

**Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Dan Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam
(Studi Kasus : Pengrajin Toto Jaya Bingkai Di Kecamatan Medan Area)**

¹Reni Hermila Hasibuan, ²Muhammad Arif, ³Atika

¹Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, renihermila@gmail.com

²Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, muhammadarif@uinsu.ac.id

³Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, atika@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to (1) determine the role of the creative economy in increasing the income of Toto Jaya Frame craftsmen (2) determine the role of the creative economy in increasing business development for Toto Jaya Frame craftsmen (3) determine the role of the creative economy in increasing the income of craftsmen and business development of Toto Jaya Frame according to the perspective of Islamic economics. The method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. The data obtained in this study are in the form of primary data and secondary data. The data collection techniques used are through interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that: (1) after the existence of Toto Jaya Frames in Kotamatsum II Village, Medan Area Regency, it can be seen that as many as 6 craftsmen have experienced an increase in income in 2020-2021 and already have a steady income (2) Toto Jaya Frames can also provide a role in an effort to develop the Toto Jaya Frame craftsman business by implementing several efforts/strategies, namely production, price, location and distribution, and promotion. From the several strategies that have been implemented, it is expected to be able to increase production levels and increase the income of craftsmen. (3) As well as in managing their business, Toto Jaya Frame craftsmen have also applied the principles of Islamic Economics such as the principle of divinity/monotheism, the principle of justice, the principle of responsibility and the principle of truth so that it does not harm either party.

Keywords: *The Role of Creative Economy, Income, Business Development, Islamic Economic Perspective.*

Pendahuluan

Saat ini, UMKM diwarnai dengan gelombang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakan oleh industri kreatif dengan mengutamakan peran kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh pelaku usaha, yakni seorang yang mampu bersaing dalam kondisi apapun. sektor industri kreatif diharapkan mampu bertahan ketika sektor lain dilanda berbagai krisis keuangan global. kreativitas tidak dapat terpisahkan dengan ekonomi kreatif (Suryana, 2013).

Kondisi alam yang kaya dan seluruh isinya menyimpan banyak potensi dan peluang untuk membangun Indonesia agar lebih baik. Oleh karena itu, pentingnya kebijakan pemerintah terhadap potensi setiap daerah dalam mengurangi permasalahan kemiskinan dan kesenjangan dimasyarakat. Kemiskinan masih sangat sulit untuk diatasi di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Masalah lain yang muncul seperti kesenjangan sosial, ketimpangan pendapat, dan lainnya yang memunculkan

sekat-sekat antara golongan yang tidak dapat dihindarkan. Banyak keluarga yang kurang mampu telah berjuang dengan keras untuk dapat menyetarakan kehidupan ekonominya, tetapi masih banyak yang belum berhasil (Nuryadhyn, 2020).

Tidak mudah untuk mencari lapangan pekerjaan pada saat ini, karna tingginya standar untuk mendapatkan pekerjaan membuat manusia yang tidak mempunyai keterampilan khusus semakin terjebak di ranah kemiskinan. Bahkan sebagian dari mereka kebanyakan ditolak saat ingin melamar pekerjaan di suatu tempat karena tidak adanya keterampilan yang dimiliki.

Pengembangan ekonomi kreatif telah berkembang menjadi sebuah fenomena dalam menghadapi perkembangan dan tantangan globalisasi. Faktor teknologi informasi membuat perkembangan ekonomi kreatif menjadi lebih cepat, sehingga ekonomi kreatif menjadi sebuah jawaban atas tantangan dalam mensejahterakan masyarakat selain itu juga ekonomi kreatif dapat menurunkan tingkat pengangguran. Ekonomi kreatif akan memberikan nilai tambah baik pada proses produksi maupun kepada sumber daya manusia sehingga sistem ekonomi kreatif diyakini akan menjawab tantangan dari berbagai permasalahan yang ada saat ini (Azizah, 2017).

Kegiatan ekonomi kreatif merupakan salah satu upaya peningkatan pendapatan rumah tangga dengan cara halal. Islam adalah agama yang sempurna, sehingga dalam kegiatan berekonomi Islam juga telah memiliki aturan tersendiri. Di dalam Islam, setiap orang diwajibkan untuk bekerja yang mana pekerjaan tersebut dapat bermanfaat untuk memenuhi hajat hidup dan taraf hidup manusia sehingga hidupnya sejahtera. Islam juga mengajarkan umatnya untuk berproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, perikanan, perindustrian, dan perdagangan. Bekerja dalam pandangan Islam bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu perhatian cara dan proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil.

