditentukan oleh salah satu dari biaya produksi ditambah *mark up* (margin keuntungan), disesuaikan dengan tingkat harga pasar yang sedang berlaku (*Current market price*), dan harga dumping.

2. Faktor tidak langsung terdiri atas:

- a) Kondisi sarana pendukung ekspor seperti: fasilitas perbankan, fasilitas transportasi, fasilitas birokrasi pemerintahan, fasilitas surveyor, fasilitas bea cukai, dll
- b) Insentif atau subsidi pemerintah untuk ekspor
- c) Kendala tarif dan non tarif
- d) Tingkat efisiensi dan disiplin nasional
- e) Kondisi ekonomi global seperti: resesi dunia, proteksionisme, restrukturisasi perusahaan dan *re-group* global (kerjasama global).⁵⁶

Perdagangan luar negeri mempunyai arti yang sangat penting bagi negara terbelakang. Ia memberikan arti perlunya membangun, pengetahuan dan pengalaman yang memungkinkan pembangunan serta memberikan sarana

⁵⁶Andrian Sutedi, *Hukum Eskpor Impor* (Jakarta: Penebar Swadaya Group, 2014), h. 14.

untuk melaksanakannya. Haberler berpendapat,⁵⁷ “Kesimpulan umum saya adalah bahwa perdagangan internasional telah memberikan sumbangan luar biasa bagi pembangunan negara kurang berkembang di abad ke-19 dan 20 dan dapat diharapkan sumbangan tersebut akan sama di masa datang dan bahwa perdagangan bebas dengan sedikit perbaikan atau penyimpangan tidak mendasar atau marginal adalah kebijaksanaan yang terbaik dilihat dari sudut pembangunan ekonomi”.

Dalam perekonomian terbuka, terdapat dua tingkat harga umum yaitu harga umum yang berlaku didalam negeri dan tingkat harga yang berlaku diluar negeri. Pengaruh dari adanya harga luar negeri ini terhadap proses ekonomi makro khususnya terletak pada timbulnya kemungkinan bagi pelaku-pelaku ekonomi untuk memilih apakah mereka akan membeli atau menjual dipasar luar negeri atau pasar dalam negeri. Keputusan semacam ini jelas mempunyai pengaruh yang penting terhadap posisi keseimbangan pasar barang dalam negeri dan pasar uang dalam negeri. Adanya unsur keterbatasan atau perbedaan ketersediaan sumber daya yang dimiliki setiap negara, merupakan faktor utama dari munculnya spesialisasi. Prinsip ini merupakan dasar berkembangnya ekonomi perdagangan dan keuangan internasional. Kondisi tersebut menggiring setiap negara untuk melakukan ekspor.⁵⁸

Manfaat langsung dari perdagangan internasional ini bilamana suatu negara mengkhususkan diri pada produksi beberapa barang tertentu sebagai akibat perdagangan luar negeri dan pembagian kerja, ia dapat mengekspor komoditi yang ia produksi lebih murah untuk dipertukarkan dengan apa yang dihasilkan negara lain dengan biaya lebih rendah. Dari perdagangan luar negeri, maka negara memperoleh keuntungan, dan pendapatan nasional naik, yang pada gilirannya menaikkan jumlah output dan laju pertumbuhan

⁵⁷M.L.Jhighan, *Ekonomi Pembaguan dan Perencanaan*, terj. D.Guritno (Jakarta: RajaGrafindo, 2004), h. 447

⁵⁸Aris Munandar, “Analisis Produk Domestik Regional Bruto, Inflasi dan Net Ekspor Provinsi di Indonesia”, dalam *Journal Ecoment Global*, Vol 1.No.1, 2016, h. 25

ekonomi. Dengan tingkat output yang lebih tinggi lingkaran setan kemiskinan dapat dipatahkan dan pembangunan ekonomi dapat ditingkatkan.

Negara terbelakang biasanya memiliki pasar domestik yang kecil. Pasar domestik yang kecil tidak mampu menyerap output yang ada. Ini menyebabkan rendahnya dorongan untuk berinvestasi. Pasar yang kecil juga disebabkan oleh rendahnya pendapatan per kapita dan daya beli. Perdagangan internasional memperluas pasaran dan merangsang investasi, pendapatan dan tabungan melalui alokasi sumber daya dengan lebih efisien. Beberapa negara terbelakang mengkhususkan diri pada produksi satu atau dua komoditi bahan makanan. Jika dilakukan upaya ekspornya, upaya-upaya itu cenderung meluaskan pasar. Sumber-sumber yang ada digunakan lebih produktif dan alokasi sumber-sumber menjadi lebih efisien berdasarkan fungsi-fungsi produksi tertentu. Ini semua adalah keuntungan langsung dari perdagangan luar negeri yang dikemukakan J.S.Mill.⁵⁹ Perluasan pasar menghasilkan sejumlah ekonomi internal dan eksternal dan karenanya mengurangi biaya produksi. Perdagangan luar negeri juga membantu mengalihkan sektor pangan (subsisten) ke sektor uang karena pasar bagi produk pertanian meningkat dan perdagangan serta standar kehidupan kaum tani meningkat.⁶⁰

Adapun keuntungan melakukan perdagangan luar negeri yaitu:

- a) Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri karena setiap Negara tidak dapat menghasilkan semua barang-barang yang dibutuhkannya.
- b) Memperoleh keuntungan dari spesialisasi. Faktor produksi yang dimiliki setiap Negara dapat digunakan dengan lebih efisien dan setiap Negara dapat menikmati lebih banyak barang dari yang dapat diproduksi di dalam negeri.

⁵⁹M.L.Jhighan, *Ekonomi Pembagian dan Perencanaan*. h. 425.

⁶⁰Ibid., h. 448.

- c) Memperluas pasar industri-industri dalam negeri. Beberapa jenis industri telah dapat memenuhi permintaan dalam negeri sebelum alat-alat produksi sepenuhnya digunakan. Ini berarti bahwa industri itu masih dapat menaikkan produksi dan meningkatkan keuntungan apabila masih terdapat pasar untuk barang-barang yang dihasilkan oleh industri itu. Karena seluruh permintaan barang-barang telah terpenuhi, satu- satunya cara untuk memperoleh pasaran adalah dengan mengekspornya ke luar negeri.⁶¹

Beberapa macam cara ekspor yang bisa ditempuh untuk melaksanakan ekspor ke luar negeri diantaranya adalah

1) *General Export*

General Export adalah pelaksanaan ekspor yang terjadi pada umumnya yaitu telah terjadi kesepakatan antara eksportir dan importer yang nantinya akan dikirim barang ke luar negeri (dinegara importer) sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2) *Barter* (Imbal Dagang)

Barter adalah pengiriman barang-barang ke luar negeri untuk bisa ditukar langsung dengan barang-barang yang dibutuhkan di dalam negeri. Eksportir tidak menerima pembayaran dalam bentuk devisa tetapi dalam bentuk barang yang bisa dijual di dalam negeri. Jenis-jenis barter sebagai berikut:

a) *Direct Barter*

Direct Barter merupakan sistem pertukaran barang dengan barang menggunakan alat yang disebut *denominator of value* yaitu suatu mata uang asing seperti dollar Amerika. Penyelesaian *direct barter* melalui clearing pada neraca perdagangan antara kedua Negara yang bersangkutan. Sistem ini banyak dikembangkan untuk menampung kegiatan perdagangan internasional antara negara-negara sosialis dan negara-negara kapitalis.

⁶¹Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Makroekonomi* (Jakarta: RajaGrafindo ,2015), h. 360.

b) *Counter purchase* (Imbal beli)

Counter purchase adalah sistem perdagangan timbal balik antarnegara yang saling membutuhkan. Misalnya suatu negara yang menjual produknya kepada Negara lain harus membeli pula produk Negara tersebut atau mengaitkan eksportnya dengan impor.

c) *Switch Barter*

Switch Barter terjadi jika salah satu pihak tidak mungkin memanfaatkan secara langsung barang yang diterima dari pertukaran ini. Negara pengimpor dapat mengalihkan (*switching*) barang tersebut ke negara ketiga yang membutuhkan.

d) *Buy-back Barter*

Buy-back barter adalah sistem barter beli kembali yang biasanya dilakukan karena penerapan alih teknologi dari negara maju ke negara berkembang dengan cara membantu menciptakan kapasitas produksi di negara berkembang dan nantinya hasil produksinya akan dibeli kembali oleh negara pengalih teknologi tersebut.⁶²

E. Jumlah Perusahaan

Perusahaan atau usaha industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut.⁶³ Sementara itu, dalam arti sederhana orang yang memiliki perusahaan dinamakan pengusaha. Pengusaha berarti seorang pemimpin ekonomi yang mempunyai kemampuan untuk mendapatkan peluang secara berhasil memperkenalkan mata dagangan baru, teknik baru, sumber pemasukan baru, dan merangkum pabrik, peralatan,

⁶²Andi Susilo, *Panduan Pintar Ekspor Impor* (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2013), h. 26.

⁶³M.L.Jhingan, *Ekonomi Pembagunan dan Perencanaan*. h. 426.

manajemen, dan tenaga buruh yang diperlukan serta mengorganisasikannya ke dalam suatu teknik pengoperasian perusahaan. Apapun bentuk tatanan ekonomi dan politik negara itu, kewiraswastaan merupakan faktor penting bagi pembangunan ekonomi. Di negara sosialis, negara bertindak sebagai pengusaha. Begitu juga halnya di negara terbelakang dimana pengusaha swasta kurang berani mengambil resiko usaha baru. Sedang pada masyarakat kapitalis maju, pengusaha swasta memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara tersebut.

Peranan pengusaha dapat dibagi menjadi kapitalis, manajer dan pengusaha. Jadi pengusaha menyediakan dana dan sumber lainnya, mengawasi dan mengkoordinasi sumber produktif, serta merencanakan, mengadakan pembaharuan dan mengambil keputusan pokok. Pada pengusaha kecil, fungsi tersebut dapat dilaksanakan oleh pengusaha sendiri. Dia memiliki kekayaan yang menjadi satu dengan perusahaannya yang terbuka terhadap resiko bisnis. Dia berperan serta sepenuhnya secara terus –menerus dalam proses produktif yang sebenarnya. Ciri utama pengusaha industri kecil tidak terletak pada kesukaanya berpetualang maupun motivasinya untuk menghasilkan laba tetapi pada kemampuannya memimpin orang lain dalam usaha bersama dan kecenderungannya mengadakan penemuan baru dan pada tahap awal industrialisasi, melimpahnya penemuan baru tersebut adalah karena sifat dasar teknologi yang memerlukan peran serta langsung dan segera dari pengusaha.⁶⁴

Pada umumnya setiap perusahaan akan berusaha untuk bisa mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dalam bisnisnya. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan harus bisa masuk ke pasar yang kadangkala banyak hambatan atau *barrier* untuk bisa menawarkan barangnya kepada konsumen. Setelah masuk pasar, perusahaan berhadapan dengan persaingan di pasar.

⁶⁴Ibid.,

Untuk bisa masuk ke pasar, biasanya di pasar sudah ada produsen lain yang juga menawarkan barangnya kepada kelompok konsumen yang sama. Dengan demikian, untuk masuk pasar, produsen biasanya berperilaku berani tampil beda (*product differentiation*) dengan produsen yang sudah ada di pasar. Usaha untuk mendiferensiasikan produk membutuhkan biaya, sedangkan harga-harga yang lebih tinggi menurunkan kuantitas yang diminta oleh karena itu perusahaan harus menempatkan dalam pasar dengan memilih harga, kuantitas dan derajat diferensiasi produk yang dapat memaksimalkan keuntungan mereka. Bentuk keistimewaan diferensiasi produk antara lain karakteristik produk, citra produk dan karakteristik penjual.⁶⁵ Agar perusahaan dapat unggul atas pesaingnya, perusahaan harus menerapkan strategi diferensiasi, yang terdiri atas beberapa langkah, yaitu:

1. *Evaluate competitive messages*, dimana perusahaan berusaha untuk menganalisis material pemasaran apa yang selama ini dilakukan, apa kekurangannya serta apa keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.
2. *Finds what makes you unique*, yaitu dimana perusahaan dapat menunjukkan apa yang membuat karakteristik produknya berbeda dari pesaing.
3. *Tell the world*, berusaha untuk memberitahu konsumen bahwa produk kita memiliki keunggulan tertentu.
4. *Keep your promise*, tujuan dari diferensiasi adalah agar konsumen loyal. Maka agar konsumen tidak berpindah ke produk pesaing, maka yang harus

⁶⁵Tati Suhartati Joesran dan M.Fathorrazi, *Teori Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 196.

dilakukan oleh perusahaan adalah berusaha terus untuk memuaskan konsumennya.⁶⁶

Strategi diferensiasi dapat dilakukan pada banyak karakteristik produk. Agar dapat unggul perusahaan dapat menerapkan strategi diferensiasi tersebut pada satu atau beberapa karakteristik produk dibawah ini, diantaranya adalah:

- 1 *Product differentiation*, menekankan bahwa diferensiasi dapat dibuat dengan memanipulasi karakteristik produk seperti *features, performance, style, design, consistency, durability, reliability, or reparability*. Diferensiasi produk bersifat *tangible* (nyata secara fisik).
- 2 *Service differentiation*, biasanya dibuat untuk melengkapi diferensiasi produk yang dibuat, seperti memberikan tambahan informasi atau pendampingan sebagai konsultan.
- 3 *People differentiation*, penghantaran produk yang baik dapat dilakukan apabila perusahaan memiliki sumber daya yang baik, keahlian, serta semangat untuk bekerja. Karakteristik produk secara fisik sangat mudah untuk ditiru, tetapi kemampuan sumber daya manusia yang kita punya, misal keahlian yang dimilikinya, kemauannya dalam melayani konsumen, semangat untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan, serta kreativitas yang dimiliki, sulit ditiru pesaing.
- 4 *Image differentiation*, apabila produk maupun jasa kita mudah untuk ditiru, maka brand image yang tertanam dibenak konsumen sulit untuk ditiru. *Brand image* tidak dibentuk dalam waktu yang singkat, butuh waktu yang lama untuk membentuk *brand image* akan suatu produk dibenak konsumen. Satu hal yang perlu diingat adalah bahwa *brand image* tersebut dapat jatuh karena kesalahan yang dibuat oleh perusahaan, maka

⁶⁶Ria Satriyarini, "Strategi Diferensiasi Sebagai Alat untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif di Bandung", dalam *Bina Ekonomi* Vol. 20 No.1, 2016, h. 52.

perusahaan perlu untuk memelihara *brand image* baik yang sudah dimilikinya.

