

**PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL YANG BERBASIS  
EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS KECAMATAN  
BONTOBAHARI KABUPATEN BULUKUMBA)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**SULKIPLI**

**NIM 105710207614**



**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**

**PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL YANG BERBASIS  
EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS KECAMATAN  
BONTOBAHARI KABUPATEN BULUKUMBA)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**SULKIPLI**

**NIM 105710207614**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Hidup adalah belajar. Belajar dari segala kekurangan dan kelebihan kita, belajar dari hal baik ataupun buruk dan jangan pernah takut untuk menjadi orang yang takut dengan kegagalan karena kegagalan akan membuat kita menjadi semangat untuk terus belajar dalam pencapaian impian kita. Hidup itu belajar*

*( Suklipli )*

*Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT,  
kupersembahkan karya ini sebagai buktiku, hormatku,  
untuk pengorbanan, kedua orang tuaku, saudarasaudara  
dan sahabatku serta orang-orang yang selalu  
ada di setiap langkahku.*



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : " Pendapatan Usaha Mikro Kecil yang Berbasis  
Ekonomi Kreatif"( Studi Kasus Kecamatan  
Bontobahari Kabupaten Bulukumba)".

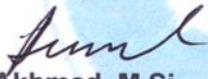
Nama Mahasiswa : Sulkipli  
No Stambuk/NIM : 10571020614  
Program Studi : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (IESP)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan  
panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Makassar pada hari Sabtu tanggal 11 Agustus 2018.

Makassar, 11 Agustus 2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

  
**Dr. Akhmad, M.Si**  
NIDN :0031126521

Pembimbing II,

  
**Muttiarni, SE., M.Si**  
NIDN : 0930087503

Diketahui :

Dekan,  
Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Unismuh Makassar

  
**Jemali Rasulong, SE., MM.**  
NBM: 903 078

Ketua,  
Jurusan IESP

  
**HJ. Naidah, SE., M.Si.**  
NBM: 710 561



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN IESP**  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

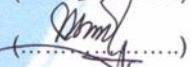
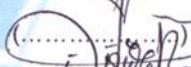
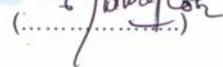
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama Sulkipli, Nim : 105710207614, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0004/SK-Y/60201/091004/2018 M, 29 Dzulhijjah 1439 H/ 11 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

29 Dzulhijjah 1439 H  
Makassar, \_\_\_\_\_  
11 Agustus 2018 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (  )  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (  )  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (  )
4. Penguji : 1. Hj. Naidah, SE., M.Si. (  )  
2. Dr. Muhammad Rusydi, SE., M.Si (  )  
3. Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si (  )  
4. Asdar, SE., M.Si (  )

Disahkan oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM: 903078



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sulkipli

Stambuk : 105710207614

Program Studi : IESP

Dengan Judul : "Pendapatan Usaha Mikro Kecil yang Berbasis Ekonomi Kreatif" ( Studi Kasus Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba)".

Dengan ini menyatakan bahwa :

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 11 Agustus 2018

Yang membuat Pernyataan,



Sulkipli

Diketahui Oleh :

Dekan,  
Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Unismuh Makassar

Ketua,  
Jurusan IESP



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
**NBM: 903 078**

**HJ. Naidah SE.,M.Si**  
**NBM: 710 561**

## KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan ke-hadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan memberikan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir belajar dan syarat guna memperoleh derajat sarjana S-1 pada program sarjana ekonomi pada jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul **“Pendapatan Usaha Mikro Kecil Yang Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba)”**. Berkenaan dengan penulisan penelitian ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya untuk bantuan dan dukungan dari banyak pihak yang telah memungkinkan selesainya penyusunan maupun penyajian skripsi ini, kepada :

- 1 Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE, MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
- 2 Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- 3 Ibu Hj. Naidah, SE, M.Si sebagai Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan semangat dan motivasi selama penulis menempuh studi.
- 4 Bapak Dr. Akhmad, M.Si yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
- 5 Ibu Muttiarni, SE.,M.Si sebagai pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan Skripsi hingga ujian Skripsi.

- 6 Bapak/ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisni Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak meluangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah
- 7 Bapak dan Ibu segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
- 8 Kedua orang tua, yang selama ini memberikan perhatian, dukungan dan motivasi
- 9 Semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Penulis berharap skripsi ini dapat dikembangkan lagi sebagai dasar oleh para peneliti ke depan. Disadari oleh penulis bahwa penyusunan maupun penyajian skripsi ini kurang sempurna. Oleh sebab itu, penulis mohon maaf atas semua kekurangan dalam skripsi ini dan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik maupun saran yang membangun.

*Billahi Fi Sabilillah Haq, Fastabiul Hairat, Wassalamu'alaium Wr Wb*

Makassar, Agustus 2018

Penulis

## ABSTRAK

**Sulkipli**, 2018. Pendapatan Usaha Mikro Kecil yang Berbasis Ekonomi Kreatif (studi kasus Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba), Skripsi Program Studi Ilmu Keonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. dibimbing oleh pembimbing I Akhmad, dan pembimbing II Muttiarni.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Mengetahui pendapatan dan hambatan yang dihadapi oleh UMK berbasis ekonomi kreatif studi kasus Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba, pada 3 jenis kelompok usaha yaitu (1) usaha miniature perahu pinisi,(2) usaha gordeng, (3) usaha tenung yang diamati, dimana masing-masing kelompok usaha diambil sebanyak 5 usaha dan jumlah keseluruhan sebanyak 15 usaha mikro kecil yang berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba dijadikan sebagai sampel. Hasil penelitian diperoleh Pendapatan usaha miniatur perahu pinisi yang diperoleh rata-rata sebesar Rp.3.036.000, usaha gordeng rata-rata pendapatan sebesar Rp. 5.750.000, dan usaha tenung rata-rata pendapatan sebesar Rp. 580.000, dan Hambatan yang dihadapi usaha mikro kecil yang berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba maka hasil survey dan wawancara langsung dapat diketahui berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro kecil, umumnya adalah akses modal, akses promosi, Kurangnya kemampuan dalam melakukan inovasi produk baru, Keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pada waktu yang singkat (kasus-kasus tertentu) , Keterbatasan teknologi proses produksi sehingga kualitas produk belum mampu memenuhi permintaan pasar, kelemahan dalam membeli bahan baku, khususnya untuk memenuhi pembeli skala besar. Artinya dari ketiga usaha tersebut pendapatan yang di dapat dari kegiatan usaha tersebut sebenarnya sangat menjanjikan apabila, para usaha pembuat miniature perahu pinisi,usaha gordeng, usaha pembuatan tenung, lebih bisa fokus dalam mengembangkan usahanya dan dapat menghadapi hambatan yang ada.