Wirausahawan/pengrajin adalah seorang inovator, sebagai individu yang mempunyai naluri untuk melihat peluang-peluang, mempunyai semangat, kemampuan dan pikiran yang menaklukkan cara berpikir lamban dan malas. Banyak wirausaha/pengrajin yang mengembangkan usahanya dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk membuat produknya menjadi lebih menarik dan banyak diminati oleh konsumen. Semakin pengrajin tersebut meningkatkan kreativitas dan inovasinya untuk membuat produknya lebih menarik, maka konsumen juga akan lebih mempertimbangkan dan membandingkan produknya dengan tempat lain sehingga akan meningkatkan pendapatan bagi wirausaha/pengrajin tersebut.

Toto Jaya Bingkai merupakan salah satu UKM di kota Medan yang bergerak dibidang industri kreatif yang memproduksi pigura (bingkai) yang beralamat di Jl. Ismailiyah No. 42 D, Kel. Kotamatum II, Kec. Medan Area, Kota Medan. Toto Jaya Bingkai ini telah berdiri sejak tahun 2005 yang didirikan oleh bapak Toto. Dengan adanya Toto Jaya Bingkai ini telah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat untuk memberikan kesempatan bekerja bagi masyarakat setempat seperti anak-anak muda yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan. Produk yang dihasilkan bapak Toto pertama kali adalah bingkai foto yang terbuat dari bahan dasar kayu. Toto Jaya Bingkai ini memproduksi barang mencapai 500-800 produk pigura setiap bulannya.

Tabel 1. Data Produksi Barang di Toto Jaya Bingkai

Tahun	Jumlah Barang
2017-2018	3.600 Barang
2018-2019	3.300 Barang
2019-2020	3.000 Barang
2020-2021	4. 800 Barang

Sumber: Laporan Produksi pada Toto Jaya Bingkai

Tabel diatas menjelaskan bahwa jumlah produksi barang pada Toto Jaya Bingkai tiap tahunnya meningkat. Namun pada tahun 2018-2019 dan 2019-2020 jumlah barang yang diproduksi mengalami penurunan, hal tersebut dikarenakan banyaknya jumlah cacat barang dan yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Disimpulkan bahwa keinginan pelanggan selalu berubah – ubah sesuai tren yang berubah setiap tahunnya. Keinginan pelanggan yang berubah-ubah mengakibatkan produk pigura Toto Jaya Bingkai kurang diminati dari segi bentuk, warna, ukuran dan motifnya (Pengrajin Toto Jaya, 2022).

Permasalahan yang terjadi pada Toto Jaya Bingkai ini yaitu dalam produksi pembuatan bingkai kreativitas pengrajin masih kurang pada desain produk baik itu dari bentuk, ukuran serta motifnya. hal itu menghasilkan produk bingkai memiliki desain yang masih biasa. Dalam permasalahan tersebut mengakibatkan jumlah produksi berkurang dan dengan demikian jumlah pendapatan pada Toto Jaya Bingkai akan mengalami penurunan. Selain itu para pengrajin harus mempunyai kreativitas dan inovasi baru untuk mengembangkan usaha Toto Jaya Bingkai tersebut agar bisa bersaing dengan jenis usaha lainnya. Kreativitas dari produk yang dihasilkan tersebut berpengaruh dengan pendapatan yang diperoleh para pengrajin yang ada di Toto Jaya Bingkai. Disini peran ekonomi kreatif sangat perlu di kembangkan karena semakin dikembangkannya ekonomi kreatif maka tentunya akan meningkatkan pendapatan usaha para pengrajin tersebut. Karena bingkai yang menggunakan ekonomi kreatif seperti ukiran tentu harganya akan semakin tinggi dibanding dengan yang tanpa ukiran sehingga pendapatan usaha dari bingkai tersebut akan meningkat.

Landasan Teori

Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif secara konsep pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 dalam bukunya *Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Proses penciptaan nilai tambah berdasarkan kreativitas, budaya, dan lingkungan inilah yang memberikan nilai tambah pada suatu perekonomian (Firdausy, 2017).

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Dalam konteks ekonomi, kreativitas menunjukkan suatu formulasi ide-ide baru dan menerapkan ide-ide tersebut untuk menghasilkan pekerjaan-pekerjaan yang berasal dari produk-produk seni dan budaya, kreasi-kreasi yang berfungsi, penemuan ilmu pengetahuan, dan penerapan teknologi (Suryana, 2013).