- 5 *Quality differentiation*, diferensiasi dalam hal kualitas adalah diferensiasi dimana perusahaan menekankan bahwa kualitas adalah keseluruhan proses yang ada. Dari penyediaan bahan baku yang ada, menyediakan bahan baku yang berkualitas, proses produksi yang sesuai dengan rencana, pengantaran jasa yang tepat. Ini merupakan proses yang berkelanjutan, dari titik awal sampai akhir produk tersebut sampai ke tangan konsumen.
- 6 *Innovation differentiation*, seringkali apabila berhubungan dengan inovasi perusahaan berpikir bahwa inovasi itu hanya berhubungan dengan *product innovation*. Pendapat yang tidak tepat, sebab *process innovation* juga termasuk inovasi, yaitu saat perusahaan berusaha untuk memperbaiki proses produksi atau berproduksi dengan cara yang baru, yang lebih efisien serta efektif. Cara baru tersebut tidak hanya membuat perusahaan lebih unggul dalam hal membuat produk yang lebih baik, biaya yang lebih kecil, tetapi juga berhubungan dengan semakin sulitnya bagi pihak pesaing untuk meniru produk yang dibuat oleh perusahaan.⁶⁷

Tabel 2.1

Contoh Perusahaan yang Melakukan Diferensiasi

Strategi Diferensiasi	Nama Perusahaan	Bidang Bisnis
<i>Different taste</i>	Dr.Pepper	Minuman
<i>Superior service</i>	Federal Express	Jasa kurir
<i>Spareparts availability</i>	Caterpillar	Alat berat
<i>More for your money</i>	McDonald	Makanan cepat saji
<i>Wal Mart</i>	Mersedes	Supermarket

⁶⁷Ibid.,

<i>Engineering design & performance</i>	Rolex	Automobile
<i>Prestige</i>	Honda	Jam tangan
<i>Quality</i>	Ralph	Kendaraan bermotor
<i>Top-of-the-line image</i>	Lauren	Pakaian
<i>Technological leadership</i>	3M Corporation	Manufacturing
<i>Unconditional satisfaction</i>	L.L. Bean	Retail

Setelah masuk pasar, tantangan berikutnya yang dihadapi produsen adalah bersaing memperebutkan konsumen dengan produsen lainnya, khususnya bila struktur pasar yang dihadapi bukan pasar monopoli, tetapi pasar persaingan (bebas, monopolistik, dan oligopoli). Setelah masuk di pasar, perusahaan berhadapan dengan pesaing yang harus bisa mereka kalahkan supaya dapat bertahan di pasar. Karena itu, perusahaan biasanya punya daya saing yang handal untuk bersaing di pasar. Untuk membangun usaha, perusahaan perlu melihat kepentingan konsumen yang dijadikan sasarannya. Secara umum konsumen punya kecenderungan untuk berperilaku membeli barang dan jasa yang termurah dan berkualitas serta memberi pelayanan terbaik. Dengan demikian, strategi bersaing ini dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu strategi bersaing melalui harga dan strategi bersaing di luar harga. Pemilihan strategi usaha ini bergantung pada bentuk pasar dan karakteristik konsumen yang dihadapi.⁶⁸

Untuk mencapai tujuan perusahaan, ada tiga asas yang digunakan yaitu:

1. *Asas Partner in Production*, Menurut asas ini, buruh dan pengusaha mempunyai kepentingan yang sama untuk meningkatkan kesejahteraan buruh mampu meningkatkan hasil usaha/produksi. Oleh karena itu

⁶⁸Henry Faizal Noor, *Ekonomi Publik, Ekonomi Untuk Kesejahteraan Rakyat* (Jakarta: Indeks, 2015), h. 146.

masing-masing pihak merupakan kawan dalam meningkatkan kesejahteraan buruh dan meningkatkan hasil produksi.

2. *Asas Partner in Profit*, menurut asas ini, hasil yang dicapai perusahaan itu seharusnya bukan untuk dinikmati oleh pengusaha saja, tetapi harus dinikmati oleh buruh yang turut serta dalam mencapai hasil produksi tersebut sehingga peningkatan kesejahteraan sosial para pekerja di perusahaan sejalan dengan peningkatan hasil produksi.
3. *Asas Partner in Responsibility*, menurut asas ini, buruh dan pengusaha memiliki tanggung jawab untuk bersama-sama dalam meningkatkan hasil produksi. Rasa tanggung jawab kedua belah pihak ini akan mendorong peningkatan hasil produksi.⁶⁹

F. Pembiayaan Bank Syari'ah

Pengertian pembiayaan dalam ekonomi islam diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa: transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamblik*, transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istish'na*, transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh* dan transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah serta UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan atau bagi hasil.⁷⁰

⁶⁹Sumanto, *Hubungan Industrial Memahami dan Mengatasi Potensi Konflik-Kepentingan Pengusaha-Pekerja pada Era Modal Global*. h. 16.

⁷⁰Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta:Kalimedia, 2015), h. 1.

Kehadiran bank syari'ah di negara kita ini telah memberikan kontribusi riil terhadap pengembangan ekonomi nasional, baik kaum muslim ataupun lainnya. Sistem syariah ini berlaku atau melayani untuk semua tanpa membedakan agama, ras, dan strata ekonomi. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan (penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya) berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga Dewan Syariah Nasional (DSN) yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Implementasinya merefleksikan sifat *rahmatan lil'alam*. Yang jelas kehadiran bank - bank syari'ah ini telah ikut serta secara bersama-sama dalam pengembangan ekonomi nasional. Fakta ini mendorong harapan agar bank syariah dapat menopang sistem pemberdayaan ekonomi masyarakat baik sektor usaha kecil menengah (UKM) ataupun non UKM.⁷¹

Pemberian kredit atau permodalan kepada pelaku UMKM secara langsung akan mempengaruhi volume usaha bilamana hal tersebut digunakan menjadi modal kerja. Jika kredit tersebut digunakan untuk investasi atau untuk melakukan diversifikasi usaha, maka akan meningkatkan kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan menambah volume usaha juga. Pertambahan volume usaha tersebut akan dapat meningkatkan pendapatan bagi UKM maupun tenaga kerja yang bekerja pada perusahaan tersebut.⁷²

Dalam Islam, manusia diwajibkan untuk berusaha agar ia mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan kehidupannya. Islam juga mengajarkan kepada manusia bahwa Allah maha pemurah sehingga rezeki-Nya sangat luas. Bahkan, Allah tidak memberikan rezeki itu kepada kaum muslimin saja, tetapi kepada siapa saja yang bekerja keras. Untuk memulai usaha seperti ini diperlukan modal, seberapapun kecilnya. Adakalanya mendapatkan modal dari

⁷¹AM. Saefuddin, *Membumikan Ekonomi Islam* (Jakarta: PT PPA Consultants, 2011), h. 247.

⁷²Zamroni, "Peran Bank Syari'ah dalam Penyaluran Dana Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)", dalam *Iqtishadia*, Vol.6 No. 2, 2013, h. 227.

simpanannya atau dari keluarganya. Adapula yang meminjam kepada rekan-rekannya. Jika tidak tersedia, peran institusi keuangan menjadi sangat penting karena dapat menyediakan modal bagi orang yang ingin berusaha.

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro.⁷³ Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan untuk:

1. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
2. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan.
3. Meningkatkan produktivitas artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
4. Membuka lapangan kerja baru artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
5. Terjadinya distribusi pendapatan artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

1. Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha

⁷³Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. h. 5.

menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.

2. Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal maka pengusaha harus mampu meminimalkan resiko yang mungkin timbul. Resiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
3. Pendayagunaan sumber ekonomi artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada dan sumber daya modal tidak ada maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.
4. Penyaluran kelebihan dana artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana sementara ada pihak yang kekurangan dana maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan kepada pihak yang kekurangan.⁷⁴

Dalam Islam, hubungan pinjam – meminjam tidak dilarang. Hal ini dijelaskan dalam Al-qur'an (Al-Baqarah: 282), sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ ۖ ۙ فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ
كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ
الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ
ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمْلَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ
رِّجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ ۖ وَأَمْرَاتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ

⁷⁴Ibid.,

تَضِلَّ إِحْدَهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا
 أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ
 أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً يُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا
 تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ
 فَسُوقٌ بَكُمْ وَأَنْتُمْ وَاللَّهُ وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, mereka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akal nya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.

Dalam hal ini dianjurkan agar terjadi hubungan saling menguntungkan, yang pada gilirannya berakibat kepada hubungan persaudaraan. Untuk itu, bank syari'ah menyediakan berbagai macam pembiayaan yang sesuai dengan syariat agama Islam. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberi fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Adapun fungsi dari pembiayaan yang diselenggarakan oleh bank syariah adalah

1. Meningkatkan daya guna uang yaitu para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas.
2. Meningkatkan daya guna barang. Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga utility bahan tersebut meningkat.
3. Meningkatkan peredaran uang. Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet, giro, wesel, promes dsb.
4. Menimbulkan semangat berusaha. Pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank kemudian digunakan memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.
5. Stabilitas ekonomi. Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi diarahkan pada usaha-usaha: pengendalian inflasi, peningkatan ekspor, rehabilitasi prasarana dan pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peranan penting.⁷⁵

⁷⁵Ibid., h. 6.

Fungsi lain pembiayaan di bank syariah sebagai alat ekonomi internasional. Hal ini lebih disebabkan oleh transaksi perekonomian tidak hanya terjadi di dalam negeri. Nasabah yang memiliki usaha ekspor maupun import baik bahan baku, setengah jadi, ataupun jadi, maka membutuhkan transaksi pembiayaan sesuai kebutuhan dengan berbagai kemudahan yang diberikan oleh bank syariah.⁷⁶ Kemudian menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal sebagai berikut:⁷⁷

1. Pembiayaan Produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
2. Pembiayaan Konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua hal yaitu: Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan:
 - a) Peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi dan
 - b) Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.

Unsur-unsur modal kerja terdiri atas komponen-komponen alat likuid (*cash*), piutang dagang (*receivable*), dan persediaan (*inventory*) yang umumnya terdiri atas persediaan bahan baku (*raw material*), persediaan barang dalam proses (*work in process*), dan persediaan barang jadi (*finished goods*). Oleh karena itu, pembiayaan modal kerja

⁷⁶Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. h. 12.

⁷⁷Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. h.160.

merupakan salah satu atau kombinasi dari pembiayaan likuiditas (*cash financing*), pembiayaan piutang (*receivable financing*), dan pembiayaan persediaan (*inventory financing*).⁷⁸

3. Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu. Pembiayaan investasi diberikan kepada para nasabah untuk keperluan investasi, yaitu keperluan penambahan modal guna mengadakan rehabilitasi, perluasan usaha, ataupun pendirian proyek baru. Pada umumnya, pembiayaan investasi diberikan dalam jumlah besar dan pengendapannya cukup lama. Oleh karena itu, perlu disusun proyeksi arus kas yang mencakup semua komponen biaya dan pendapatan sehingga akan dapat diketahui berapa dana yang tersedia setelah semua kewajiban terpenuhi.

Jika seseorang datang kepada bank syariah dan ingin meminjam dana untuk membeli barang tertentu, misalnya mobil, rumah, atau tempat usaha, suka atau tidak ia harus melakukan jual beli dengan bank syariah. Disini, bank syariah bertindak selaku penjual dan nasabah bertindak selaku pembeli. Jika bank memberikan pinjaman (dalam pengertian konvensional) kepada nasabah untuk membeli barang-barang itu, bank tidak boleh mengambil keuntungan dari pinjaman itu. Sebagai lembaga komersial yang mengharapkan keuntungan, bank syariah tentu tidak mungkin melakukannya. Karena itu, harus dilakukan jual beli, dimana bank syariah dapat mengambil keuntungan dari harga barang yang dijual dan keuntungan dari jual-beli dibolehkan dalam Islam (Al-Baqarah:275).⁷⁹

Bank syari'ah adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana memberikan imbalan atas dasar

⁷⁸Ibid.,

⁷⁹Ibid, h. 170.

prinsip syari'ah, yaitu bagi hasil dan jual beli. Prinsip operasi perbankan syariah adalah *profit sharing* atau dikenal dengan bagi hasil, baik antara bank dengan nasabah penyimpan dana (*sahibul mal*) maupun antara bank dengan peminjam dana/debitur (*mudharib*).

1. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual-beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barang.

a) Pembiayaan berdasarkan pola jual beli dengan akad *Murabahah, Salam, Istishna'*.

1) Akad *Murabahah*.

Secara sederhana *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Dalam perbankan, Bank bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Sesuai dengan sifat bisnis (*tijarah*), transaksi *murabahah* memiliki beberapa manfaat, demikian juga risiko yang harus diantisipasi. *Murabahah* memberi banyak manfaat kepada bank syariah. Salah satunya adalah adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah.⁸⁰ Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi*

⁸⁰Moh Solachuddin Zulfa, "Analisis Tentang Manajemen Resiko Dalam Operasional Pembiayaan *Murabahah* di BMT Amanah," dalam *Iqtishadia*, Vol.7.No.1. 2014, h. 165.

tsaman ajil). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh. Landasan syariah murabahah adalah fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*.