**Kata Kunci** : Pendapatan , Usaha Mikro Kecil (UMK) dan Ekonomi Kreatif.

## ABSTRACT

**Sulkipli** , 2018 Revenue from Micro and Small Business Based Economy Creative ( study case in Savings Bontobahari district Bulukumba ), Thesis Study Program Science Economy Faculty Development Studies Economy and Business University Muhammadiyah Makassar. guided by counselor I Akhmad , and II Muttiarni's supervisor .

Research this aim for analyze Knowing income and barriers faced by MSEs based economy creative studies case in Savings Bontobahari district Bulukumba . Research this do in Savings Bontobahari district Bulukumba , in 3 types group business namely (1) the business of miniature boats pinisi , (2) business gordeng , (3) business magick observed, where each group business taken as much as 5 attempts and amount whole as many as 15 businesses micro based small economy creative in Savings Bontobahari district Bulukumba made as sample . Results research obtained Income business miniature boat Phinisi obtained average of Rp.3,036,000, business curtain average income as big as Rp . 5,750,000, and business magick average income as big as Rp . 580,000 and Barriers faced business micro based small economy creative in Savings Bontobahari district Bulukumba then survey results and Interview directly could is known various problems encountered by the perpetrator business micro small , generally is access to capital, access promotion , lack ability in do innovation product new , limitations capacity production for meet demand on a short time (cases certain ), Limitations technology process production so that quality product not yet able to meet demand market , weakness in buy ingredients standard , specifically for meet buyer scale big . His wife from third business that income in could from activities business that in fact very promising if , para business maker of miniature boats pinisi, business curtain , business manufacture divination , more can focus in develop his business and could face up obstacles.

**Word Key** : Revenue , Micro Small Enterprises (MSEs) and Economy Creative

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Pendapatan .....	7
B. Konsep UMKM .....	9
C. Defenisi Ekonomi Kreatif .....	26
D. Penelitian Terdahulu.....	33
E. Karangka Konsep.....	37

F. Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
A. Jenis Penelitian .....	39
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	39
C. Populasi Dan Sampel .....	40
D. Pengumpulan Data.....	40
E. Sumber Data .....	41
F. Analisis Data .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM KABUPATEN BULUKUMBA DAN KECE-</b>	
<b>MATAN BONTOBahari.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Kabupaten Bulukumba .....	45
B. Gambaran Umum Kecamatan Bontobahari .....	47
C. Aspek Demografi ( Kependudukan ).....	50
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
A. Hasil Penelitian.....	53
B. Pembahasan .....	75
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABLE

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 4.1.	Luas Wilayah Menurut Kecamatan Di Kabupaten Bulukumba Tahun 2017.....	46
Tabel 4.2.	Luas Wilayah Desa/Kelurahan Dalam Lingkup Kecamatan Bonto Bahari Tahun 2017 .....	48
Tabel 4.3.	Jumlah Penduduk Kabupaten Bulukumba Pada Tahun 2017..	51
Tabel 4.5.	Jumlah Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 5.1.	Harga Penjualan Miniature Perahu Pinisi .....	55
Tabel 5.2.	Rincian Biaya Produksi Miniature Perahu Pinisi .....	56
Tabel 5.3.	Penerimaan usaha Miniature Perahu Pinisi.....	59
Tabel 5.4.	Penerimaan, Rincian Biaya Produksi, dan Pendapatan Miniature Perahu Pinisi .....	60
Table 5.5.	Harga Penjualan Gordeng.....	63
Tabel 5.6.	Rincian Biaya Produksi Gordeng.....	64
Tabel 5.7.	Penerimaan Usaha Gordeng.....	66
Tabel 5.8. .	Penerimaan, Rincian Biaya Produksi dan Pendapatan usaha gordeng .....	65
Tabel 5.9.	Harga Sarung Usaha Pembuatan Tenung.....	69
Tabel 5.10.	Rincian Biaya Produksi Pembuatan Tenung .....	71
Tabel 5.11.	Penerimaan Usaha Pembuatan Tenung.....	73
Tabel 5.12	Penerimaan, Rincian Biaya Produksi dan Pendapatan Usaha Pembuatan Tenung.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konsep.....	38
Gambar 4.1	Grafik Pembagian Wilayah Administratif Kecamatan Bonto- Bahari.....	48
Gambar 4.2	Peta Kabupaten Bulukumba.....	49
Gambar 4.3	Peta Kecamatan Bontobahari.....	49

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A Latar Belakang**

Pada tahun 1998 Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar berbagai sektor termasuk industri perdagangan dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya. Namun, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Kegiatan usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif.

UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relative sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik di tinjau dari segi jumlah usaha segi penciptaan lapangan kerja maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang di ukur dengan Produk Domestik Bruto.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif. Sektor industri kreatif yang diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain

dilanda krisis keuangan global. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Industri kreatif meliputi 14 subsektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana, video, film, dan fotografi, permainan. Interaktif, music, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangannya.

Menurut Agung Pascasuseno dikutip oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam (2014), "ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan".

Departemen Perdagangan (2008) menyebutkan industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai system transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sector industri yang disebut industri kreatif. Pemerintah menyadari bahwa ekonomi kreatif yang fokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah berapa bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global. Pemerintah Indonesia pun mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri berpotensi untuk dikembangkan karena bangsa Indonesia mempunyai sumber daya insani kreatif dan warisan budaya yang kaya. Selain itu, industri kreatif juga dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan.

Industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi Negara dan Daerah (Departemen

Perdagangan, 2008). *Pertama*, sektor industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap PDB. *Kedua*, menciptakan iklim bisnis positif yang berdampak pada sektor lain. *Ketiga*, membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon Nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai lokal. *Keempat*, berbasis kepada Sumber Daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreatifitas. *Kelima*, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa. *Terakhir*, dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial.

Kabupaten Bulukumba yang memiliki warisan budaya lokal yang berpotensi bagus untuk dikembangkan. Namun, pihak akademisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengaku Kabupaten Bulukumba sendiri masih belum optimal mengolah ekonomi kreatif yang menjadi ciri khas lokal yang terbentuk melalui produk-produk UMKM kreatif mereka. Hal ini mengakibatkan Kabupaten Bulukumba mengalami ketertinggalan dengan Kabupaten lain di Sulawesi Selatan dalam koridor apresiasi terhadap kearifan budaya lokal. Daerah-daerah lain tersebut telah mengakomodir dan menunjang sisi unik produk lokalnya, sehingga masyarakat umum mengenal produk yang berfrase dengan asal daerah mereka. Pemerintah Dinas Koperasi dan UMKM menyebutkan UMKM yang bergerak di bidang ekonomi kreatif atau biasa disebut industri kreatif di Kabupaten Bulukumba cukup banyak, salah satunya di Kecamatan Bontobahari.

Kecamatan Bontobahari salah satu kecamatan yang berpotensi menjadi pusat industri kreatif yang dikenal sebagai desa pengrajin. UMKM pengrajin yang

ada di wilayah Kecamatan Bontobahari terus berkembang hingga sekarang, dan berpotensi berkembang menjadi lebih pesat jika dipasarkan dengan tepat. Salah satu pemasaran produk-produk UMKM yang dilakukan, dengan memanfaatkan berkembangnya daerah kecamatan Bontobahari yang menjadi kawasan pariwisata yang sekarang diminati wisatawan asing maupun lokal. Hal ini menjadi sebuah potensi, terutama dalam kondisi-kondisi tertentu dimana jumlah pendatang lebih meningkat dan memudahkan akses penjualan produk. Namun potensi tersebut belum dapat dimaksimalkan melihat permasalahan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada umumnya terletak pada sumber daya manusia, modal, dan penguasaan teknologi moderen.

Dengan adanya permasalahan tersebut, maka pendapatan yang di peroleh para pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif bisa dikatakan belum bisa menunjang perekonomian mereka, hal ini perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari Pemerintah atau Dinas terkait maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM agar pendapatan masyarakat Kecamatan Bontobahari bisa meningkat. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

Melihat dari latar belakang di atas judul yang akan di angkat oleh peneliti, dengan judul yang sama pernah di teliti oleh Dani Danuar Tri U (2013) dengan judul Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif dikota Semarang. Oleh karena itu, penulis tertarik meneliti kembali mengambil judul **“Pendapatan Usaha Mikro Kecil (UMK) yang Berbasis Ekonomi Kreatif” ( Studi kasus kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba)**

## **B Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pendapatan para pelaku UMK berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba ?
2. Hambatan apa saja yang dihadapi oleh UMK berbasis ekonomi kreatif di kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba?

## **C Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pendapatan para pelaku UMK berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.
2. Mengetahui hambatan yang dihadapi oleh UMK berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

## **D Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi UMK berbasis ekonomi kreatif sendiri, diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang dihadapinya sehingga mampu mengembangkan usaha mereka.
2. Bagi Pemerintah, diharapkan dapat berperan serta dalam mendukung pemberdayaan UMK berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Bulukumba Kecamatan Bontobahari untuk ke depannya.

3. Bagi peneliti lain dan akademik, sebagai tambahan informasi dan disiplin ilmu, menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A Pendapatan**

##### **1. Defenisi Pendapatan**

Boediono (2013), megemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan factor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Harga produksi dipasar ditentukan oleh saling tarik menariknya antara penawaran dan permintaan.Harga. Secara singkat pendapatan (income) seorang warga masyarakat ditentukan oleh:

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang ia miliki yang bersumber pada hasil-Hasil tabungannya di tahun-tahun lalu, dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga- harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar.

Menurut Sukirno(2006: 76) permintaan seseorang akan suatu barang ditentukan oleh banyak factor. Di antara beberapa faktor tersebut yang paling penting yaitu sebagai berikut:

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut.
3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata -rata masyarakat.
4. Corak istribusi pendapatan dalam masyarakat.
5. Citra rasa masyarakat.
6. Jumlah penduduk.
7. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

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

Menurut Raharja (2002) jenis pendapatan dibagi dalam dua bentuk, yaitu sebagai berikut :

### **1. Pendapatan ekonomi**

Pendapatan ekonomi adalah sejumlah uang yang dapat digunakan oleh keluarga dalam suatu periode tertentu untuk membelanjakan diri tanpa mengurangi atau menambah asset netto (net asset), termasuk dalam pendapatan ekonomi termasuk upah gaji, pendapatan bunga deposito, penghasilan transfer dari pemerintah, dan lain- lain.

### **2. Pendapatan uang**

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diterima keluarga pada periode tertentu sebagai balas jasa atau faktor produksi yang diberikan karena tidak memperhitungkan pendapatan bahkan kas (non kas), terutama penghasilan transfer cakupannya lebih sempit dari pendapatan ekonomi.

Macam pendapatan menurut perolehannya :

- a. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain
- b. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi pengeluaran dan biaya lain.

## **3. Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Menurut Swasta (2000 : 201) terdapat factor – factor yang mempengaruhi Pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain:

1. Kondisi dan kemampuan pedagang Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli

agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan.

2. Kondisi pasar. Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli dan selera pembeli
3. Modal. Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.
4. Kondisi organisasi perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan akan memiliki bagian penjualan yang semakin kompleks untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar daripada usaha kecil.
5. Faktor lain yang mempengaruhi usaha yaitu periklanan dan kemasan produk

## **B Konsep UMKM**

### **1. Definisi UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha mikro yaitu:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan batasan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yaitu untuk industri rumah tangga memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang, usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

Nurhayati (2011) menyebutkan definisi UMKM memiliki beragam variasi yang sesuai menurut karakteristik masing-masing negara yaitu:

1. World Bank : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja  $\pm$  30 orang, pendapatan per tahun US\$ 3 juta dan jumlah aset tidak melebihi US\$ 3 juta.
2. Di Amerika : UKM adalah industri yang tidak dominan di sektornya dan mempunyai pekerja kurang dari 500 orang.