Ekonomi kreatif lahir dari kreativitas masyarakat, dimana mampu membangun keterampilan sebagai modal utama untuk menciptakan barang dan jasa agar memiliki nilai ekonomi. Keterampilan masyarakat didukung dengan karakteristik budaya,

sumber daya alam, bahkan geografis sebagai ciri khas dari negara (tempat tinggal) masyarakat tersebut (Muis, 2019).

Ada 16 sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan yaitu aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain produk, fashion, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukan, film animasi dan video, fotografi, kriya kuliner, music, penerbitan, periklanan, seni rupa, televisi dan radio.

Menurut UNCTAD dan UNDP dalam *summary creative economics report*, secara potensial ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan: pertama, Pendapatan (*incoming generation*) kedua, Menciptakan lapangan kerja (*job creation*) Ketiga, Menambah kekayaan intelektual (*intellectual property*) (Suryana, 2013).

Rochmat Aldy Purnomo dalam jurnalnya menuliskan terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain Kreativitas (*Creativity*), Inovasi (*Innovation*) dan Penemuan (*Invention*)

1. (*Creativity*)

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.

2. Inovasi (*Innovation*)

Inovasi 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. Inovasi merupakan sebuah semua hal baru yang berangkat dari ilmu pengetahuan, serta dapat memberikan manfaat dalam kehidupan manusia. Ilmu pengetahuan sangat dibutuhkan dalam pengembangan inovasi.

3. Penemuan (*Invention*)

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 berbasis android dan IOS juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari (Purnomo, 2016).

Tujuan ekonomi kreatif adalah meningkatkan kualitas hidup, dan menciptakan nilai tambah. Ekonomi kreatif dalam sumber daya yang ada akan sangat membantu masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada dalam meningkatkan pendapatan atau kesenjangan hidup. Berdasarkan teori diatas, peneliti memahami bahwa ekonomi kreatif adalah pengembangan konsep berdasarkan modal kreatifitas atau ide dari pemikiran untuk dapat menginovasi atau menciptakan suatu hal yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Menurut Deny Dwi Hartomo dan Malik Cahyadin, indikator keberlangsungan ekonomi kreatif pada industri kreatif sebagai berikut: (Rohmah, 2017).

Produksi, adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Secara teknis, produksi adalah proses

mentransformasikan input menjadi output. Produksi merupakan penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kemaslahatan masyarakat. Produk adalah inti dalam sebuah bisnis, karena semakin bagus produk yang kita tawarkan maka akan semakin banyak konsumen yang menginginkannya (Arif, 2015).

Pasar dan pemasaran, adalah proses mendistribusikan barang atau jasa kepada para konsumen untuk memenuhi kepuasan para pelanggan. Pemasaran berguna untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan (Innayah & Atika, 2022).

Manajemen dan keuangan, Menurut Ricky W. Giffin, Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien (Harahap, 2016). Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan *profit* atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Kebijakan pemerintah, pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Sebagai sebuah kesatuan politik atau aparat/ alat negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan menggunakan otoritas/kekuasaan. Dengan ini, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang diwilayah tertentu.

Kondisi ekonomi, pembangunan ekonomi daerah pada masa yang akan datang harus berbeda dari wujud perekonomian daerah sebelum terjadinya krisis. Wujud perekonomian yang akan datang hendaknya dibangun lebih adil dan merata, mencerminkan peningkatan peran daerah dan pemberdayaan seluruh rakyat, berdaya saing dengan basis efisiensi serta menjamin keberlanjutan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan hidup.

Kondisi lingkungan, perusahaan didirikan dengan harapan untuk bertumbuh secara berkelanjutan (*sustainable growth*). Agar terus bertumbuh, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk hidup. Kemampuan ini dapat dilihat dari kemampuan sosial perusahaan, seperti kemampuan perusahaan untuk mengendalikan dampak lingkungan menggunakan tenaga kerja dan lingkungan disekitar lokasi pabrik, aktif melakukan kegiatan sosial, memberikan perhatian padapeningkatan kepuasan konsumen dan memberikan pertumbuhan laba yang layak bagi investor.

Kemitraan usaha, kemitraan menurut undang-undang nomor 9 tahun 1995 dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Ini merupakan suatu landasan pengembangan usaha. Kemitraan juga didefinisikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan (Tutut Adi Kusumadewi, Imam Hanafi, 2013).