Fitur dan Mekanisme :

- a) Bank bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi murabahah dengan nasabah.
- b) Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- c) Bank wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan barang yang dipesan nasabah.
- d) Bank dapat memberikan potongan dalam besaran yang wajar dengan tanpa diperjanjikan dimuka⁸¹.

2) Akad salam

Akad salam adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati. Dalam praktik perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau kepada nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan. Harga jual yang ditetapkan bank adalah harga beli bank dari nasabah ditambah keuntungan. Landasan syariah salam adalah fatwa DSN MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual beli salam.⁸²

⁸¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 79.

⁸²Ibid., h. 80

Fitur dan Mekanisme akad *Salam*:⁸³

- a) Bank bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi salam dengan nasabah.
- b) Bank dan nasabah wajib menuangkan kesepakatan dalam bentuk perjanjian tertulis berupa akad pembiayaan atas dasar salam.
- c) Penyediaan dana oleh bank kepada nasabah harus dilakukan di muka secara penuh yaitu pembayaran segera paling lambat 7 hari setelah pembiayaan atas dasar salam disepakati.
- d) Pembayaran oleh bank kepada nasabah tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang nasabah kepada bank atau dalam bentuk piutang bank.

3) Akad *Istishna'*

Akad *Istishna'* adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (*mustashni'*) dan penjual (*shani'*). Perbedaannya dengan salam hanya terletak pada cara pembayarannya. Salam pembayarannya harus dimuka sedang pada *Istishna'* boleh di awal, ditengah atau diakhir. Landasan syariah *Istishna'* adalah fatwa DSN MUI No. 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *Istishna'*.⁸⁴

- a) Bank bertindak baik sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi *Istishna'* dengan nasabah; dan
- b) Pembayaran oleh Bank kepada nasabah tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang nasabah kepada Bank atau dalam bentuk piutang Bank.

⁸³Ibid.,

⁸⁴Ibid., h. 81

2. Prinsip sewa (*Ijarah*)

Transaksi *Ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *Ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada *Ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

Pembiayaan berdasarkan akad *Ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *Ijarah Muntahiya Bittamlik*

- a) Akad *Ijarah* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Landasan syariah akad *Ijarah* adalah fatwa DSN MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijarah*.

Fitur dan Mekanisme *Ijarah*:

- 1) Bank bertindak sebagai penyedia dana dalam kegiatan transaksi *Ijarah* dengan nasabah.
 - 2) Bank wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan objek sewa yang dipesan nasabah.
 - 3) Pengembalian atas penyediaan dana bank dapat dilakukan baik dengan angsuran maupun sekaligus.
 - 4) Pengembalian atas penyediaan dana bank tidak dapat dilakukan dalam bentuk piutang maupun dalam bentuk pembebasan utang.
-
- b) Akad *ijarah muntahiya bittamlik* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.

Fitur dan Mekanisme Akad *ijarah muntahiya bittamlik*:

Sama dengan fitur dan mekanisme *Ijarah* hanya saja bank selain bertindak sebagai penyedia dana dalam kegiatan transaksi *Ijarah* dengan nasabah, juga bertindak sebagai pemberi janji (*wa'ad*) antara lain untuk memberikan opsi pengalihan hak penguasaan objek sewa kepada nasabah sesuai kesepakatan. Perpindahan objek sewadapat diperlakukan sebagai hadiah, atau penjualan sebelum akad berakhir sebesar harga yang sebanding dengan sisa cicilan sewa atau penjualan pada akhir masa sewa dengan pembayaran tertentu yang disepakati pada awal akad, atau penjualan secara bertahap sebesar harga tertentu yang disepakati dalam akad.⁸⁵

3. Prinsip Bagi Hasil (*syirkah*)

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah* atau serikatatau kongsi). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama.

Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*:

- a) Akad *mudharabah* adalah akad kerja sama suatu usaha antara pihak pertama (*malik, shahibul mal*, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*amil, mudharib*, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian. Landasan syariah pembiayaan *mudharabah* adalah fatwa

⁸⁵Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. h. 84.

DSN MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah*.

Fitur dan mekanisme akad pembiayaan *Mudharabah*:

- 1) Bank bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul mal*) yang menyediakan dana dengan fungsi sebagai modal kerja, dan nasabah bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dalam kegiatan usahanya.
 - 2) Bank memiliki hak dalam pengawasan dan pembinaan usaha nasabah walaupun tidak ikut serta dalam pengelolaan usaha nasabah, antara lain bank dapat melakukan review dan meminta bukti-bukti dari laporan hasil usaha nasabah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan.
 - 3) Pembagian hasil usaha dari pengelolaan dana dinyatakan dalam nisbah yang disepakati.
 - 4) Nisbah bagi hasil yang disepakati tidak dapat diubah sepanjang waktu investasi kecuali atas dasar kesepakatan para pihak.
 - 5) Jangka waktu pembiayaan atas dasar akad *mudharabah*, pengembalian dana dan pembagian hasil usaha ditentukan berdasarkan kesepakatan bank dan nasabah.
- b) Akad *Musyarakah* adalah akad kerja sama diantara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi lama dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing. Landasan syariah pembiayaan *musyarakah* adalah fatwa DSN MUI No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *musyarakah*.

Fitur dan mekanisme akad pembiayaan *Musyarakah*:

- 1) Bank dan nasabah masing-masing bertindak sebagai mitra usaha dengan bersama-sama menyediakan dana dan/atau barang untuk membiayai suatu kegiatan usaha tertentu.
- 2) Nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan bank sebagai mitra dapat ikut serta dalam pengelolaan usaha sesuai dengan tugas dan wewenang yang disepakati.
- 3) Pembagian hasil usaha dari pengelolaan dana dinyatakan dalam nisbah yang disepakati.
- 4) Nisbah bagi hasil yang disepakati tidak dapat diubah sepanjang waktu investasi kecuali atas dasar kesepakatan para pihak.
- 5) Pembiayaan atas dasar akad *musyarakah* diberikan dalam bentuk uang dan/atau barang serta bukan dalam bentuk piutang atau tagihan.⁸⁶

4. Prinsip Pinjaman (Qardh)

Akad *qardh* adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati baik secara sekaligus maupun cicilan. Landasan syariah akad *qardh* adalah fatwa DSN MUI No. 19/DSN-MUI/IV/2000 tentang *qardh*.

Fitur dan mekanisme akad *qardh*:

- a) Bank bertindak sebagai penyedia dana untuk memberikan pinjaman (*qardh*) kepada nasabah berdasarkan kesepakatan.
- b) Bank dilarang dengan alasan apapun untuk meminta pengembalian pinjaman melebihi dari jumlah nominal sesuai akad.
- c) Bank dilarang untuk membebankan biaya apapun atas penyaluran pembiayaan atas dasar *qardh*, kecuali biaya administrasi dalam batas kewajaran.

⁸⁶Ibid.,

- d) Pengembalian jumlah pembiayaan atas qardh, harus dilakukan oleh nasabah pada waktu yang telah disepakati.
- e) Dalam hal nasabah digolongkan mampu namun tidak mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya pada waktu yang telah disepakati.⁸⁷

Selain membahas produk-produk di atas, bank syariah juga melakukan proses analisis pembiayaan yaitu suatu proses analisis yang dilakukan oleh bank syariah untuk menilai suatu permohonan pembiayaan yang telah diajukan oleh calon nasabah. Dengan melakukan analisis pembiayaan bank syariah akan memperoleh keyakinan bahwa proyek yang akan dibiayai layak (*feasible*). Beberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan sebelum memutuskan permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah antara lain dikenal dengan prinsip 5C dan analisis 6A. penerapan prinsip dasar dalam pemberian pembiayaan serta analisis yang mendalam terhadap calon nasabah, perlu dilakukan oleh bank syariah agar bank tidak salah memilih dalam menyalurkan dananya sehingga dana yang disalurkan kepada nasabah dapat terbayar kembali sesuai dengan jangka waktu yang diperjanjikan.⁸⁸

G. Kajian Terdahulu

Adapun beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah:

Luh Diah Citraesmi Cahyadi (2013)⁸⁹ menyatakan bahwa modal, investasi, dan teknologi berpengaruh signifikan terhadap jumlah produksi pada industri pakaian jadi di Kota Denpasar. Sedangkan tingkat upah tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah produksi pada industri pakaian jadi. Dapat disimpulkan bahwa, variabel modal, investasi, dan teknologi hanya

⁸⁷Ibid., h. 87

⁸⁸Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 119.

⁸⁹Luh Diah Citraesmi Cahyadi, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Industri Kreatif Di Kota Denpasar" (Tesis Pascasarjana Fakultas Ekonomi Udayana Bali, 2013)

mempengaruhi jumlah produksi tetapi secara tidak langsung tidak mempengaruhi penyerapan tenaga kerja pada industri pakaian jadi di Kota Denpasar.

Enik Kusminarti (2015)⁹⁰ menyatakan bahwa tingkat investasi yang berupa PMDN berpengaruh positif dan signifikan terhadap industri pengolahan di Jawa Timur. Sedangkan untuk PMA, juga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap industri pengolahan di Jawa Timur. Kemudian jumlah tenaga kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap industri pengolahan di Jawa Timur. Sehingga jika ada peningkatan jumlah tenaga kerja yang bekerja di industri pengolahan maka akan meningkatkan *output*. Peningkatan output berarti pula peningkatan PDRB industri pengolahan.

Yozi Aulia Rahman (2015)⁹¹ menyatakan bahwa Pertumbuhan PDRB Provinsi Jawa Tengah yang meningkat hendaknya lebih didukung dengan peningkatan Tabungan, Posisi kredit, Realisasi Pendapatan Asli Daerah dan Realisasi Belanja Daerah karena ke empat variabel tersebut berhubungan positif terhadap PDRB Kabupaten.

Aris Munandar (2016)⁹² menyatakan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Provinsi di Indonesia adalah Pengeluaran Pemerintah, PMA, PMDN dan Net Ekspor. Hasil Analisis mengenai pengaruh Pengeluaran Pemerintah, PMA, PMDN dan Net Ekspor terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi di Indonesia menunjukkan hubungan yang positif signifikan.

H. Kerangka Teori

⁹⁰Enik Kusminarti, et.al.”Analisis Pengaruh Investasi dan Tenaga Kerja Terhadap Industri Pengolahan di Jawa Timur” (Tesis Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Jember, 2015)

⁹¹ Yozi Aulia Rahman, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi PDRB Kabupaten/Kota Jawa Tengah” dalam *Jejak*, Vol.8 No.1. 2015.

⁹²Aris Munandar “Analisis Produk Domestik Regional Bruto, Inflasi dan Net Ekspor Provinsi di Indonesia”, dalam *Journal Ecoment Global*, Vol 1.No.1, 2016.

Berdasarkan teori dan beberapa kajian terdahulu, maka variabel yang digunakan antara lain:

1. Pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap PDRB industri kreatif

Pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan tenaga kerja secara tradisional dianggap sebagai salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Jumlah tenaga kerja yang lebih besar berarti akan menambah tingkat produksi, sedangkan pertumbuhan penduduk yang lebih besar berarti ukuran pasar domestiknya lebih besar.⁹³

Meski demikian hal tersebut masih dipertanyakan apakah benar laju pertumbuhan penduduk yang cepat benar-benar akan memberikan dampak positif atau negatif dari pembangunan ekonominya. Selanjutnya dikatakan bahwa pengaruh positif atau negatif dari pertumbuhan penduduk tergantung pada kemampuan sistem perekonomian daerah tersebut dalam menyerap dan secara produktif memanfaatkan penambahan tenaga kerja tersebut. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa jumlah tenaga kerja mempengaruhi PDRB industri kreatif.⁹⁴

2. Pengaruh nilai ekspor terhadap PDRB industri kreatif

Nilai ekspor yang dimaksudkan adalah *share gross value added di overse market* atau nilai penjualan produk dan jasa industri kreatif di pasar internasional. Semakin besar nilai ekspor industri kreatif menunjukkan semakin kompetitifnya posisi industri kreatif nasional di pasar internasional.⁹⁵ Sehingga ditarik kesimpulan bahwa nilai ekspor mempengaruhi terhadap PDRB industri kreatif.

⁹³Sadono Sukirno, *Makroekonomi Modern Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynesian Baru*. h.70.

⁹⁴Ibid.,

⁹⁵Andrian Sutedi, *Hukum Eskpor Impor*. h. 15.

3. Pengaruh jumlah perusahaan terhadap PDRB industri kreatif

Jumlah perusahaan adalah jumlah *firm* yang ada disetiap kelompok industri kreatif. Semakin besar nilai indikator perusahaan (*number of firm*) dalam suatu industri, maka semakin dekat karakteristik pasar/industri kepada pasar persaingan sempurna, semakin tinggi intensitas persaingan, dan kesejahteraan yang terjadi dipasar/industri akan semakin besar. Dengan membandingkan angka jumlah perusahaan ini dengan total jumlah perusahaan dalam industri, serta angka penyerapan tenaga kerjanya, dapat diindikasikan besarnya peran industri dalam perekonomian nasional.⁹⁶ Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah perusahaan mempengaruhi PDRB industri kreatif.

4. Pengaruh jumlah pembiayaan bank syari'ah terhadap PDRB industri kreatif

Bank Syari'ah ini didirikan dengan idealisme menciptakan sistem pelayanan keuangan bagi masyarakat yang membutuhkan berlandaskan rasa saling percaya, akuntabilitas, partisipasi dan kreativitas. Kegiatan yang bersifat proyek itu ditransformasikan menjadi bank di bawah aturan hukum yang khusus dibuat untuk kreasi pemikiran pengentasan masyarakat dari kemiskinan. Bagi industri perbankan, proses penyaluran pembiayaan yang mereka lakukan terhadap sektor UKM lebih menguntungkan dibandingkan sektor non UKM. Sebab, sektor UKM memiliki ketahanan bisnis lebih kuat.