3. Di Eropa : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja 10-40 orang dan pendapatan per tahun 1-2 juta Euro, atau jika kurang dari 10 orang, dikategorikan usaha rumah tangga.
4. Di Jepang : UKM adalah industri yang bergerak di bidang manufakturing dan retail/ service dengan jumlah tenaga kerja 54-300 orang dan modal ¥ 50 juta – 300 juta.
5. Di Korea Selatan : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja  $\leq 300$  orang dan aset  $\leq$  US\$ 60 juta.
6. Di beberapa Asia Tenggara : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja 10-15 orang (Thailand), atau 5 – 10 orang (Malaysia), atau 10 -99 orang (Singapura), dengan modal  $\pm$  US\$ 6 juta.

Bank Indonesia (2011) mengemukakan terdapat beberapa negara yang mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja, diantaranya yaitu:

1. El Salvador (kurang dari empat orang untuk usaha mikro, antara lima hingga 49 orang untuk usaha kecil, dan antara 50 – 99 orang untuk usaha menengah)
2. Ekuador (kurang dari 10 orang untuk usaha mikro)
3. Kolombia (kurang dari 10 orang untuk usaha mikro, antara 10 – 50 orang untuk usaha kecil, dan antara 51 – 200 orang untuk usaha menengah)
4. Maroko (kurang dari 200 orang)
5. Brazil (kurang dari 100 orang)
6. Algeria (institusi non formal memiliki jumlah karyawan kurang dari 10 orang)

Beberapa Negara memiliki standar yang berbeda dan ada pula yang menggunakan kombinasi dari berbagai tolok ukur dalam mendefinisikan UMKM

berkaitan dengan dasar hukum. Afrika Selatan contohnya, menggunakan kombinasi antara jumlah karyawan, pendapatan usaha, dan total aset sebagai ukuran dalam kategorisasi usaha. Perlu mendasarkan klasifikasi UMKM berdasarkan jumlah karyawan dan tingkat penjualan per tahun. Costa Rica menggunakan sistem poin berdasarkan tenaga kerja, penjualan tahunan, dan total aset sebagai dasar klasifikasi usaha. Bolivia mendefinisikan UMKM berdasarkan tenaga kerja, penjualan per tahun, dan besaran aset. Sedangkan Republik Dominika menggunakan karyawan dan tingkat penjualan per tahun sebagai tolok ukur. Tunisia memiliki klasifikasi yang berbeda di bawah peraturan yang berbeda, namun terdapat konsensus umum yang mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah karyawan.

Selain itu, ada pula beberapa negara yang menggunakan standar ganda dalam mendefinisikan UMKM dengan mempertimbangkan sektor usaha. Afrika Selatan membedakan definisi UMKM untuk sektor pertambangan, listrik, manufaktur, dan konstruksi. Sedangkan Argentina menetapkan bahwa sector industri, ritel, jasa, dan pertanian memiliki batasan tingkat penjualan berbeda dalam klasifikasi usaha. Malaysia membedakan definisi UMKM untuk bidang manufaktur dan jasa, masing-masing berdasarkan jumlah karyawan dan jumlah penjualan tahunan (Bank Indonesia, 2011:).

## **2. Klasifikasi UMKM**

Dalam perspektif perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

1. Livelihood Activities, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima
2. Micro Enterprise, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

### **3. Ciri-Ciri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

1. Bahan baku mudah diperoleh
2. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi
3. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun
4. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak
5. Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor
6. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

#### 4. Karakteristik UMKM di Indonesia

Ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. *Pertama*, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. *Kedua*, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. *Ketiga*, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. *Keempat*, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

#### 5. Peran Penting UMKM

Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran : (1) sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, (2) penyedia lapangan kerja terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) kontribusinya terhadap neraca pembayaran (Departemen Koperasi, 2008). Oleh karena itu pemberdayaannya harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, dengan arah peningkatan produktivitas dan daya saing, serta menumbuhkan wirausahawan baru yang tangguh.

Salah satu keunggulan UMKM adalah, ia terkadang sangat lincah mencari peluang untuk berinovasi untuk menerapkan teknologi baru ketimbang perusahaan-perusahaan besar yang telah mapan. Tak mengherankan jika dalam era persaingan global saat ini banyak perusahaan besar yang bergantung pada pemasok-pemasok kecil-menengah. Sesungguhnya ini peluang bagi kita untuk turut berkecimpung di era global sekaligus menggerakkan sektor ekonomi. Dalam buku *Economic Development Todaro* mengemukakan bahwa

keberhasilan pembangunan ekonomi Indonesia pascakrisis sangat bergantung pada kemampuan untuk merealisasikan “pembangunan yang benar -benar beorientasi pada rakyat”. UMKM atau koperasi dipilih sebagai representasi ekonomi rakyat karena selain menyerap tenaga kerja sekitar 90 persen, juga karena memberi nilai tambah sekitar 56 persen di mana sektor pertanian memegang peran yang sangat besar (sekitar 70 persen).

#### 1. Peranan dan Kontribusi UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial dan politik, maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar di berbagai belahan dunia UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro dan kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Berarti UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, penciptaan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja. Menurut Glen Glenardi (2002: 290) kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan pembangun perekonomian nasional disebabkan oleh :

- a. Sektor Mikro dapat dikembangkan hampir disemua sector usaha dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
- b. Karena sifat penyebarannya yang sangat luas (baik sector usaha dan wilayahnya) sektor mikro juga sangat berperan dalam pemerataan kesempatan kerja.

- c. UMKM termasuk usaha-usaha anggota koperasi yang pada umumnya fleksibel.

UMKM dengan skala usaha yang tidak besar, kesederhanaan spesifikasi dan teknologi yang digunakan dapat lebih mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.