Konsep Pendapatan

Raharja dan Manurung menyebutkan bahwa pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Dalam bentuk bukan uang yang diterima oleh seseorang misalnya

berupa barang, tunjangan beras, dan sebagainya. Penerimaan yang diterima tersebut berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan dalam kegiatan usaha (Manurung, 2010).

Pendapatan masyarakat didefinisikan sebagai uang yang diterima oleh masyarakat dalam bentuk gaji atau pembayaran dari hasil perusahaan atau pendapatan yang diperoleh individu atau kelompok keluarga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari suatu perusahaan sampingan adalah uang yang diperoleh dari sumber-sumber di luar dari kegiatan atau pekerjaan utama seseorang. Pendapatan sampingan langsung dapat dimanfaatkan untuk menambah atau mendukung pendapatan utama (Imsar, 2018).

Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Selain itu pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan. Semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam meningkatkan pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas sehingga pendapatan turut meningkat. Usaha meningkatkan pendapatan masyarakat dapat dilakukan dengan pemberantasan kemiskinan yaitu membina kelompok masyarakat dapat dikembangkan dengan pemenuhan modal kerja, ketepatan dalam penggunaan modal kerja diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan usaha sesuai dengan yang diharapkan sehingga upaya peningkatan pendapatan masyarakat dapat terwujud dengan optimal.

Karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik yaitu: Jika bertambah saldonya, harus dicatat disisi kredit. Setiap pencatatan di sisi kredit berarti akan menambah saldo pendapatan tersebut. Jika berkurang saldonya harus dicatat di sisi debet. Setiap pencatatan di sisi debet berarti akan mengurangi saldo pendapatan tersebut.

Pendapatan terdiri dari dua jenis diantaranya yaitu: Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok (usaha utama) perusahaan dan Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari luar usaha pokok (usaha sampingan) perusahaan (Kasmir, 2012).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan adalah sebagai berikut: kondisi dan kemampuan penjualan, kondisi pasar, modal dan kondisi operasional perusahaan (Mulyadi, 2010).

Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari: (Nursandy, 2013) Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan, Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain, Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Konsep Pengembangan Usaha

Usaha adalah kegiatan yang dilakukan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu Negara (Imsar, 2018).

Sehubungan dengan perkembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, atau pembuatan. Pengembangan usaha

merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan merupakan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha (Afifah, dkk, 2015).

Terdapat Faktor penyebab kegagalan sector usaha kecil untuk perkembangan diantaranya: lemahnya kemampuan dalam mengambil keputusan, ketidak mampuan didalam manajemen, kurangnya pengalaman dan lemahnya pengawasan keuangan.

Terdapat beberapa upaya/strategi pengembangan usaha diantaranya sebagai berikut:

1. Produk, produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konsumen, karena konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan, akan tetapi juga bertujuan untuk memuaskan keinginan (Buchari Alma, 2016).
2. Harga, harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Jika salah menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan.
3. Lokasi dan distribusi, Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Untuk mendorong penjualan melalui saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan diskon khusus, bonus dan periklanan.
4. Lokasi (*place*) adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dimana lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada pelanggan).
5. Promosi, Promosi adalah sejenis komunikasi yang member penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa, yakni: periklanan (*Adversiting*) dan penjualan pribadi (*personal selling*) (Buchari Alma, 2016).

Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Prof. Dr. Zainuddin Ali, ekonomi syariah adalah kumpulan norma hukum yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadis yang mengatur perekonomian umat manusia. Menurut Dr. Mardani ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang bersumber dari al Qur'an dan as-Sunnah/al-Hadis (Mardani, 2011).

Menurut Abdul Mu'in al-jamal ekonomi islam adalah kumpulan dasar-dasar ilmu yang berkaitan dengan ekonomi yang bersumber dari Al-Quran dan hadist. Definisi ini hampir sama dengan pendapat syaikh Muhammad Abdul Mannan yaitu *islamic economic is a social sciens with studies the economic problems of a people imbued with the values of islami* maksudnya ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang di dasari oleh nilai-nilai islam.

Hakikat ekonomi islam itu merupakan menerapkan hukum syariat dalam aktivitas perekonomian. Pengertian ini begitu tepat dipakai dalam menganalisis persoalan-persoalan aktivitas ekonomi di tengah kehidupan masyarakat. Misalnya perilaku konsumsi masyarakat dalam berkonsumsi yang diatur dalam syariat islam, kebijakan fiskal dan moneter islam dan hubungannya dengan membayar zakat, kredit dalam islam, dan juga investasi yang berhubungan dengan pelarangan riba (Rekha, 2021).