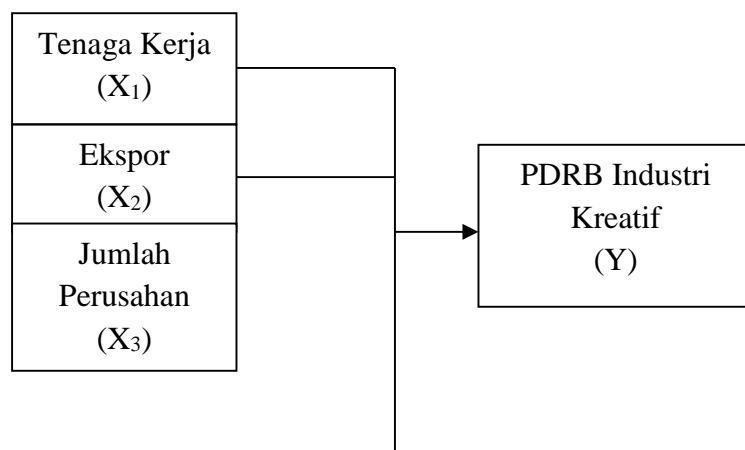
Disamping itu faktor pendukung lainnya yang juga akan menguntungkan Perbankan Syariah yaitu terkait dengan pembiayaan UKM yang saat sekarang ini mendapat alokasi bantuan yang besar dari pemerintah terkait dengan pengembangan UKM tersebut, karena alokasi pembiayaan yang cukup besar tersebut lahir dan dipicu oleh keinginan pemerintah agar industri

⁹⁶M.L.Jhighan, *Ekonomi Pembagunan dan Perencanaan*. h. 425.

perbankan nasional memiliki kontribusi lebih besar dalam mendorong perkembangan sektor UKM. Dari sisi manajemen, banyak UKM yang masih membutuhkan bantuan manajemen dan pendampingan usaha. Perlunya pihak perbankan syariah dalam memberikan pembiayaan untuk membantu industri kreatif yang kekurangan dana. Sehingga diambil kesimpulan bahwa jumlah pembiayaan bank syariah mempengaruhi PDRB industri kreatif.⁹⁷

Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.3:
Kerangka Pemikiran



Jumlah
Pembiayaan
Syari'ah (X_4)

I. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dapat dikemukakan hipotesis penelitian ini adalah:

- a) H_{01} : Tidak ada pengaruh jumlah tenaga kerja (X_1) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
 H_{a1} : Ada pengaruh jumlah tenaga kerja (X_1) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
- b) H_{02} : Tidak ada pengaruh Ekspor (X_2) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
 H_{a2} : Ada pengaruh Ekspor (X_2) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
- c) H_{03} : Tidak ada pengaruh jumlah perusahaan (X_3) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
 H_{a3} : Ada pengaruh jumlah perusahaan (X_3) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
- d) H_{04} : Tidak ada pengaruh jumlah pembiayaan bank syari'ah (X_4) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.
 H_{a4} : Ada pengaruh jumlah pembiayaan bank syari'ah (X_4) terhadap PDRB industri kreatif di Sumatera Utara.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penyelidikan tentang masalah kemasyarakatan atau kemanusiaan yang didasarkan pada pengujian suatu teori yang tersusun atas variabel –variabel, diukur dengan bilangan-bilangan dan

dianalisis dengan prosedur-prosedur statistik.⁹⁸ Pendekatan kuantitatif mementingkan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian, dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi dari masing-masing variabel. Reliabilitas dan validitas merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini, karena kedua elemen tersebut akan menentukan kualitas hasil penelitian dan kemampuan replikasi serta generalisasi penggunaan model penelitian sejenis.

Selanjutnya, penelitian kuantitatif memerlukan adanya hipotesis dan pengujian yang kemudian akan menentukan tahapan-tahapan berikutnya, seperti penentuan teknik analisa dan uji statistik yang akan digunakan. Pendekatan ini juga lebih memberikan makna dalam hubungannya dengan penafsiran angka statistik, bukan makna secara kebahasaan dan kulturalnya.

Tujuan akhir yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian kuantitatif ini adalah menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan dan pengaruh serta perbandingan antarvariabel, memberikan deskripsi statistik, menafsir, dan meramalkan hasilnya.⁹⁹

B. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder yang biasanya telah dikumpulkan secara tidak langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari Badan Pusat Statistik SUMUT dan Bank Indonesia. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2006 hingga tahun 2015 karena alasan ketersediaan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

⁹⁸Rachmat Trijono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Depok: Papas Sinar Sinanti, 2015), h. 17.

⁹⁹Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 30.

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jumlah PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara, Jumlah Tenaga Kerja, Jumlah Perusahaan, Jumlah Ekspor dan Jumlah Pembiayaan Syari'ah yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Sumatera Utara dan Bank Indonesia. Sementara sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series* mulai tahun 2006 sampai dengan tahun 2015.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan menggunakan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Mengumpulkan data berarti mencatat peristiwa, karakteristik, elemen, nilai suatu variabel. Hasil pencatatan ini menghasilkan data mentah yang kegunaannya masih terbatas. Oleh karena itu agar data mentah lebih berguna harus diolah, disarikan, disederhanakan dan dianalisis untuk diberi makna.¹⁰⁰ Data dalam penelitian ini berasal dari Badan Pusat Statistik SUMUT dan Bank Indonesia periode 2006 sampai dengan 2015.

E. Defenisi Operasional Variabel

Beberapa definisi operasional variabel dalam penelitian ini memiliki batasan sebagai berikut :

1. PDRB Industri Kreatif (Y)

PDRB yang dimaksud yaitu keseluruhan nilai tambah barang dan jasa oleh berbagai sektor ekonomi di suatu daerah dalam waktu tertentu (Rupiah/tahun). Data PDRB digunakan adalah PDRB Sumatera Utara atas harga konstan. PDRB atas dasar harga konstan digunakan untuk menunjukkan

¹⁰⁰Rachmat Trijono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. h. 35.

laju pertumbuhan ekonomi industri kreatif secara keseluruhan dari tahun ke tahun. PDRB harga konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga tahun dasar. Data PDRB dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik SUMUT dan dinyatakan dalam satuan rupiah

2. Tenaga Kerja (X1)

Tenaga kerja yang dimaksud yaitu angka yang menunjukkan jumlah pekerja tetap yang berada pada seluruh lapangan pekerjaan/usaha di industri kreatif. Sesuai dengan definisi Badan Pusat Statistik, pekerja tetap adalah mereka yang bekerja lebih besar dari 35 jam seminggu, sebelum survei ketenagakerjaan dilakukan. Semakin besar Jumlah Tenaga Kerja, secara relatif dapat mengindikasikan peranan industri kreatif dalam perekonomian semakin signifikan. Data tenaga kerja dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Sumatera Utara dan satuan dari tenaga kerja ini adalah orang.

3. Jumlah Perusahaan (X2)

Perusahaan atau usaha industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut. Jumlah perusahaan adalah jumlah *firm* yang ada di setiap subsektor industri kreatif. Misalnya, jumlah usaha periklanan di industri periklanan Indonesia. Data jumlah perusahaan dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Sumatera Utara dan satuan dari jumlah perusahaan ini adalah unit.

4. Ekspor (X3)

Ekspor adalah arus keluar sejumlah barang dan jasa dari suatu negara ke pasar internasional. Ekspor terjadi karena kebutuhan akan barang dan jasa

sudah tercukupi di dalam negeri atau karena barang dan jasa tersebut memiliki daya saing baik dalam harga maupun mutu dengan produk sejenis di pasar internasional. Data ekspor dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Sumatera Utara dan nilai ekspor dinyatakan dalam satuan rupiah.

5. Pembiayaan Bank Syariah (X4)

Pembiayaan merupakan pemberi fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit, baik digunakan untuk produksi maupun konsumsi. Data pembiayaan bank syari'ah dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan satuan dari jumlah pembiayaan syariah ini adalah rupiah.

F. Model Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pangkat kuadrat terkecil biasa atau *Ordinary Least Square* (OLS). Inti metode *Ordinary Least Square* (OLS) adalah metode estimasi yang sering digunakan untuk mengestimasi fungsi regresi populasi dari fungsi regresi sampel. Kriteria dari OLS adalah "*Line of best fit*" atau dengan kata lain jumlah kuadrat dari deviasi antara titik-titik observasi dengan garis regresi adalah minimum.¹⁰¹

Untuk mengetahui pengaruh antara TNK (tenaga kerja), PRSH (jumlah perusahaan), EX (Ekspor) dan PSYRH (Pembiayaan syari'ah) secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap PDRB Industri Kreatif maka analisa statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda. Maka model persamaannya adalah sebagai berikut :

$$\text{PDRB} = \beta_0 + \beta_1\text{TNK} + \beta_2\text{PRSH} + \beta_3\text{EX} + \beta_4\text{PSYRH} + e$$

¹⁰¹Damodar Gujarati, *Ekonometrika Dasar*, terj. Sumarno Zain (Jakarta: Erlangga, 1988), h. 34.

Keterangan :

PDRB	=Pertumbuhan Ekonomi Industri Kreatif berdasarkan harga konstan (Rp.Miliar)
β_0	= <i>intercept</i>
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= Konstanta
e	= Koefisien Regresi
TNK	= Variabel pengganggu (<i>disturbance error</i>)
PRSH	= Jumlah Tenaga Kerja dari Industri Kreatif (Orang)
EX	= Ekspor dari Industri Kreatif (Unit)
PSYRH	= Jumlah Perusahaan dari Industri Kreatif (Rp.Miliar)
	= Pembiayaan Syari'ah dari Industri Kreatif (Rp.Miliar)

G. Uji Asumsi Klasik

Pengujian model terhadap asumsi klasik diberlakukan pada persamaan struktural yang meliputi uji multikolinieritas, heteroskedasitas, autokorelasi dan normalitas.

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas, menurut Frisch dikemukakan bahwa suatu model regresi dikatakan terkena multikolinieritas bila terjadi hubungan linier yang *perfect atau exact* di antara beberapa atau semua variabel bebas dari suatu model regresi. Akibatnya akan kesulitan untuk dapat melihat pengaruh variabel penjelas terhadap variabel yang dijelaskan. Terjadinya multikolinieritas yang rawan pada model regresi bisa didekteksi keberadaannya bila R^2 dari *auxiliary regression* melebihi R^2 regresi keseluruhan antara variabel tidak bebas dengan variabel bebas model yang diteliti. Selain itu jika

nilai *varian inflation factor* (VIF) lebih besar dari 10 maka variabel bebas tersebut memiliki persoalan multikolinieritas.¹⁰²

Untuk menyelesaikan masalah multikolinieritas dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai berikut:¹⁰³

- a) Menambah lebih banyak observasi
- b) Mengeluarkan salah satu variabel yang memiliki hubungan korelasi yang kuat
- c) Mentransformasikan variabel independen, misalnya mengkombinasikan variabel-variabel independen kedalam satu indeks.
- d) Melakukan analisis regresi *ridge*.

2. Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasitas merupakan fenomena terjadinya perbedaan varian antar seri data. Heteroskedasitas muncul apabila nilai varian dari variabel tak bebas (Y_i) meningkat sebagai meningkatnya varian dari variabel bebas (X_i), maka varian dari Y_i adalah tidak sama. Gejala heteroskedasitas lebih sering dalam data *cross section* dari pada *time series*. Selain itu juga sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata. Untuk mendeteksi keberadaan heteroskedasitas digunakan metode grafik *scatter plot*, uji White, dimana apabila nilai probabilitas (*p value*) observasi R^2 lebih besar dibandingkan tingkat resiko kesalahan yang diambil (digunakan = 5 %), maka residual digolongkan homoskedasitas.¹⁰⁴

Apabila terjadi heterokedastisitas diketahui estimator OLS tidak bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) tetapi hanya LUE. Dengan demikian standar error dari koefisien hasil estimasi yang dihasilkan dengan

¹⁰²Ibid., h.157.

¹⁰³Dedi Rosadi, *Ekonometrika & Analisis Runtun Waktu Terapan dengan Eviews* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 52.

¹⁰⁴Damodar Gujarati, *Ekonometrika Dasar*. h. 177.

metode OLS tidak akurat. Masalah heterokedastisitas dapat diselesaikan dengan beberapa pendekatan, seperti:¹⁰⁵

- a) Estimasi dengan menggunakan metode *Weighted Least Squared/WLS* (atau secara umum, *Generalized Least Squared/GLS*) terhadap model.
- b) Mentransformasikan variabel independen
- c) Atau dengan menggunakan metode estimasi White yang bersifat *Heteroscedasticity Consistent* (HC) atau estimator Newey-West yang bersifat *Heteroscedasticity and Autocorrelation Consistent* (HAC).

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam data *time series*) atau ruang (seperti dalam data *cross section*). Autokorelasi pada umumnya lebih sering terjadi pada data *time series* walaupun dapat juga terjadi pada data *cross section*. Dalam data *time series* observasi diurutkan menurut urutan waktu secara kronologis. Maka dari itu besar kemungkinan akan terjadi interkorelasi antara observasi yang berurutan, khususnya kalau interval antara dua observasi sangat pendek. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dilakukan uji Lagrange Multiplier (*LM test*) dimana apabila probabilitas observasi $R^2 > (5 \%)$, maka bebas dari autokorelasi.¹⁰⁶ Apabila terjadi masalah autokorelasi maka hal ini dapat diatasi dengan metode kuadrat terkecil umum atau GLS (*Generalized Least Squared*).¹⁰⁷

4. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui normal tidaknya distribusi faktor gangguan (*residual*) . Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

¹⁰⁵Dedi Rosadi, *Ekonometrika & Analisis Runtun Waktu Terapan dengan Eviews*. h. 52

¹⁰⁶Ibid., h. 201.