- a. UMKM merupakan industri padat modal. Dalam struktur biaya produksinya, komponen terbesar adalah biaya variable Yang mudah menyesuaikan dengan perubahan/ perkembangan yang terjadi
- b. Produk-produk yang dihasilkan sebagian besar merupakan produk yang berkaitan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat.
- c. UMKM lebih sesuai dan dekat dengan kehidupan pada tingkat bawah (grassroot) sehingga upaya meringankan masyarakat dari keterbelakangan akan lebih efektif.

## 2. Peranan UMKM di Bidang Ekonomi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional, termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Menambahkan UMKM telah menunjukkan peranannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Usaha kecil juga memberikan kontribusi yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di sektor-sektor industri, perdagangan dan transportasi. Sektor ini

mempunyai peranan cukup penting dalam penghasilan devisa negara melalui usaha pakaian jadi (garment), barang-barang kerajinan termasuk *meubel* dan pelayanan bagi turis.

### 3. Peranan UMKM di Bidang Sosial

UMKM mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah, tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu, usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar, termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat.

## 6. Masalah Yang Dihadapi UMKM

Menurut Tambunan (2002: 73) perkembangan UMKM di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) antara lain meliputi:

### 1. Faktor Internal

#### a. Kurangnya permodalan

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup yang mengandalkan pada modal dari sisi pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau keuangan lainnya

sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap management pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Di samping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

c. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena penduduk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

2. Faktor Eksternal

- a. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih

terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar.

- b. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

- c. Impikasi Otonomi Daerah

Dengan berlakunya Undang-Undang No.22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan system ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada usaha kecil dan menengah (UKM). Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Di samping itu semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

- d. Implikasi Perdagangan Bebas Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku tahun 2003 dan APEC tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas.

- e. Sifat produk dengan Lifetime Pendek Sebagian besar produk Industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk fasion dan kerajinan dengan lifetime yang pendek.
- f. Terbatasnya Akses Pasar. Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antarlokasi/ antarwilayah, antarsentra, antarsektor/ antarsubsektor atau jenis kegiatan, dan antarunit usaha dalam kegiatan/ sektor yang sama. Ada tujuh tantangan yang harus dihadapi UKM dalam era krisis global, yaitu:

1. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan UKM dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.
2. Akses industri kecil terhadap lembaga kredit formal rendah, sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber lain, seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.
3. Sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dipunyainya status badan hukum. Mayoritas UKM merupakan perusahaan perorangan yang tidak berakta notaris, 4,7% tergolong perusahaan perorangan berakta notaris, dan hanya 1,7% yang sudah memiliki badan hukum (PT/ NV, CV, Firma, atau koperasi).

4. Tren nilai ekspor menunjukkan betapa sangat berfluktuatif dan berubah-ubahnya komoditas ekspor Indonesia selama periode 1999-2006.
5. Pengadaan bahan baku, masalah terbesar yang dihadapi dalam pengadaan bahan baku adalah mahalnnya harga, terbatasnya ketersediaan, dan jarak yang relatif jauh. Ini karena bahan baku bagi UKM yang berorientasi ekspor sebagian besar berasal dari luar daerah usahan tersebut berlokasi.
6. Masalah utama yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja adalah tidak terampil dan mahalnnya biaya tenaga kerja. Regenerasi perajin dan pekerja terampil relatif lambat. Akibatnya, di banyak sentra ekspor mengalami kelangkaan tenaga terampil untuk sektor tertentu.
7. Dalam bidang pemasaran, masalahnya terkait dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama, relatif minimnya kemampuan bahasa asing sebagai suatu hambatan dalam melakukan negosiasi, dan penetrasi pasar di luar negeri Menurut Sri Lestari (2009: 118) untuk memenuhi kebutuhan permodalan tersebut, UMK paling tidak menghadapi empat masalah, yaitu:
  - a. Masih rendahnya atau terbatasnya akses UMK terhadap Berbagai informasi, layanan, fasilitas keuangan yang disediakan oleh keuangan formal, baik bank, maupun non bank misalnya dana BUMN, ventura.
  - b. Prosedur dan persyaratan perbankan yang terlalu rumit sehingga pinjaman yang diperoleh tidak sesuai kebutuhan baik dalam hal jumlah maupun waktu, kebanyakan perbankan masih menempatkan agunan material sebagai salah satu persyaratan dan cenderung mengesampingkan kelayakan usaha.

- c. Tingkat bunga yang dibebankan dirasakan masih tinggi. Kurangnya pembinaan, khususnya dalam manajemen keuangan, seperti perencanaan keuangan, penyusunan proposal dan lain sebagainya.
- d. Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.

Menurut Purdi E. Chandra (2001: 121) Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan. Menurut Soeharto Prawirokusumo (2010: 185-188), perkembangan usaha dapat dibedakan menjadi 5 tahap, yaitu tahap conceptual, start up, stabilisasi, pertumbuhan (growth stage), Dan kedewasaan. Dikajian ini akan membahas perkembangan usaha dilihat dari tahapan conceptual, yaitu:

1. Mengenal peluang potensial dalam mengetahui peluang potensial yang penting harus diketahui adalah masala-masalah yang ada dipasar, kemudian mencari solusi dari permasalahan yang telah terdeteksi. Solusi inilah yang akan menjadi gagasan yang dapat direalisasikan.
2. Analisa peluang tindakan yang bisa dilakukan untuk merespon
3. Peluang bisnis adalah dengan melakukan analisa peluang berupa market research kepada calon pelanggan potensial. Analisa ini dilakukan untuk melihat respon pelanggan terhadap produk, proses, dan pelayanannya.
4. Mengorganisasi sumber daya Yang perlu dilakukan ketika suatu usaha berdiri adalah memenejemen sumber daya manusia dan uang. Pada

tahap inilah yang sering disebut sebagai tahap memulai usaha. Pada tahap ini dikatakan sangat penting karena merupakan kunci keberhasilan pada tahap selanjutnya. Tahap ini bisa disebut sebagai tahap warming up .

5. Langkah mobilisasi sumber daya Langkah memobilisasi sumber daya dan menerima resiko adalah langkah terakhir sebelum ke tahap start up.