Menurut Abdul Manan, landasan ekonomi Islam didasarkan pada tiga konsep fundamental yaitu, keimanan kepada Allah (Tauhid), kepemimpinan (Khilafah), dan keadilan (Adalah), prinsip-prinsip ekonomi islam adalah sebagai berikut: (Rusby, 2017).

Prinsip ketuhanan/ Tauhid, pada prinsip ini seluruh kegiatan ekonomi yang dilakukan harus di sandarkan tanggung jawab penuh kepada Allah karena kegiatan ekonomi dalam islam juga merupakan suatu perintah ibadah. Dalam aktivitas ekonomi tidak sepenuhnya mengutamakan nilai ekonomi tetapi juga harus di iringi dengan niat tanggung jawab dan pengakuan terhadap keesaan Allah. Jikalau prinsip ini sudah di praktekkan, maka kecurangan dalam perekonomian akan berkurang karena setiap individu sudah memiliki prinsip tauhid yang kuat dalam hati.

Prinsip Khalifah, untuk memakmurkan bumi dan alam semesta merupakan tugas seorang khalifah. Manusia diposisikan sebagai pengganti Allah di bumi untuk memakmurkan dan tidak hanya untuk mengeksplorasi kekayaan dan memanfaatkannya saja. Setiap khalifah kelak akan dimintai pertanggungjawaban untuk amanah yang diberikan kepadanya. Masyarakat yang memiliki usaha menjadi panutan/ccontoh yang baik bagi pekerjaanya dengan tidak melakukan perusakan terhadap lingkungan yang ada disekitar mereka (Isnaini Harahap, Zuhrial M Nawawi, 2022).

Prinsip keadilan, penerapan adil dalam perekonomian seperti setiap individu harus menyadari bahwa dalam berekonomi tidak boleh mengedepankan kepentingan pribadi jikalau hal tersebut dapat merugikan orang lain dan tidak memperdulikan keadaan lingkungan sekitar. Tanpa keadilan, manusia akan terkelompok-kelompok dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain sehingga menjadi eksploitasi manusia atas kelompok dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain sehingga menjadi eksploitasi manusia atas manusia (Buchari, 2013).

Secara umum, prinsip-prinsip ekonomi islam berbeda dengan ekonomi lainnya. Dalam ekonomi islam tidak hanya menutamakan keuntungan atau pendapatan semata tetapi juga harus mencapai falah dan ridho dari Allah SWT. Arti *falah* (kebahagiaan) yaitu mencakup keseluruhan aspek kehidupan manusia, yang meliputi aspek spiritualitas, moralitas, ekonomi, sosial, budaya, serta politik baik yang dicapai di dunia maupun di akhirat. Sedangkan tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan syari'at Islam itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, melalui suatu tataan kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*). Inilah kebahagiaan akhir yang di nanti-nantikan oleh setiap insan yang beriman kepada Allah, dunia hanyalah panggung sandiwara, tidak ada yang kekal semuanya adalah fana, kebahagiaan didunia kalau tidak kita sandarkan kepada Allah maka sering kali pada akhirnya berujung dengan penderitaan dan kesengsaraan (Rekha, 2021).

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang berupaya menganalisis kehidupan sosial seseorang atau jenis penelitian yang berbasis historis (Sudaryono, 2018).

Creswell mendefinisikan metode kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2013).

Teknik analisis data dengan deskriptif dapat diartikan sebagai teknik analisis yang digunakan dalam mendeskripsikan keseluruhan data yang terkumpul tanpa bermaksud mengeneralisasikan hasil penelitian (Rahmani, 2016).

Penelitian ini dilaksanakan di Toto Jaya Bingkai Medan yang beralamat di Jl. Ismailiyah No. 42 D, Kec. Medan Area, Kota Medan. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik, pengrajin/pekerja Toto Jaya Bingkai Medan, pihak desa terkait seperti Lurah. Objek dalam penelitian ini adalah ekonomi kreatif di bidang pigura pada Toto Jaya Bingkai Medan. Sumber data dalam penelitian ini ada dua macam yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun yang menjadi teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut: observasi (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi. Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*). Serta bentuk pengujian keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu triangulasi dengan sumber dan triangulasi dengan metode.