¹⁰⁷Setiawan dan Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 147.

Analisis grafik adalah dengan grafik histogram dan melihat *normal probability plot* yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Sedangkan uji statistik dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari residual.¹⁰⁸

H. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dapat dinyatakan dalam bentuk nol (*null hypothesis*) atau alternatif (*alternatif hypothesis*). Hipotesis nol menyatakan tidak berbeda, sedang hipotesis alternatif menyatakan berbeda.¹⁰⁹ Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis satu sampai enam dengan analisis regresi berganda. Hipotesis pertama sampai enam diuji dengan menentukan tingkat signifikansi dengan uji simultan (Uji F_{test} dan R^2) dan Uji parsial (Uji t-test) sebagai berikut:

1. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).¹¹⁰ Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Secara umum koefisien untuk data silang (*cross section*) relatif lebih rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan data runtut waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Dari penelitian di atas dengan menggunakan lebih dari 2 variabel maka digunakan *adjusted R*

¹⁰⁸Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. h. 153.

¹⁰⁹Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman* (Yogyakarta: BPF, 2007), h. 167.

¹¹⁰Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. h.338.

square karena lebih akurat dibandingkan dengan R^2 . Dan untuk mengevaluasi mana model regresi terbaik dengan perhitungan :

$$\text{Adjusted } R \text{ Square} = 1 - (1 - R^2) \left[\frac{n-1}{n-k} \right]$$

Dimana : n = jumlah sampel dan k = jumlah parameter.

2. Uji F-test (Uji Simultan)

Uji F-test digunakan untuk menguji apakah secara statistik bahwa koefisien regresi dari variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna dengan membandingkan nilai probabilitas (F-statistik) dengan F-tabel, dengan ketentuan jika F-Statistik > F-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersama-sama.¹¹¹ Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

- a) H_a diterima jika F-hitung > F-tabel , atau nilai p-value pada kolom sig. < *level of significant* () 5% berarti seluruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.
- b) H_0 diterima jika F-hitung < F-tabel, atau nilai p-value pada kolom sig. > *level of significant* () 5% berarti seluruh variabel independen tidak secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

3. Uji t-test (Uji Parsial)

Uji t-test dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji t-test dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik dengan t-tabel. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu :

¹¹¹Ibid., h. 195.

- a) H_a diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau *prob-value* pada kolom *sig.<level of significant () 5%* berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- b) H_o diterima jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau *prob-value* pada kolom *sig.>level of significant () 5%* berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Industri Kreatif di Sumatera Utara

Ekonomi kreatif dan industri kreatif di Indonesia mulai sering diperbincangkan kira-kira di awal tahun 2006. Dari pihak pemerintah sendiri, melalui menteri perdagangan RI, Dr Mari Elka Pangestu pada tahun 2006 meluncurkan program *Indonesia Design Power* di jajaran Departemen

Perdagangan RI, suatu program pemerintah yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia dipasar domestik maupun ekspor. Program ini terus bergulir dengan dicanangkannya tahun 2009¹¹² sebagai tahun Indonesia kreatif oleh presiden SBY yang ditandai dengan penyelenggaraan pameran virus kreatif mencakup 14 sub-sektor industri kreatif dan pameran pangan nusa 2009 mencakup kreativitas industri pangan Indonesia oleh UKM.

Secara serentak dimulai pula pembuatan portal ekonomi kreatif Indonesia, pembuatan data eksportir, importir, para pengusaha, kalangan asosiasi dan para pelaku industri kreatif serta lembaga pendidikan formal/non-formal berikut pembuatan cetak biru "Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025". Dimuat pula rencana pengembangan 14 sub-sektor industri kreatif tahun 2009 - 2015 yang mendukung kebijakan pengembangan ekonomi kreatif tahun 2009 - 2015.

Prioritas pada periode tahun 2009 - 2014 mencakup 7 kelompok industri kreatif, yaitu Arsitektur, Fashion, Kerajinan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Periklanan, Permainan Interaktif serta Riset dan Pengembangan. Tekad pemerintah dipertegas dalam pidato presiden SBY di pembukaaan pameran pekan budaya Indonesia di Jakarta, yang tengah bersiap-siap menyambut era ekonomi kreatif ini, dimana kepala negara menyebutnya sebagai ekonomi gelombang ke-4. Dalam hal ini presiden SBY mungkin terilhami oleh pendapat Alvin Toffler¹¹³ yang dalam teorinya telah melakukan pembagian peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang, yaitu *pertama*, sebagai gelombang ekonomi pertanian. *Kedua*, gelombang ekonomi industri. *Ketiga*, adalah gelombang ekonomi informasi. Setelah itu Toffler memprediksikan

¹¹²Inpres No. 6 Tahun 2009 tentang pelaksanaan pengembangan ekonomi kreatif tahun 2009-2015.

¹¹³Faisal Afif, Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif (Jakarta: Binus University, 2012). h.1

gelombang keempat sebagai gelombang ekonomi kreatif yang lebih berorientasi pada ide atau gagasan kreatif.

Sebagai mana yang kita ketahui bahwa pembangunan bidang industri manufaktur merupakan bagian integral dari pembangunan baik nasional maupun daerah yang harus direncanakan dan dilaksanakan secara terpadu dan berkelanjutan, sehingga pembangunan bidang industri manufaktur dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat. Disamping itu perlu adanya kelanjutan fungsi sumber daya industri manufaktur itu sendiri untuk dapat meningkatkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat Sumatera Utara serta rakyat Indonesia pada umumnya.

Sektor industri manufaktur sebagai salah satu sektor andalan pembangunan nasional terus mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Selain memiliki kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto, juga memiliki peran penting dalam penciptaan lapangan kerja baru yang akan berdampak pada semakin menurunnya angka pengangguran.

Tabel 4.1
Perbandingan Produksi Industri Manufaktur Mikro dan Kecil
Nasional dan Sumatera Utara

IMK	Pertumbuhan (%)		
	Triw IV - 2014 (<i>q to q</i>)	Triw I – 2015 (<i>q to q</i>)	Triw I – 2015 (<i>y-on-y</i>)
Sumatera Utara	4,55	-1,70	-1,44
Nasional	2,39	0,64	5,65

Sumber: BPS, 2016

Pada tahun 2014 pertumbuhan industri manufaktur Sumatera Utara mencapai 4,55 persen sedangkan secara nasional mencapai 2,39 persen. Sementara itu jika dibandingkan pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan kecil pada triwulan I 2015 (*y-on-y*) , maka pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan kecil Sumatera Utara triwulan I 2015 lebih rendah dari nasional, dimana pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan kecil Sumatera Utara turun sebesar 1,44 persen, sementara nasional naik sebesar 5,65 persen. Hal ini mencerminkan kinerja industri manufaktur mikro dan kecil Sumatera Utara lebih rendah jika dibandingkan dengan nasional pada tahun 2015.¹¹⁴ Pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara menurut lapangan usaha juga dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4.2
Laju Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara
Menurut Lapangan Usaha Tahun 2013 - 2015

Lapangan Usaha		Harga Konstan		
		2013	2014	2015
	(1)	(2)	(3)	(4)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	4,71	4,39	5,60
B	Pertambangan dan Penggalian	26,03	5,14	6,40
C	Industri Pengolahan	4,84	2,97	3,52
D	Pengadaan Listrik dan Gas	-3,88	3,21	-1,30
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	5,68	6,04	6,44
F	Konstruksi	7,66	6,79	5,52
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	5,57	6,94	4,36
H	Transportasi dan Pergudangan	7,41	5,71	5,49
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	7,81	6,48	6,95

¹¹⁴Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, Industri Triwulan I 2015 No.32/05/12/Thn. XVIII, Medan, 2015, Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. h. 8.

J	Informasi dan Komunikasi	7,78	7,23	7,11
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	9,59	2,62	7,17
L	Real Estat	6,94	6,59	5,76
M,N	Jasa Perusahaan	6,68	6,76	5,86
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3,34	6,92	5,83
P	Jasa Pendidikan	8,34	6,37	5,03
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	10,82	7,00	6,93
R,S,T,U	Jasa Lainnya	7,45	7,04	6,69
PDRB		6,07	5,23	5,10
PDRB Tanpa Migas		6,07	5,24	5,11

Sumber : BPS Sumut, 2016

Menurut Laporan Badan Pusat Statistik¹¹⁵, perekonomian Sumatera Utara pada tahun 2015 mengalami perlambatan dibandingkan pada tahun sebelumnya, begitu juga dengan tahun 2014. Laju pertumbuhan PDRB Sumatera Utara tahun 2015 mencapai 5,10 %, sedangkan tahun 2014 sebesar 5,23% sementara untuk tahun 2013 mencapai 6,07%. Hal ini disebabkan mayoritas lapangan usaha mengalami perlambatan. Walaupun sebagian besar lapangan usaha mengalami perlambatan tetapi semua lapangan usaha mencatat pertumbuhan yang positif.

B. Analisis Data

1. Hasil Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai mean (rata-rata), standar deviasi, nilai maksimum data, nilai minimum data, dsb. Adapun statistik deskriptif dari data penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.3

¹¹⁵Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. Sumatera Utara Dalam Angka 2016. Katalog BPS No. 1102001.12 (Medan: BPSSUMUT,2016), h.624.

Hasil Statistik Deskriptif

	PDRB Industri Kreatif	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Perusahaan	Jumlah Ekspor	Jumlah Pembiayaan Syari'ah
Mean	5935.35475	23346.7	176.8	1823586	8327.993
Median	5490.416758	23278.68	168.6875	1793750	8294.833
Maximum	8369.450391	25109.13	215.7031	2009939	12574.59
Minimum	3658.564531	21245.41	159.2891	1642881	4418.798
Standar Deviasi	221.9282314	1216.223	16.80523	122305	2415.79
Sample Variance	1970085.596	1479198	282.4158	14958516767	5836039
Kurtosis	-1.259375639	-1.07722	-0.51943	-1.538151134	-1.021
Skewness	0.366648588	-0.20909	0.923569	0.204891164	0.156459
Sum	237414.19	933868	7072	72943433	333119.7
Observasi	40	40	40	40	40

Sumber: Eviews 7 (Data Diolah), 2016

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel PDRB Industri Kreatif memiliki nilai terendah sebesar 3658.564531 dan nilai tertinggi sebesar 8369.450391 dengan nilai rata-ratanya sebesar 5935.35475 dan standar deviasinya atau tingkat sebaran datanya sebesar 221.9282314. Nilai median 5490.416758 dengan nilai mean yang hampir mendekati dengan nilai median maka dapat disimpulkan bahwa data terpusat dan dapat juga dikatakan bahwa nilai PDRB Industri Kreatif semakin meningkat. Dilihat dari nilai *skewness* (kemiringan), yaitu 0.366648588 maka dapat disimpulkan data PDRB Industri kreatif terdistribusi normal. Dilihat dari nilai kurtosis, yaitu -1.259375639 yang lebih kecil nilainya dari 3 maka dapat disimpulkan data PDRB Industri Kreatif memiliki puncak platikurtik.

Untuk Jumlah tenaga kerja memiliki nilai terendah sebesar 21245.41 dan nilai tertinggi sebesar 25109.13 dengan nilai rata-ratanya sebesar 23346.7 dan standar deviasinya atau tingkat sebaran datanya 1216.223. Nilai median 23278.68. Dengan nilai mean yang hampir mendekati dengan nilai median maka dapat disimpulkan bahwa data terpusat dan dapat juga dikatakan bahwa nilai tenaga kerja semakin meningkat. Dilihat dari nilai *skewness* (kemiringan), yaitu -0.20909 maka dapat disimpulkan data tenaga kerja memiliki kemiringan yang condong ke kiri. Dilihat dari nilai kurtosis, yaitu -1.07722 yang lebih kecil nilainya dari 3 maka dapat disimpulkan data tenaga kerja memiliki puncak platikurtik.

Nilai rata-rata jumlah perusahaan adalah sebesar 176.8 dengan nilai maksimumnya 215.7031 nilai minimumnya 159.2891. Dan ditunjukkan juga dengan nilai median, yaitu 168.6875. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai jumlah perusahaan terpusat. Nilai standar deviasinya, yaitu 16.80523. Dilihat dari nilai *skewness* (kemiringan), yaitu 0.923569 maka dapat disimpulkan data jumlah tenaga kerja terdistribusi normal. Dilihat dari nilai kurtosis, yaitu -0.51943 yang lebih kecil nilainya dari 3 maka dapat disimpulkan data jumlah perusahaan memiliki puncak platikurtik.

Nilai rata-rata jumlah ekspor adalah sebesar 1823586 dengan nilai maksimumnya 2009939 dan nilai minimumnya 1642881. Dan ditunjukkan juga dengan nilai median, yaitu 1793750. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai jumlah ekspor terpusat. Nilai standar deviasinya, yaitu 122305. Dilihat dari nilai *skewness* (kemiringan), yaitu 0.204891164 maka dapat disimpulkan data jumlah ekspor terdistribusi normal. Dilihat dari nilai kurtosis, yaitu -1.538151134 lebih kecil dari 3 maka dapat disimpulkan data jumlah ekspor memiliki puncak platikurtik.

Nilai rata-rata jumlah pembiayaan syari'ah adalah sebesar 8327.993 dengan nilai maksimumnya 12574.59 dan nilai minimumnya 4418.798. Dan ditunjukkan juga dengan nilai median, yaitu 8294.833 dan nilai standar deviasinya, yaitu 2415.79. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai jumlah pembiayaan syari'ah terpusat. Dilihat dari nilai *skewness* (kemiringan), yaitu 0.156459 maka dapat disimpulkan data jumlah pembiayaan syari'ah terdistribusi normal. Dilihat dari nilai kurtosis, yaitu -1.021 lebih kecil dari 3 maka dapat disimpulkan data jumlah pembiayaan syari'ah memiliki puncak platikurtik.

C. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan sebagai syarat penggunaan metode regresi. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi tersebut adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi.

Adapun pengujian asumsi klasik yang dilakukan dengan program *eviews 7* pada penelitian ini adalah:

1) Uji Normalitas

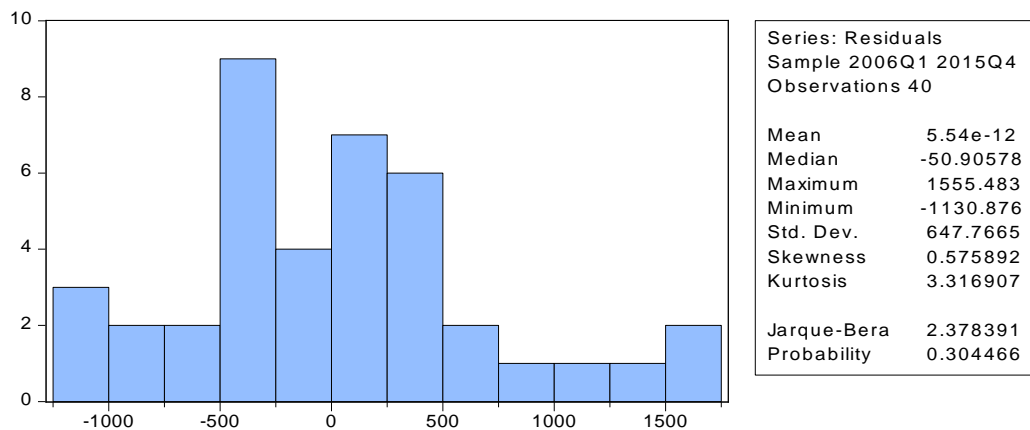
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, error yang dihasilkan mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji Jarque Bera dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a) H_a diterima jika probabilitas $> level\ of\ significant () 5\%$ berarti berdistribusi normal.
- b) H_o diterima jika probabilitas $< level\ of\ significant () 5\%$ berarti tidak berdistribusi normal..

Berdasarkan uji normalitas menggunakan Histogram-Normality dan uji Jaque-Bera yang diolah menggunakan program eviews7 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.1

Histogram – Normality Test



Sumber: Eviews 7 (Data diolah), 2016

Dari grafik histogram di atas dengan melihat nilai probabilitas yang nilainya lebih besar dari tingkat signifikansi = 5% atau $0,304466 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data pada variabel penelitian adalah normal dan H_a diterima atau H_0 ditolak.

2) Uji Mutikolinearitas

Multikolinieritas adalah hubungan yang terjadi diantara variabel-variabel independen atau variabel independen yang satu fungsi dari variabel independen yang lain. Model regresi dikatakan baik jika tidak ada korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independennya. Berdasarkan uji multikolinearitas menggunakan eviews7 maka diperoleh *output regression* sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Multikolinearitas

	TNK	PRSH	EX	PSYRH
TNK	1.000000	0.218908	0.552013	0.394363
PRSH	0.218908	1.000000	-0.488987	-0.385958
EX	0.552013	-0.488987	1.000000	0.776701
PSYRH	0.394363	-0.385958	0.776701	1.000000

Sumber: Eviews 7(Data diolah), 2016

Pada tabel hasil uji multikolinearitas di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi dari variabel bebas lebih kecil dari 0,8. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada data penelitian ini.

3) Uji Autokorelasi

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk pengujian hipotesis pada uji LM ini dapat dilihat sebagai berikut:

- a) H_a : probabilitas Chi-squared $> = 5\%$, berarti tidak ada autokorelasi
- b) H_0 : probabilitas Chi-squared $< = 5\%$, berarti ada autokorelasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji Breusch-Godfrey untuk lebih mudah memutuskan ada atau tidaknya masalah autokorelasi pada penelitian ini. Hasil penelitian yang dilakukan dengan menguji autokorelasi dapat dilihat pada hasil *output regression* dibawah ini:

Tabel 4.5

Hasil Uji *Breusch-Godfrey serial Correlation LM Test*

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:		
F-statistic	20.69940	Prob. F(4,31) 0.0000

Obs*R-squared	29.09308	Prob. Chi-Square(4)	0.0000
---------------	----------	---------------------	--------

Sumber: Eviews 7(Data diolah), 2016

Berdasarkan uji autokorelasi diatas terlihat bahwa probabilitas Chi-Square lebih besar dari tingkat signifikan ($0.0000 > 0,05$), hal ini menandakan bahwa data mengandung masalah autokorelasi. Karena hasil uji Breusch-Godfrey di atas mengandung masalah autokorelasi maka untuk mengatasinya dilakukan estimasi dengan diferensi tingkat satu dengan memasukkan $D(pdrb)$, $D(tnk)$, $D(prsh)$, $D(ex)$, $D(psyrb)$, c. sehingga diperoleh hasil estimasi sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji *Breusch-Godfrey* Menggunakan Estimasi Diferensi Tingkat Satu

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	19.59211	Prob. F(4,30)	0.0000
Obs*R-squared	0.000000	Prob. Chi-Square(4)	1.0000

Sumber: Eviews 7(Data diolah), 2016

Berdasarkan output diatas maka tampak hasil nilai probabilitas Chi-Square adalah 1.000 nilai ini menunjukkan bahwa probabilitas Chi-Square $1.000 > 0,05$ yang mengindikasikan bahwa data tidak mengandung masalah autokorelasi.

4) Uji Heterokedastisitas

Sebagaimana kita ketahui bahwa pengujian heterokedastisitas pada data penelitian dapat dilakukan dengan uji *White Heterokedasticity* yang dilakukan pada program eviews7. Setelah melakukan estimasi maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji *White Heterokedasticity*

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	4.824776	Prob. F(4,35)	0.0033
Obs*R-squared	14.21689	Prob. Chi-Square(4)	0.0066
Scaled explained SS	12.60954	Prob. Chi-Square(4)	0.0133

Sumber: Eviews7 (Data diolah), 2016

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas Chi-Squared $0,0066 < 0,05$. Hal ini menandakan bahwa terdapat masalah heterokedastisitas pada data penelitian. Untuk mengatasinya diambil suatu keputusan bahwa beberapa observasi harus dikurangi menjadi 24 observasi. Kemudian dilakukan estimasi kembali dengan program eviews7 maka dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji *White Heterokedasticity*

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	2.009379	Prob. F(4,19)	0.1340
Obs*R-squared	7.134546	Prob. Chi-Square(4)	0.1289
Scaled explained SS	0.801835	Prob. Chi-Square(4)	0.9382

Sumber: Eviews7 (Data diolah), 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas Chi-Squared $0,1289 > 0,05$. Hal ini memberikan putusan bahwa tidak terdapat masalah heterokedastisitas dalam model regresi.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari analisis regresi berganda ini adalah untuk mengetahui dan memprediksi besar PDRB Industri Kreatif dengan menggunakan data TNK, PRSH, EX, dan PSYRH. Berdasarkan hasil pengolahan data secara ekonometrika dengan menggunakan program evIEWS maka didapat persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: PDRB				
Method: Least Squares				
Date: 09/29/16 Time: 18:29				
Sample: 1 40				
Included observations: 40				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TNK	0.612827	0.146255	4.190115	0.0002
PRSH	69.80900	10.09704	6.913809	0.0000
EX	0.004197	0.002018	2.080018	0.0449
PSYRH	0.242133	0.072183	3.354426	0.0019
C	9607.126	3105.161	3.093922	0.0039
R-squared	0.787014	Mean dependent var		5935.355
Adjusted R-squared	0.762672	S.D. dependent var		1403.597
S.E. of regression	683.7806	Akaike info criterion		16.00962
Sum squared resid	16364455	Schwarz criterion		16.22073
Log likelihood	-315.1924	Hannan-Quinn criter.		16.08595
F-statistic	32.33244	Durbin-Watson stat		0.461127
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: EvIEWS 7(Data diolah), 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\text{PDRB} = 0 + 1 \text{ TNK} + 2 \text{ PRSH} + 3 \text{ EX} + 4 \text{ PSYRH}$$

Dimana:

$$\text{PDRB} = 9607.126 + 0.613\text{TNK} + 69.81 \text{ PRSH} + 0.0042 \text{ EX} + 0.242 \text{ PSYRH}$$

Dari fungsi model di atas dapat dipahami bahwa :

- 1) Nilai konstanta 9607.126 menyatakan jika variabel TNK, PRSH, EX, dan PSYRH adalah tetap, maka nilai PDRB Industri Kreatif adalah Rp. 9607.126 miliar.
- 2) Nilai koefisien TNK 0.613 menyatakan jika TNK meningkat 1 (orang) maka akan meningkatkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 0.613 persen. Sebaliknya, jika TNK berkurang 1 (orang) maka akan menurunkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 0.613 persen. Di sini TNK memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif. Semakin tinggi jumlah TNK menyebabkan naiknya nilai PDRB Industri Kreatif.
- 3) Nilai koefisien PRSH 69.81 menyatakan jika PRSH meningkat 1 unit maka akan meningkatkan nilai PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 69.81 miliar atau meningkatkan nilai PDRB Industri Kreatif sekitar Rp. 698 juta. Sebaliknya, jika PRSH menurun 1 unit maka akan menurunkan nilai PDRB sebesar Rp 69.81 miliar atau menurunkan nilai PDRB Industri Kreatif sekitar Rp. 698 juta. Di sini PRSH memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif.
- 4) Nilai koefisien EX 0.0042 menyatakan jika EX meningkat Rp. 1 miliar, maka akan meningkatkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 4,2 miliar. Sebaliknya, jika EX turun Rp. 1 miliar, maka akan menurunkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 4,2 miliar. Di sini EX memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif.
- 5) Nilai koefisien PSYRH 0.242 menyatakan jika PSYRH meningkat Rp. 1 miliar, maka akan meningkatkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 242 Juta. Sebaliknya, jika ZIS turun Rp. 1 miliar, maka akan menurunkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 242 Juta. Di sini PSYRH memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif. Semakin tinggi nilai PSYRH menyebabkan naiknya nilai PDRB Industri Kreatif.

E. Uji Hipotesis

Untuk menentukan diterima atau ditolak hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji Determinasi, Uji F dan Uji t sebagai berikut :

1) Uji Determinasi

Uji determinasi ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen dalam model yang digunakan. Dalam hal ini variabel bebas adalah TNK, PRSH, EX, dan PSYRH, sedangkan untuk variabel terikat adalah PDRB. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.10

Koefisien Determinasi

R-squared	0.787014
Adjusted R-squared	0.762672

Sumber : Data diolah, 2016.

Karena analisis ini menggunakan variabel lebih dari dua, maka peneliti menggunakan nilai *adjusted R-square* dalam uji determinasi ini. Data *adjusted R square* adalah 0,762 atau 76,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel TNK, PRSH, EX, dan PSRYH dapat menjelaskan PDRB Industri Kreatif 76,2 % sedangkan 23,08 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

2) Uji F-test

Uji *F-test* digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama (simultan) pada variabel TNK, PRSH, EX, dan PSRYH mempengaruhi PDRB Industri Kreatif. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

- 1) H_a diterima jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, atau nilai $p\text{-value}$ pada kolom $\text{sig.} < \text{level of significant} () 5\%$ berarti seluruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.
- 2) H_0 diterima jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, atau nilai $p\text{-value}$ pada kolom $\text{sig.} > \text{level of significant} () 5\%$ berarti seluruh variabel independen tidak secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen

Dari hasil estimasi pada Eviews 7 diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Uji-F

F-statistic	32.33244
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber : Data diolah, 2016.

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat dilihat nilai $F\text{-hitung}$ adalah 32.33244 dengan nilai probabilitas adalah 0,000000. Nilai $F\text{-tabel}$ untuk jumlah observasi sebanyak 40 dengan tingkat signifikansi 5% dan k atau jumlah seluruh variabel baik variabel independen dan dependen adalah 5, maka nilai $(N_1 = k - 1 = 5 - 1 = 4)$, $(N_2 = n - k - 1 = 40 - 5 - 1 = 34)$ adalah 2,65). Sehingga diperoleh bahwa $F\text{-hitung}$ lebih besar dari $F\text{-tabel}$ atau $32.33244 > 2,65$ dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi $() 5\%$ atau $0,000000 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa TNK, PRSH, EX, dan PSRYH secara bersama-sama mempengaruhi PDRB Industri Kreatif kesimpulan H_0 ditolak.

- 3) Uji *t-test*

Uji *t-test* digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh antara variabel TNK, PRSH, EX, dan PSRYH secara individual (parsial) terhadap variabel PDRB Industri Kreatif. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	9607.126	3105.161	3.093922	0.0039
TNK	0.612827	0.146255	4.190115	0.0002
PRSH	69.80900	10.09704	6.913809	0.0000
EX	0.004197	0.002018	2.080018	0.0449
PSYRH	0.242133	0.072183	3.354426	0.0019

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 7 oleh penulis, 2016.