Menurut Mohammad Jafar Hafsah (2004: 43-44) pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UKM, maka kedepan perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut:

1. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketenteraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.
2. Bantuan Permodalan Pemerintah perlu memperluas skim kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UKM, untuk membantu peningkatan permodalannya, baik itu melalui sektor jasa finansial formal, sektor jasa finansial informal, skema penjaminan, leasing dan dana modal ventura. Pembiayaan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada, maupun non bank.
3. Perlindungan Usaha Jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan ( win-win solution).

4. Pengembangan Kemitraan Perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara UKM, atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Disamping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.
5. Pelatihan Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya. Disamping itu juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan dilapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.
6. Membentuk Lembaga Khusus Perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UKM.
7. Memantapkan Asosiasi Asosiasi yang telah ada perlu diperkuat, untuk meningkatkan perannya antara lain dalam pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.
8. Mengembangkan Promosi Guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UKM dengan usaha besar diperluka nmedia khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan. Disamping itu perlu juga diadakan talk show antara asosiasi dengan mitra usahanya.

9. Mengembangkan Kerjasama yang Setara Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dunia usaha UKM untuk menginventarisir berbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.

## **7. Indikator Perkembangan Usaha**

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

### **C Defenisi Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif merupakan pergeseran dari era ekonomi pertanian, era industrialisasi, dan era informasi. Departemen perdagangan (2008) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Peran besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta, dan kreativitas.

Menurut Simatupang (2008) Industri kreatif yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok luas profesional, terutama mereka yang berada di dalam industri kreatif yang memberikan sumbangan terhadap garis depan inovasi. Mereka seringkali mempunyai kemampuan berpikir menyebar dan mendapatkan pola yang menghasilkan gagasan baru.

Definisi industri kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009- 2015 yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan RI (2008) sebagai berikut: Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Pemerintah sendiri telah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 14 subsektor, antara lain:

1. Periklanan (advertising): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan

delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan;

2. **Arsitektur:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal;
3. **Pasar Barang Seni:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, automobile, dan film.
4. **Kerajinan (craft):** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);
5. **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;

6. Fesyen (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 berikut distribusi produk fesyen;
7. 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, sinematografi, sinetron, dan pameran atau festival film;
8. Permainan Interaktif (game): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi;
9. Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;
10. Seni Pertunjukan (showbiz): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan. Misalnya, pertunjukan wayang, balet, tari tradisional, tari kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan;
11. Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait 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, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket

pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film,.

12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software): kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa 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;
13. Televisi & Radio (broadcasting): 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 dan radio, termasuk kegiatan station relay(pemancar) siaran radio dan televisi;
14. Riset dan Pengembangan (R&D): kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan 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.

Inti dari penelitian tersebut adalah *sharing* atau saling bertukar ide dan informasi antar individu dapat meningkatkan nilai kreativitas seseorang. Nilai

kreatifitas seseorang diyakini akan meningkat dengan adanya komunikasi tersebut. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian tersebut yang ingin menunjukkan bagaimana sebuah kota dapat menyatukan orang-orang dari berbagai bidang profesi, pebisnis, pemerintah, serta sektor-sektor non profit dalam menciptakan ekonomi kreatif yang lebih kuat. Penelitian tersebut cukup memberikan gambaran mengenai pengembangan ekonomi kreatif.

Bisnis yang persaingannya paling kejam tergambar kepada kita dalam ekonomi kreatif. Apabila ingin terus tumbuh dan berkembang, kelas kreatif di tidak pernah berpuas diri dan selalu mencari jalan untuk berinovasi. Kepandaian dalam membaca peluang, kecepatan menghadirkan produk dalam merebut peluang, kecermatan dalam memperhitungkan tingkat risiko berikut dengan rencana cadangan, kemampuan berkolaborasi dengan pihak lain, dan siasat yang jitu dalam menghadapi persaingan merupakan kunci sukses dalam industri ini. Oleh karena itu, ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Istilah industri kreatif sendiri memiliki definisi yang beragam. Definisi industri kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif adalah definisi berdasarkan *UK DCMS Task Force* dalam Primorac (2006).

Departemen Perdagangan (2008) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut.

Klasifikasi industri kreatif yang ditetapkan oleh tiap negara berbeda-beda. Tidak ada benar dan salah dalam pengklasifikasian industri kreatif.

Dani Danuar Tri U. di kutip dari Kathrin Muller (2013) mengemukakan tiga peran industri kreatif terhadap inovasi ekonomi dalam penelitiannya di Eropa. *Yang pertama*, industri kreatif adalah sumber utama dari ide-ide inovatif potensial yang berkontribusi terhadap pembangunan/inovasi produk barang dan jasa. *Kedua*, industri kreatif menawarkan jasa yang dapat digunakan sebagai input dari aktivitas inovatif perusahaan dan organisasi baik yang berada di dalam lingkungan industri kreatif maupun yang berada diluar industri kreatif. *Terakhir*, industri kreatif menggunakan teknologi secara intensif sehingga dapat mendorong inovasi dalam bidang teknologi tersebut. Industri kreatif digambarkan sebagai kegiatan ekonomi yang berkeyakinan penuh pada kreativitas individu.

Industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena memiliki beberapa alasan. *Pertama*, dapat memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap PDB. *Kedua*, menciptakan iklim bisnis positif yang berdampak pada sektor lain. *Ketiga*, membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon Nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai lokal. *Keempat*, berbasis kepada sumber daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreatifitas. *Kelima*, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa. *Terakhir*, dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial.

#### **D Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini sudah dilakukan oleh Y. Sri Susilo(2010) dengan judul strategi meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi implementasi cafta dan mea, dengan hasil penelitian Ukm harus meningkatkan daya saing perusahaan maupun daya saing prodaknya agar tetap mampu bertahan dan dapat memanfaatkan peluang. Kunci utama terhadap pada umkm itu sendiri. Pengusaha/pemilik umkm dengan jiwa kewirausahaan dan jiwa inovasi yang dimiliki, harus mampu menjadi motor penggerak agar dapat meningkatkan daya saing.