Hasil Dan Pembahasan

Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin

Pendapatan pengrajin Toto Jaya Bingkai pada tahun 2020-2021 sebagai berikut:

Tabel 2. Pendapatan Pengrajin Tahun 2020-2021

No	Nama Pengrajin	Pendapatan Tahun 2020 (Rp)	Pendapatan Tahun 2021 (Rp)
1	Eno (Bagian Penyediaan Barang)	2.000.000	2.400.000
2	Angga (Bagian Penyediaan Barang)	800.000	1.200.000
3	Sopian (Bagian Pemotongan)	2.000.000	2.600.000
4	Kuseri (Bagian Pemotongan)	2.400.000	2.800.000
5	Surya (Bagian Pemasangan)	1.920.000	2.200.000
6	Dewi (Bagian Administrasi dan Pengiriman Barang)	2.600.000	3.200.000

Sumber: Laporan Data Pendapatan Para Pengrajin (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan dari 6 orang pengrajin di Toto Jaya Bingkai yang mana pendapatannya lebih tinggi daripada peningkatan di tahun sebelumnya.

Dari segi pemasarannya sendiri, para pengrajin tidak hanya memasarkan produknya dari rumah/toko, namun dengan sosial media. hal ini sangat mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh para pengrajin, karena terlihat dari peningkatan pendapatan per bulan yang terjadi kepada para pengrajin. Dilihat dari pemerintah desanya, peneliti menyimpulkan bahwa pemerintah desa di Kelurahan Kotamatsum II, Kec. Medan Area masih tergolong sangat jarang dilakukan pelatihan dan tidak merata. Dengan diadakannya pelatihan yang rutin dan merata diharapkan agar para pengrajin menjadi lebih giat lagi dalam menambah kreativitas dan skill yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pengrajin.

Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pengembangan Usaha (Pengrajin)

Dari hasil wawancara serta observasi di lapangan dengan melihat dan merasakan langsung energi semangat dan daya juang para pengrajin Toto Jaya Bingkai dalam upaya mengembangkan usaha ekonomi kreatif khususnya pada bidang yang mereka tekuni yaitu kriya (kerajinan) pembuatan bingkai.

Dari penyajian upaya/strategi perkembangan usaha yaitu:

1. Produk

Pengrajin Toto Jaya Bingkai dalam mengembangkan usahanya adalah dengan mengutamakan faktor produk. "salah satu strategi produksi yang kami lakukan kami lakukan dalam megembangan Toto Jaya Bigkai ini yaitu dengan cara menambah varian produk, yang awalnya hanya menjual bigkai foto saja dan sekarang kami mampu menjual kaligrafi, bingkai mahar, bingkai hantaran, bingkai lukisan, kaca, dan lain-lain. Selain itu, kami juga berusaha untuk menyajikan produk sebaik baik mungkin dan menjaga kualitas produk sebaik mungkin". (Wawancara Sopian, 2022)

2. Harga

Dalam menjalankan usaha ini, pengrajin Toto Jaya Bingkai dalam sistem penjualannya setiap produk memiliki harga yang berbeda-beda. Harga masing-masing produk ditentukan dari jenis ukuran dan bahan dasar yang digunakan, misalnya seperti jenis kaligrafi mulai dari harga 60.000 - 1.5000, bingkai mahar dari harga 30.000 - 200.000, bingkai hantaran 150.000 - 700.000 dan lain-lain" , dengan sistem penentuan harga seperti ini dengan melihat kualitas produksi barang yang baik, Insya Allah konsumen akan lebih bertambah dan jumlah produksi akan semakin meningkat(Wawancara : Surya, 2022).

3. Lokasi dan Distribusi

Pengrajin Toto Jaya Bingkai ini, memiliki lokasi yang strategis dipinggir jalan sehingga para konsumen/pelanggan dengan mudah untuk mencari lokasi dan melakukan pembelian, bisa dengan datang langsung ke lokasi dan Toto Jaya Bingkai juga dengan cara pesanan, dan akan dikirim. Toto Jaya sudah didistribusikan sampai luar daerah, seperti tebing tinggi, batubara, aceh, dan rantau prapat (Wawancara : Kuseri, 2022)

4. Promosi

Promosi produk Pengrajin Toto Jaya Bingkai ini dulunya dengan memajang produk hasil olahan di depan rumah dan bahkan langsung membawanya ke pasar, namun dengan berkembangnya zaman dan teknologi semakin canggih,

kini promosi penjualan telah pindah ke sosial media, seperti via whatsapp, telpon, dan google map, dengan itu memudahkan para konsumen untuk melihat dan menilai serta apabila konsumen tertarik dengan produk kita, bisa dengan memsannya lewat aplikasi. Dengan itu penjualan akan meningkat dan makin bertambah dengan menggunakan sistem penjualan online (Wawancara : Kuseri, 2022).

Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin dan Pengembangan usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam menjalankan usaha ini, para pengrajin Toto Jaya Bingkai juga orientasinya tidak hanya mencari keuntungan duniawi saja tetapi tidak lepas dalam mencari keridhaan Allah SWT, pengrajin Toto Jaya Bingkai telah menjalankan beberapa prinsip ekonomi Islam, diantaranya:

1. Prinsip Ketuhanan/ Tauhid

Pada prinsip ini seluruh kegiatan ekonomi yang dilakukan harus di sandarkan tanggung jawab penuh kepada Allah karena kegiatan ekonomi dalam islam juga merupakan suatu perintah ibadah. Dalam aktivitas ekonomi tidak sepenuhnya mengutamakan nilai ekonomi tetapi juga harus di iringi dengan niat tanggung jawab dan pengakuan terhadap keesaan Allah. Seperti halnya wawancara dengan salah satu pengrajin Toto Jaya Bingkai "setiap masuk waktu sholat, kami diperintahkan untuk menjeda pekerjaan agar melakukan ibadah sholat kemudian setelah selesai baru melanjutkan pekerjaan masing-masing". (Wawancara: Sopian, 2022).

2. Prinsip Keadilan

Penerapan adil dalam perekonomian seperti setiap individu harus menyadari bahwa dalam berekonomi tidak boleh mengedepankan kepentingan pribadi jikalau hal tersebut dapat merugikan orang lain dan tidak memperdulikan keadaan lingkungan sekitar. Islam begitu menganjurkan agar dalam kegiatan apapun selalu berlaku adil meskipun kepada orang yang tidak disukai. Kondisi yang adil membuat kesepakatan saling suka sama suka diantara penjual dan pembeli. Seperti yang dikatakan oleh pengrajin bernama bapak Eno "apa yang di inginkan pembeli kita usahakan, seperti bagaimana ukuran yang diinginkan maupun modelnya". (Wawancara: Eno, 2022) Keterangan dari hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari pengrajin lain bernama Dewi, "kalau untuk harga produk kita memberi harga yang sama untuk semua pembeli, tidak ada kita membedakan, walaupun masih ada hubungan keluarga, teman harganya masi tetap kita samakan". (Wawancara: Dewi). Pengrajin lain bernama Surya " Jika terjadi barang cacat/rusak dari Toto Jaya Bingkai ini, boleh dan harus dikembalikan lagi oleh konsumen agar dapat penggantinya". (Wawancara: Surya, 2022).

3. Prinsip Tanggung Jawab

Agar terwujudnya aspek kesatuan serta keadilan, untuk itu diharuskan kepada setiap individu/kelompok bertanggung jawab atas setiap tindak-tanduknya, aspek ini juga memiliki keterkaitan dengan kebebasan, setiap kali kehendak bebas dilakukan harus dapat dipertanggungjawabkan. Saat menjalankan usahanya, para pengrajin Toto Jaya Bingkai bertanggungjawab atas segala barang yang cacat atau adanya kerusakan yang diterima konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Dewi " Jika ada cacat atau kerusakan barang pada saat barang tersebut diterima oleh konsumen maka konsumen berhak memulangkan

barang yang cacat/rusak tersebut untuk mendapatkan penggantinya dengan barang dan harga yang sama dengan ketentuan selama barang tersebut baru dibeli dan belum ada digunakan.

4. Prinsip Kebenaran

Kebenaran tidak hanya bermakna kebenaran semata namun diikuti dengan komponen kebajikan serta kejujuran, jika dalam kegiatan bisnis mulai dari cara bertransaksi/akad, cara menemukan produk hingga cara memperoleh untung. Dalam usaha bingkai ini para pengrajin memberikan informasi sedetail-detailnya tentang produk yang pengrajin jual tanpa ada yang ditutup-tutupi mengenai kualitas, jika produknya baik maka pengrajin mengatakan baik begitu juga sebaliknya. Dengan menerapkan prinsip kebenaran ini maka akan memunculkan tali persaudaraan antar pihak ehingga terjadilah kondisi saling menguntungkan antara kedua belah pihak yang bertransaksi.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Menurut temuan penelitian, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Toto Jaya Bingkai di Kelurahan Kotamatsum II Kecamatan Medan Area memiliki peran dalam meningkatkan pendapatan pengrajin, dari sebanyak 6 orang pengrajin sebagai informan semuanya mengalami peningkatan pendapatan di tahun 2020-2021 dibandingkan tahun sebelumnya, dan saat ini para pengrajin tersebut sudah memiliki penghasilan tetap. Toto Jaya Bingkai juga dapat memberikan peranan dalam upaya pengembangan usaha pengrajin Toto Jaya Bingkai dengan menerapkan beberapa strategi yaitu produksi, harga, lokasi serta distribusi, dan promosi. Dari beberapa strategi yang telah diterapkan diharapkan mampu untuk meningkatkan tingkat produksi bertambah dan meningkatkan pendapatan pengrajin. Toto Jaya Bingkai juga dapat berperan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (pengrajin) dan telah menjalankan usahanya berpedoman sesuai prinsip ekonomi Islam, seperti prinsip ketuhanan/tauhid, prinsip keadilan, prinsip tanggungjawab dan prinsip kebenaran sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