Uji *t-test* digunakan untuk menguji signifikansi setiap variabel independen, yaitu TNK, PRSH, EX, dan PSRYH secara parsial (individual) terhadap variabel dependen, yaitu PDRB Industri Kreatif. Dalam hal ini, dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan t-tabel dengan t hitung. Data di atas diketahui dk (derajat kebebasan) = $40 - 5 - 1 = 34$ dengan taraf kepercayaan = 0,05 maka t-tabel sebesar 2,03224. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

- a. H_a diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau nilai *p-value* pada kolom *sig.<level of significant () 5%* berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- b. H_o diterima jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau nilai *p-value* pada kolom *sig.>level of significant () 5%* berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil estimasi pada tabel sebelumnya maka berikut ini hasil uji t statistik dari masing-masing variabel independen sebagai berikut:

1) Jumlah Tenaga Kerja (TNK)

Hasil pengujian dengan menggunakan program Eviews 7 menunjukkan nilai t-statistik untuk TNK adalah 4.190115 dan probabilitas 0,0002. Sedangkan nilai t-tabel untuk jumlah observasi sebanyak 40 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) = $40 - 5 - 1 = 34$ diperoleh 2,03224. Sehingga diperoleh bahwa t-statistik lebih besar dari t-tabel atau $4.190115 > 2,03224$, dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi () 5% atau $0,0002 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa TNK secara signifikan mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan kesimpulan H_0 ditolak dan menerima H_a . Hal ini menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja memberikan pengaruh nyata terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

2) Jumlah Perusahaan (PRSH)

Hasil pengujian dengan menggunakan program Eviews 7 menunjukkan nilai t-statistik PRSH adalah 6.913809 dan probabilitas 0,0000. Sedangkan nilai t-tabel untuk jumlah observasi sebanyak 40 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) = $40 - 5 - 1 = 34$ diperoleh 2,03224. Sehingga diperoleh bahwa t-statistik lebih besar dari t-tabel atau $6.913809 > 2,03224$, dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi () 5% atau $0,0000 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa PRSH secara signifikan mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan kesimpulan H_0 ditolak dan menerima H_a . Hal ini menyatakan bahwa Jumlah Perusahaan sebagai salah satu variabel yang memberikan pengaruh

nyata terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

3) Jumlah Ekspor (EX)

Hasil pengujian dengan menggunakan program Eviews 7 menunjukkan nilai t statistik EX adalah 2.080018 dan probabilitas 0.0449. Sedangkan nilai t-tabel untuk jumlah observasi sebanyak 40 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $(dk) = 40 - 5 - 1 = 34$ diperoleh 2,03224. Sehingga diperoleh bahwa t-statistik lebih besar dari t-tabel atau $2.080018 > 2,03951$, dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi () 5% atau $0.0449 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa EX secara signifikan mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan kesimpulan H_0 ditolak dan menerima H_a . Hal ini menyatakan bahwa Jumlah Ekspor sebagai salah satu variabel yang memberikan pengaruh nyata terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

4) Jumlah Pembiayaan Syari'ah (PSYRH)

Hasil pengujian dengan menggunakan program Eviews 7 menunjukkan nilai t-statistik PSYRH adalah 3.354426 dan probabilitas 0.0019. Sedangkan nilai t-tabel untuk jumlah observasi sebanyak 40 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $(dk) = 40 - 5 - 1 = 34$ diperoleh 2,03224. Sehingga diperoleh bahwa t-statistik lebih kecil dari t-tabel atau $3.354426 > 2,03224$, dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi () 5% atau $0.0019 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa PSYRH secara signifikan mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan kesimpulan H_0 ditolak dan menerima H_a . Hal ini menyatakan bahwa jumlah pembiayaan syari'ah memberikan pengaruh nyata terhadap PDRB

Industri Kreatif di Sumatera Utara dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

F. Uji Apriori Ekonomik

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa 76,2% variabel TNK, PRSH, EX, dan PSYRH mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara periode 2006 - 2015, sedangkan 23,8 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain.. Sedangkan berdasarkan uji *F-test* ternyata menunjukkan bahwa variabel TNK, PRSH, EX dan PSYRH ini secara bersama-sama mempengaruhi PDRB Industri kreatif di Sumatera Utara.

Pada uji t dalam penelitian ini, ternyata faktor dominan secara positif mempengaruhi PDRB industri kreatif di Sumatera Utara adalah jumlah perusahaan. Meningkatnya jumlah perusahaan maka meningkat pula jumlah tenaga kerja, dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja maka akan meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga hal ini dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

Penyerapan tenaga kerja merupakan jumlah tertentu dari tenaga kerja yang digunakan dalam suatu unit usaha tertentu atau dengan kata lain penyerapan tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang bekerja dalam suatu unit usaha.¹¹⁶ Dalam penyerapan tenaga kerja ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal tersebut antara lain tingkat pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, pengangguran dan tingkat bunga. Dalam dunia usaha tidaklah memungkinkan mempengaruhi kondisi tersebut, maka hanyalah pemerintah yang dapat menangani dan mempengaruhi faktor eksternal.

¹¹⁶Danuar, Dani. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang", dalam *ejournal UNDIP*, vol 2. No.4. 2013. h.20.

Dengan melihat keadaan tersebut maka dalam mengembangkan sektor industri kecil dapat dilakukan dengan menggunakan faktor internal dari industri yang meliputi tingkat upah, produktivitas tenaga kerja, modal, serta pengeluaran tenaga kerja non upah. Pengusaha memperkerjakan seseorang itu untuk membantu memproduksi barang atau jasa yang akan dijual kepada masyarakat. Dengan kata lain, , penambahan permintaan pengusaha terhadap tenaga kerja, tergantung dari penambahan permintaan masyarakat terhadap barang yang akan diproduksinya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan penelitian ini, maka hasil yang didapat adalah :

1. Hasil penelitian secara bersama-sama menunjukkan bahwa sekitar 76,2% variabel TNK, PRSH, EX, dan PSYRH mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara periode 2006 - 2015, sedangkan 23,8 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain.
2. Jumlah Tenaga Kerja (TNK) memberikan pengaruh signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara. Dari hasil estimasi bahwa

koefisien TNK 0.613 menyatakan jika TNK meningkat 1 (orang), maka akan meningkatkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 0.613 miliar. Sebaliknya, jika TNK berkurang 1 (orang), maka akan menurunkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 0.613 miliar. Artinya semakin meningkat TNK maka semakin meningkat PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara.

3. Jumlah Perusahaan (PRSH) memberi pengaruh signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara. Dari hasil estimasi dapat dilihat bahwa koefisien PRSH 69.81 menyatakan jika PRSH meningkat 1 (unit) maka akan meningkatkan nilai PDRB Industri Kreatif sekitar Rp. 698 juta. Begitu juga sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak jumlah perusahaan, maka semakin meningkat PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara.
4. Jumlah Ekspor (EX) memberi pengaruh signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara. Dari hasil estimasi dapat dilihat bahwa koefisien EX 4,2 menyatakan jika EX meningkat Rp. 1 miliar, maka akan meningkatkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 4,2 miliar. Begitu juga sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak Jumlah ekspor, maka semakin meningkat PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara.
5. Jumlah Pembiayaan Syariah (PSYRH) memberi pengaruh signifikan terhadap PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara. Dari hasil estimasi didapat bahwa koefisien PSYRH 0.242 menyatakan jika PSYRH meningkat Rp. 1 miliar, maka akan meningkatkan PDRB Industri Kreatif sebesar Rp. 242 Juta. Begitu juga sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin meningkat PSYRH maka akan semakin meningkat PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara.

B. Saran – Saran

1. Industri Kreatif di Sumatera Utara sesungguhnya masih membutuhkan perhatian dari pemerintah terutama mengenai pengembangan usaha, pelatihan keterampilan, dan pemasaran produk-produk hingga pada kualitas produk industri kreatif yang dihasilkan oleh para pengrajin. Hal ini bertujuan agar para pelaku usaha dapat bersaing dan dapat menghadapi tantangan eksternal yang semakin besar.
2. Pemerintah perlu memberikan penghargaan kepada kaum muda yang mempunyai kreativitas tinggi dalam mengembangkan industri kreatif.

3. Salah satu alat yang dapat membantu para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya adalah dengan memberikan fasilitas bantuan modal. Bantuan modal yang diberikan oleh bank-bank syariah dapat ditawarkan karena bank syariah menggunakan prinsip syariat dalam menjalankan fungsinya sebagai penyedia dana dan keuntungan tidak sepihak.
4. Bagi peneliti berikutnya agar periode penelitian ini dapat diperpanjang dan variabel – variabel yang akan diteliti dapat ditambah dengan yang lebih banyak guna menambah pengetahuan kita pada hal-hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap PDRB Industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Aedy, Hasan. Teori dan Aplikasi Pembangunan Perspektif Islam Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Adriyanto. Irsyad, “Analisis Peran Keterlibatan Kerja Dalam Hubungan Etika Kerja Islam Dan Sikap Terhadap Perubahan,” dalam *Iqtishadia*, Vol 9 No.1. 2016, h. 6.

Akmal Tarigan, Azhari. Teologi Ekonomi Jakarta: RajaGrafindo, 2014

Badan Pusat Statistik. Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi. Katalog BPS No. 9199017 (Jakarta: BPS,2016) pdf.

Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. Sumatera Utara Dalam Angka 2016. Katalog BPS No. 1102001.12 (Medan: BPSSUMUT,2016) pdf.

Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, Produk Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Provinsi Sumatera Utara 2010-2014. Katalog BPS No.9302001.12 (Medan: BPSSUMUT, 2015) pdf.

Badan Pusat Statistik, Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2011-2015, Katalog BPS. No. 9302001 (Jakarta: BPS, 2016) pdf.

Badan Pusat Statistik. Perkembangan Indeks Produksi Industri Manufaktur 2014 - 2016. Katalog BPS No. 6102002 (Jakarta: BPS,2016) pdf.

Berita Resmi Statistik Sumatera Utara. Industri Triwulan I Tahun 2015 No.32/05/12/Thn. XVIII, 4 Mei 2015.

Budi Sasono, Herman. Manajemen Ekspor dan Perdagangan Internasional Yogyakarta: Andi Offset, 2013

Danuar, Dani. “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang”, dalam *ejournal UNDIP*, vol 2. No.4. 2013

Diah Citraresmi Cahyadi, Luh ”Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Industri Kreatif Di Kota Denpasar” Tesis Pascasarjana Fakultas Ekonomi Udayana Bali, 2013

- Elka Pangestu, Maria. Pengembangan Industri Kreatif, Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008
- Emilia, Titan et.al. The Impact Of Cultural-Creative Industries On The Economic Growth – A Quantitative Approach Departement Of Statistics and Econometrics Bucharest, 2008
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah Jakarta: Kencana, 2014
- Faisal Afif, Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif Jakarta: Binus University, 2012
- Faizal Noor, Henry. Ekonomi Publik, Ekonomi Untuk Kesejahteraan Rakyat Jakarta: Indeks, 2015
- Gujarati, Damodar Gujarati. Ekonometrika Dasar, terj. Sumarno Zain Jakarta: Erlangga, 1988
- Gunaryo, et. al., “Rencana pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2009-2015” Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008 pdf.
- Hakim, Rahman “Hubungan Ekspor Impor dan Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Keuangan Perbankan Indonesia Tahun 2000-2011 (Suatu Pendekatan dengan Model Analisis VAR)” Tesis Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UI Jakarta, 2012
- Ismail, Perbankan Syariah Jakarta: Kencana, 2011
- Jhingan, M.L. Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan, terj. D.Guritno Jakarta: RajaGrafindo, 2004
- Jogiyanto, Metodologi Penelitian Bisnis:Salah Kaprah dan Pengalaman - Pengalaman Yogyakarta: BPFE, 2007

- Mankiw, Gregory. *Makroekonomi*. Ahli Bahasa: Fitria Liza, S.E dan Imam Nurmawan, S.E Jakarta: Erlangga, 2006
- Munandar, Aris. “Analisis Produk Domestik Regional Bruto, Inflasi dan Net Ekspor Provinsi di Indonesia”, dalam *Journal Ecoment Global*, Vol 1.No.1, 2016
- Nurjanah, Siti “Analisis Pengembangan Program Industri Kreatif Penerapannya Melalui Pendidikan Tinggi,” dalam *JMA*, vol. XVIII, 2013
- Nur Asiyah, Binti. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah Yogyakarta*: Kalimedia, 2015
- Puspitasari, Henny. “Perencanaan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Menuju Ekonomi Kreatif”, dalam *Jurnal Ilmiah Adm Publik Universitas Brawijaya*, Vol14. No. 1, 2013
- Rahman, Yozi. dan ayunda Lintang Chamelia, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi PDRB Kabupaten/ Kota Jawa Tengah”, dalam *JEJAK Journal of Economics and Policy*, Vol.8.No.1, 2015
- Rakhmawati, Istina. “Dampak Produktivitas Kerja Islami Bagi Kinerja Karyawan”, dalam *Iqtishadia*, Vol 9. No.1. 2016
- Rosadi,Dedi. *Ekonometrika & Analisis Runtun Waktu Terapan dengan Eviews* Yogyakarta: Andi Offset, 2012
- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* Jakarta: RajaGrafindo, 2015
- Saefuddin, AM. *Membumikan Ekonomi Islam* Jakarta: PT PPA Consultants, 2011

- Saksono, Herie. *Creative Economy: New Talents For Regional Competitiveness Triggers* Jakarta: BPP Kementerian dalam Negeri, 2012
- Satriyarini, Ria. “Strategi Diferensiasi Sebagai Alat untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif di Bandung” dalam *Bina Ekonomi* Vol. 20 No.1, 2016
- Satyawidya, Patricia ”Peran Bank Syariah dalam Membantu Berkembangnya Kewirausahaan di Indonesia” Jurnal: UNS Surabaya, 2013
- Setiawan dan Endah Kusriani, *Ekonometrika* Yogyakarta: Andi Offset, 2010
- Setiawan, Iwan. *Agribisnis Kreatif Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau* Jakarta: Penerbit Swadaya, 2012
- Shochrul R. Ajija, Dyah W. Sari, Rahmat H. Setianto, et.al., *Cara Cerdas Menguasai EvIEWS* Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010
- Solachuddin Zulfa, Moh. “Analisis Tentang Manajemen Resiko Dalam Operasional Pembiayaan Murabahah di BMT Amanah,” dalam *Iqtishadia*, Vol7.No.1, 2014
- Suhartati Joesran, Tati dan M. Fathorrazi, *Teori Ekonomi Mikro* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012
- Sukirno, Sadono. *Teori Pengantar Makroekonomi* Jakarta: RajaGrafindo, 2015
- Sukirno, Sadono. *Makroekonomi Modern Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynesian Baru* Jakarta: RajaGrafindo, 2012