Penelitian juga pernah dilakukan oleh Dias satria ayu prasmeswari (2011) dengan judul strategi pengembangan industry kreatif untuk meningkatkan daya saing pelaku ekonomi lokal, dengan hasil penelitian Permasalahan industry kreatif distro di kota malang: Produksi dan bahan baku kurang efisien, tidak adanya dukungan dari pemerintah, kurang promosi keluar daerah. Alternatif kebijakan meliputi: pemberian intensif pada industry kreatif, pembinaan pekerja kreatif, peningkatan kemitraan sesama industry kreatif.

Penelitian ini juga sudah pernah dilakukan oleh Edy Suandi Hamid (2011), dengan strategi pengembangan usaha mikro kecil dan Menengah di provinsi daerah istimewa Yogyakarta dengan hasil penelitian Masalah yang dihadapi oleh UMKM di Provinsi DIY, antara lain: Pemasaran, Modal dan pendanaan , Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, Pemakaian bahan baku, Peralatan produksi. Direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: Berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan berorientasi kualitas dengan berbasis sumber daya local, dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang

lebih modern, Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas local.

Dani Danuar Tri U (2013), juga melakukan penelitian dengan judul Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis ekonomi kreatif di kota semarang dengan hasil penelitian Permasalahan permodalan yang berbasis, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas arena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka . solusi dari pihak pemerintah untuk kemajuan UMKM kreatif, pemetaan disini bisa berupa pembagian cluster seperti fashion, handycraft, asesoris, dan sebagainya.

Penelitian ini juga sudah pernah dilakukan Yuli Rahmini Suci ( 2017), dengan judul perkembangan umkm (usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia dengan hasil penelitian Meliputi kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya kemampuan kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoperasian dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu UMKM memilii titik kelemahan yang harus segera diselesaikan dihadapi oleh semua UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang.

Table. 2.1 Penelitian Terdahulu

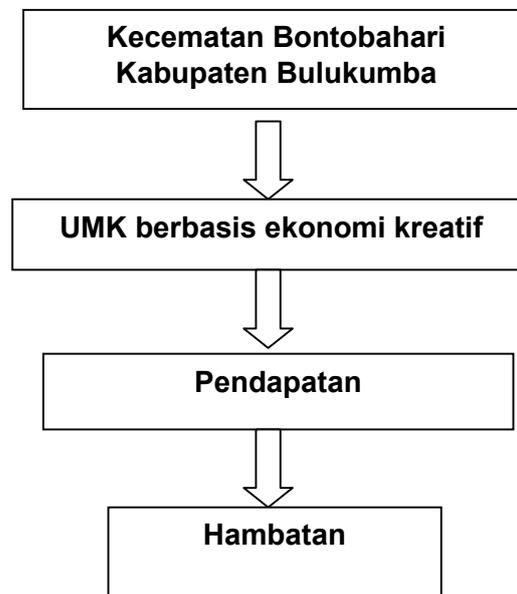
No	Nama /Tahun	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Y. Sri Susilo(2010)	Strategi meningkatkan daya sain umkm dalam menghadapi implementasi caftan dan mea	Desriptif kualitatif	Ukm harus meningkatkan daya saing perusahaan maupun daya saing prodaknya agar tetap mampu bertahan dan dapat memanfaatkan peluang. Kunci utama terhadap pada umkm itu sendiri.
2.	Dias Satria Ayu Prasme stari (2011)	Strategi pengembangan industry kreatif untuk meningkatkan daya saing pelaku ekonomi local	Desriptif kualitatif	Industry kreatif distro di kota malang: 1. Produksi dan bahan baku kurang efisien 2. Tidak adanya dukungan dari pemerintah 3. Kurang promosi keluar daerah Alternatif kebijakan meliputi : 1. Pemberian intensif padaindustry reatif 2. Pembinaan pekerja kreatif 3. Peningkatan kemitraan sesama industry kreatif
3.	Edy Suandi Hamid (2011)	Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di provinsi daerah istimewa Yokyakarta.	Desriptif kualitatif	UMKM di Provinsi DIY, antara lain: 1. Pemasaran 2. Modal dan pendanaan 3. Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi 4. Pemakaian bahan baku 5. Peralatan produksi Direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: 1. Berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan beriontasi ualitas dengan berbasis sumber daya local 2. Dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi

				<p>mesin dan peralatan yang lebih modern</p> <p>Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal</p>
4.	Dani danuar tri u (2013)	Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif di kota semarang	Deskriptif kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. permodalan,</li> <li>2. bahan baku</li> <li>3. penggunaan peralatan produksi yang sederhana,</li> <li>4. media pemasaran terbatas arena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak,</li> <li>5. tenaga kerja yang kurang terampil,</li> <li>6. masalah pendaftaran hak cipta mereka .</li> </ol> <p>solusi dari pihak pemerintah untuk kemajuan UMKM kreatif, pemetaan disini bisa berupa pembagian cluster seperti fashion, handycraft, asesoris, dan sebagainya.</p>
5.	Yuli Rahmini suci (2017)	Perkembangan umkm ( usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia	Deskriptif kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. permodalan</li> <li>2. kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya</li> <li>3. keterampilan pengoperasian dalam mengorganisir terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu UMKM</li> <li>4. memilii titik kelemahan yang harus segera diselesaikan dihadapi oleh semua UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang</li> </ol>

## **E Kerangka konsep**

Dalam menunjang proses penelitian agar tetap terarah pada fokus penelitian maka disusun suatu kerangka dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kebijakan yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi yang berkaitan dengan UMK berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba dalam rangka memberikan rekomendasi untuk pengambilan kebijakan pengembangan dan mengetahui masalah dan pendapatan yang di peroleh para pelaku UMK.

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengumpulkan sumber data sekunder seperti daftar pelaku UMK berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba, kemudian dilakukan survey lapangan untuk mengetahui hambatan-hambatan dan pendapatan UMK berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba, Survey Lapangan dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan analisis data kualitatif dan kuantitatif, sehingga dapat diperoleh permasalahan-permasalahan dan pendapatan setiap pelaku UMK yang berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba. Terakhir, dapat dirumuskan beberapa rekomendasi kebijakan pengembangan UMK berbasis ekonomi kreatif di kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.