Saran

Dari hasil uraian penelitian diatas, adapun saran dari peneliti sebagai berikut: Bagi Usaha Toto Jaya Bingkai ini, para pengrajin diharapkan lebih banyak melakukan inovasi dan kreatifitasnya dalam menciptakan produk-produk yang berbeda dengan menggunakan bahan baku yang sama agar menambah harga jual dan tentunya dapat meningkatkan pendapatan usaha ini dan juga para pengrajin. Dari segi digital marketing yang digunakan masih kurang, seperti yang peneliti ketahui bahwa produk Toto Jaya Bingkai ini juga sudah memiliki konsumen dari luar Medan. Saran saya, seperti yang kita lihat dan kita ketahui di zaman sekarang ini dengan teknologi yang semakin canggih, sudah banyak akun media sosial yang bisa kita gunakan untuk mempromosikan dan menjual produk secara online, misalnya seperti facebook, instagram, whatsapp, shopee dan lain sebagainya. Dengan begitu dapat menciptakan peluang dan menambah produktivitas pengrajin Toto Jaya Bingkai serta juga mampu menaikkan tingkat pendapatan. Bagi pemerintah setempat diharapkan untuk lebih memperhatikan usaha ekonomi kreatif Toto Jaya Bingkai yang ada di Kelurahan Kotamatsum II Kecamatan Medan Area, dan juga diharapkan untuk memberikan dukungan kepada usaha ini berupa pelatihan pada pengrajin dari pemerintah setempat.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2019). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Arif, M. (2015). *Sukses Berwirausaha Jambu Madu*. FEBI UINSU Press.
- Azizah, S. N. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 63–78.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Firdausy, C. M. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Harahap, S. (2016). *Pengantar Manajemen: Pendekatan Integratif Konsep Syariah*. FEBI UINSU Press.
- Imsar. (2018). *Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Imsar. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan. *Tansiq*, Vol.1 No.2, 49.
- Innayah, A., & Atika. (2022). No Title Strategi Pemasaran Produk Mitra Ekawarsa untuk Siswa pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2 no. 1, 969.
- Isnaini Harahap, Zuhri M Nawawi, E. S. (2022). Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 8 No 2, 1994.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajagrafindo Persada.
- Manurung, R. P. dan M. (2010). *Teori Ekonomi Mikro*. Lembaga Universitas Indonesia.
- Mardani. (2011). *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia* (pp. 1–2). PT Refika Aditama.
- Muis, A. R. C. (2019). *Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*. CV. Budi Utama.
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.
- Nurrohman, I. (2015). *Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sebelum Dan Sesudah Menerima Pembiayaan Musyarakah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT (Studi Kasus: BMT Beringharjo Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nursandy, M. R. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Universitas Jember*, 9(1), 93.
- Nuryadhyn, A. (2020). *Tiga Masalah Yang Dihadapi Bangsa*. Wwww.Bangkapos.Com.
- Purbadharmaja, K. S. dan. (2017). “Pengaruh Modal dan Bahan Baku terhadap Pendapatan Melalui Pengerajin Patung Kayu di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6 No. 9, 163.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan*. Nulisbukuku.com.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Febi UIN-SU Press.
- Rekha. (2021). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

- Rohmah, U. (2017). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Anyamna Bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Rusby, Z. (2017). *Ekonomi Islam*. Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Salemba Empat.
- Tutut Adi Kusumadewi, Imam Hanafi, W. Y. P. (2013). Kemitraan BUMN Dengan UMKM Sebagai Bentuk Corporate Social Responsibility (Csr). *Administrasi Publik*, Vol.1 No., 955.