- Sumanto, Hubungan Industrial Memahami dan Mengatasi Potensi Konflik Kepentingan Pengusaha-Pekerja pada Era Modal Global Yogyakarta: CAPS, 2014
- Susilo, Andi. Panduan Pintar Ekspor Impor Jakarta: Transmedia Pustaka, 2013
- Suryana, Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Sutedi, Andrian. Hukum Eskpor Impor Jakarta: Penebar Swadaya Group, 2014
- Syafi'I Antonio, Muhammad Bank Syariah dari Teori ke Praktik Jakarta: Gema Insani, 2001
- Syofian Siregar, Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Jakarta: BumiAksara, 2014
- Trijono, Rachmat. Metodologi Penelitian Kuantitatif Depok: Papas Sinar Sinanti, 2015
- Umi Hasanah, Erni dan Danang Sunyoto, Pengantar Ilmu Ekonomi Makro Jakarta: CAPS, 2013
- Waluyo,Minto. Manajemen Psikologi Industri Jakarta: Indeks, 2015
- Zamroni, "Peran Bank Syari'ah dalam Penyaluran Dana Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)", dalam *Iqtishadia*, Vol.6 No. 2, 2013
- UUNo. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan

DATA PENELITIAN

Tahun	PDRB industri kreatif (Miliar)	Jumlah Tenaga Kerja(Orang)	Jumlah perusahaan (Unit)	Jumlah ekspor (Miliar)	Jumlah pembiayaan syari'ah (Miliar)
2006	16659.75	99515	835	6980430	21584.5
2007	17973.75	93769	795	6629469	26545.4
2008	18848.67	92190	771	7364544	34495.9
2009	21050.93	86656	715	6981150	39863.5
2010	20208.5	85527	643	6844631	19354.2

2011	26541.95	90598	672	6847717	27153.9
2012	29283.38	92048	675	7541185	31989.7
2013	23120.47	95586	656	7947434	37473.6
2014	32208.89	98437	655	7850784	45199.7
2015	31517.9	99542	655	7956089	49459.3

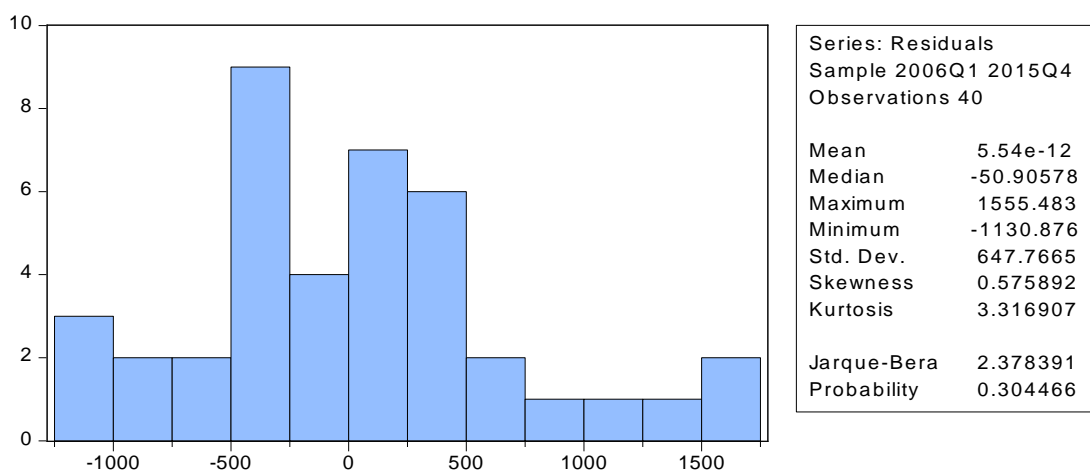
Bulan	PDRB (Miliar)	Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah Perusahaan (Unit)	Jumlah Ekspor (Miliar)	Pembiayaan syari'ah (Miliar)
2006Q1	3658.565	24460.89844	197.515625	1746859	5052.802344
2006Q2	4069.134	24921.66406	207.859375	1751624.875	5258.491406
2006Q3	4370.222	25109.13281	213.921875	1747490.438	5498.969531
2006Q4	4561.829	25023.30469	215.703125	1734455.688	5774.236719
2007Q1	4387.402	23818.16406	201.875	1647846.563	6054.484375
2007Q2	4462.666	23524.14844	199.625	1642880.813	6411.253125
2007Q3	4531.07	23295.24219	197.625	1654884.375	6814.734375
2007Q4	4592.613	23131.44531	195.875	1683857.25	7264.928125
2008Q1	4578.295	23350.02344	196.25	1815912.914	7979.510156
2008Q2	4653.717	23189.53906	194.25	1844379.023	8436.058594

2008Q3	4749.879	22967.25781	191.75	1855369.055	8852.249219
2008Q4	4866.78	22683.17969	188.75	1848883.008	9228.082031
2009Q1	5175.204	22010.74219	184.625	1771587.133	10473.47891
2009Q2	5265.272	21733.69531	180.875	1751482.43	10404.62734
2009Q3	5307.766	21525.47656	176.875	1735235.148	9931.449219
2009Q4	5302.688	21386.08594	172.625	1722845.289	9053.944531
2010Q1	4850.795	21245.40625	163.5546875	1718503.086	5655.476563
2010Q2	4910.266	21271.71875	160.6328125	1712151.977	4815.973438
2010Q3	5081.861	21394.90625	159.2890625	1707982.195	4418.798438
2010Q4	5365.578	21614.96875	159.5234375	1705993.742	4463.951563

Bulan	PDRB (Miliar)	Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah Perusahaan (Unit)	Jumlah Ekspor (Miliar)	Pembiayaan syari'ah (Miliar)
2011Q1	6182.04	22315.53906	166.296875	1684671.891	6173.030469
2010Q4	5365.578	21614.96875	159.5234375	1705993.742	4463.951563
2011Q1	6182.04	22315.53906	166.296875	1684671.891	6173.030469
2011Q2	6521.755	22575.89844	167.703125	1695651.984	6614.200781
2011Q3	6805.345	22779.67969	168.703125	1717419.297	7009.060156
2011Q4	7032.81	22926.88281	169.296875	1749973.828	7357.608594
2012Q1	7411.662	22794.5	169.328125	1831503.117	7518.752344
2012Q2	7443.871	22917.75	169.171875	1870357.07	7831.116406
2012Q3	7336.95	23073.625	168.671875	1904723.227	8153.607031
2012Q4	7090.898	23262.125	167.828125	1934601.586	8486.224219

2013Q1	5762.135	23591.64844	165.078125	1968417.148	8766.698438
2013Q2	5615.255	23802.03906	164.171875	1985949.914	9144.476563
2013Q3	5706.678	24001.69531	163.546875	1995624.883	9557.289063
2013Q4	6036.402	24190.61719	163.203125	1997442.055	10005.13594
2014Q1	7582.191	24410.17188	163.8046875	1963868.07	10711.01328
2014Q2	7997.414	24561.07813	163.7578125	1960982.992	11139.73047
2014Q3	8259.834	24684.70313	163.7265625	1961253.461	11514.28359
2014Q4	8369.45	24781.04688	163.7109375	1964679.477	11834.67266
2015Q1	8326.264	24850.10938	163.7109375	1971261.039	12100.89766
2015Q2	8130.273	24891.89063	163.7265625	1980998.148	12312.95859
2015Q3	7781.48	24906.39063	163.7578125	1993890.805	12470.85547
2015Q4	7279.883	24893.60938	163.8046875	2009939.008	12574.58828

Uji Normalitas Menggunakan Histogram – Normality Test



Hasil Uji Multikolinearitas

	TNK	PRSH	EX	PSYRH
TNK	1.000000	0.218908	0.552013	0.394363
PRSH	0.218908	1.000000	-0.488987	-0.385958
EX	0.552013	-0.488987	1.000000	0.776701
PSYRH	0.394363	-0.385958	0.776701	1.000000

Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan Uji Breusch-Godfrey serial Correlation LM Test

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	20.69940	Prob. F(4,31)	0.0000
Obs*R-squared	29.09308	Prob. Chi-Square(4)	0.0000

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 09/30/16 Time: 20:59

Sample: 2006Q1 2015Q4

Included observations: 40

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PDRB	-1.74E-06	5.39E-06	-0.322559	0.7492
TNK	-1.98E-07	5.13E-06	-0.038503	0.9695
PRSH	1.13E-05	0.000331	0.034093	0.9730
EX	7.44E-10	4.16E-08	0.017896	0.9858
PSYRH	1.40E-06	2.73E-06	0.514461	0.6106
RESID(-1)	1.106765	0.178578	6.197668	0.0000
RESID(-2)	-0.248928	0.263652	-0.944153	0.3524
RESID(-3)	-0.203680	0.263419	-0.773217	0.4453
RESID(-4)	0.099116	0.212686	0.466022	0.6445
R-squared	0.727327	Mean dependent var		0.000952
Adjusted R-squared	0.656960	S.D. dependent var		0.031232
S.E. of regression	0.018292	Akaike info criterion		-4.969570
Sum squared resid	0.010373	Schwarz criterion		-4.589572
Log likelihood	108.3914	Hannan-Quinn criter.		-4.832175
Durbin-Watson stat	2.076149			

Hasil Uji Autokorelasi Breusch-Godfrey Menggunakan Estimasi Diferensi Tingkat Satu

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	19.59211	Prob. F(4,30)	0.0000
Obs*R-squared	0.000000	Prob. Chi-Square(4)	1.0000

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 09/30/16 Time: 21:07

Sample: 2006Q2 2015Q4

Included observations: 39

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(PDRB)	-0.000325	0.000215	-1.515841	NA
D(TNK)	-0.000448	0.000423	-1.059215	0.2980
D(PRSH)	0.115580	0.039325	2.939098	0.0063
D(EX)	-2.26E-06	2.53E-06	-0.893436	0.3787
D(PSYRH)	-0.000189	0.000119	-1.595063	0.1212
RESID(-1)	0.664261	0.156430	4.246366	0.0002
RESID(-2)	0.145815	0.194611	0.749266	0.4595
RESID(-3)	0.101613	0.219110	0.463751	0.6462
RESID(-4)	0.246796	0.179327	1.376233	0.1789
S.E. of regression	0.456125	Akaike info criterion		1.467074
Sum squared resid	6.241496	Schwarz criterion		1.850973
Log likelihood	-19.60794	Hannan-Quinn criter.		1.604813
Durbin-Watson stat	1.085481			

Hasil Uji White Heteroskedasticity

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	4.824776	Prob. F(4,35)	0.0033
Obs*R-squared	14.21689	Prob. Chi-Square(4)	0.0066
Scaled explained SS	12.60954	Prob. Chi-Square(4)	0.0133

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 10/07/16 Time: 12:41

Sample: 2006Q1 2015Q4

Included observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	-2009649.	1177312.	-1.706980	0.0967
TNK^2	-0.002022	0.002531	-0.798836	0.4298
PRSH^2	-4.713016	22.03844	-0.213854	0.8319
EX^2	1.37E-06	4.17E-07	3.287549	0.0023
PSYRH^2	-0.012029	0.003291	-3.654921	0.0008
R-squared	0.355422	Mean dependent var		409111.4
Adjusted R-squared	0.281756	S.D. dependent var		630657.5
S.E. of regression	534477.7	Akaike info criterion		29.33244
Sum squared resid	1.00E+13	Schwarz criterion		29.54355
Log likelihood	-581.6487	Hannan-Quinn criter.		29.40877
F-statistic	4.824776	Durbin-Watson stat		0.706818
Prob(F-statistic)	0.003318			

Hasil Uji White Heterokedasticity Menggunakan 24 Observasi

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	2.009379	Prob. F(4,19)	0.1340
Obs*R-squared	7.134546	Prob. Chi-Square(4)	0.1289
Scaled explained SS	0.801835	Prob. Chi-Square(4)	0.9382

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 10/07/16 Time: 17:07

Sample: 1 24

Included observations: 24

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	53826.44	1119267.	0.048091	0.9621
TNK^2	-0.002855	0.002945	-0.969444	0.3445
PRSH^2	12.60747	37.37079	0.337362	0.7395
EX^2	4.22E-07	1.57E-07	2.690120	0.0145
PSYRH^2	-0.000617	0.003168	-0.194636	0.8477
R-squared	0.297273	Mean dependent var		267081.8
Adjusted R-squared	0.149330	S.D. dependent var		163387.2
S.E. of regression	150694.9	Akaike info criterion		26.86695
Sum squared resid	4.31E+11	Schwarz criterion		27.11238
Log likelihood	-317.4035	Hannan-Quinn criter.		26.93207
F-statistic	2.009379	Durbin-Watson stat		1.879512
Prob(F-statistic)	0.133969			

Hasil Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: PDRB
Method: Least Squares
Date: 09/29/16 Time: 18:29
Sample: 1 40
Included observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TNK	0.612827	0.146255	4.190115	0.0002
PRSH	69.80900	10.09704	6.913809	0.0000
EX	0.004197	0.002018	2.080018	0.0449
PSYRH	0.242133	0.072183	3.354426	0.0019
C	9607.126	3105.161	3.093922	0.0039

R-squared	0.787014	Mean dependent var	5935.355
Adjusted R-squared	0.762672	S.D. dependent var	1403.597
S.E. of regression	683.7806	Akaike info criterion	16.00962
Sum squared resid	16364455	Schwarz criterion	16.22073
Log likelihood	-315.1924	Hannan-Quinn criter.	16.08595
F-statistic	32.33244	Durbin-Watson stat	0.461127
Prob(F-statistic)	0.000000		