Gambar 2.1. kerangka konsep

#### **F Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan landasan teori pikir hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pendapatan para pelaku UMK yang berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba cukup tinggi.
2. Hambatan yang dihadapi oleh UMKM berbasis ekonomi kreatif di kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba tidak mengganggu aktivisa produksinya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian ini deskriptif Kualitatif yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Data kuantitatif adalah hasil pengamatan atas suatu hal yang biasa dinyatakan dalam angka atau bilangan hasil perhitungan seperti menghitung, mengukur dan menimbang. Tidak terlepas dari pokok permasalahan dalam penelitian, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana hambatan-hambatan dan pendapatan usaha mikro kecil UMK yang berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

#### **B Lokasi dan waku penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan bahwa lokasi ini memadai untuk di teliti sesuai dengan masalah yang diteliti, dan menghemat waktu dan biaya. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan mulai bulan April sampai bulan Mei 2018 di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

## **C Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Santoso dan Tjiptono (2002 : 79), "Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk suatu masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek-subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karekteristik yang dimiliki oleh subyek-obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro kecil (UMK) yang berbasis ekonomi kreatif pada Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

### **2. Sampel**

Menurut Sukardi dalam Johni ( 2013:5) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel dilakukan secara *cluster random sampling* yaitu merupakan cara pengambilan sampel dengan cara gugus. Populasi dibagi dalam 3 kolompok usaha yaitu (1) Usaha miniature perahu pinisi (2) Usaha tenung (3) Usaha gordeng. Masing- masing dari setiap usaha diambil sebanyak 5 jenis usaha, dan jumlah keseluruhan usaha mikro kecil (UMK) yang berbasis ekonomi kratif sebanyak 15 usaha pada Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

## **D Pengumpulan Data**

Data adalah sesuatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang akan diolah dan dianalisis dengan suatu metode tertentu (Herdiansyah, 2009).

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Moleong (2010) menyebutkan wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Sebelum melakukan wawancara mendalam, penulis terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan agar terstruktur sedemikian rupa.

## **E Sumber Data**

### **1. Data Primer**

Data yang di peroleh langsung dari sumber objek penelitian. Sumber data primer adalah wawancara kepada responden tentang pendapatan dan hambatan usaha mikro kecil (UMK) yang berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data pendukung bagi data primer yang diperoleh dari bahan-bahan literature seperti dokumen-dokumen serta laporan-laporan dan kepustakaan lainnya yang berkaitan dengan pendapatan dan hambatan para usaha mikro kecil (UMK) di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

## **F Analisis Data**

Data yang telah diperoleh selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau

lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian data kuantitatif adalah hasil pengamatan atas suatu hal yang biasa dinyatakan dalam angka atau bilangan hasil perhitungan seperti menghitung, mengukur dan menimbang. Fenomena yang diteliti secara deskriptif tersebut dicari informasi mengenai hal-hal yang dianggap mempunyai relevansi dengan tujuan penelitian.

- Analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah :

$$\text{Rumus : } \pi = TR - TC \text{ ( Soekartawi,2003 )}$$

Dimana :

$\pi$  = Laba / pendapatan

TR = Total revenue ( total penerimaan)

TC = Total cos ( total biaya )

- Analisis data dalam penelitian kualitatif sudah dimulai dan dilakukan sejak awal penelitian hingga penelitian selesai. Hal ini berarti, setiap peneliti melakukan proses pengambilan data, peneliti langsung melakukan analisis dari data tersebut seperti pemilahan tema dan kategorisasinya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis data interaktif. Model analisis data ini memiliki 4 tahapan, yaitu tahap pertama pengumpulan data, tahap kedua reduksi data, tahap ketiga *display* data, dan tahap keempat penarikan kesimpulan serta verifikasi data.

#### 1. Pengumpulan data

Proses pengumpulan data pada penelitian kualitatif telah dilakukan sebelum penelitian, saat penelitian, dan pada akhir penelitian. Pada awal penelitian,

peneliti melakukan studi *pre-eliminatory* untuk membuktikan bahwa fenomena yang akan diangkat dan diteliti benar-benar ada dan layak untuk diteliti. Pada saat melakukan penelitian, observasi, catatan lapangan, bahkan ketika berinteraksi dengan lingkungan sosial dan informan, merupakan proses pengumpulan data yang hasilnya data yang akan diolah. Setelah data mencukupi untuk proses analisis, kemudian dilakukan reduksi data.

## 2. Reduksi data

Inti dari reduksi data adalah proses penyeragaman dan penggabungan semua bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan yang akan dianalisis. Hasil wawancara akan diubah menjadi bentuk verbatim wawancara

## 3. Display data

Display data adalah proses pengolahan semua data berbentuk tulisan menjadi beberapa kategori sesuai dengan tema atau kelompok masing-masing dan biasanya disajikan dalam bentuk tabel, diagram, matriks, ataupun grafik. Terdapat tiga tahapan dalam display data, yaitu kategori tema, subkategori tema, dan proses pengodean. Tahap kategori tema merupakan proses pengelompokkan tema-tema yang telah disusun dalam tabel wawancara ke dalam suatu matriks kategorisasi. Tema dalam penelitian ini antara lain:

- a. Aspek perijinan
- b. Aspek permodalan
- c. Aspek tenaga kerja
- d. Produksi dan perolehan bahan baku
- e. Aspek pemasaran

Tahapan selanjutnya adalah subkategori tema. Inti dari tahap ini adalah membagi tema-tema tersebut ke dalam subtema yang merupakan bagian dari tema yang lebih kecil dan sederhana. Tahapan terakhir yaitu proses pengodean. Inti dari tahap ini adalah memasukkan atau mencantumkan pernyataan-pernyataan informan sesuai dengan kategori tema dan subkategori temanya ke dalam matriks kategori serta memberikan kode tertentu pada setiap pernyataan-pernyataan informan tersebut.

#### 4. Kesimpulan/verifikasi

Setelah ketiga tahapan selesai, tahapan akhir adalah penarikan kesimpulan/verifikasi. Kesimpulan dalam model Miles dan Huberman berisi semua uraian dari subkategori tema yang tercantum pada tabel kategorisasi dan pengodean yang sudah terselesaikan disertai dengan *quote* verbatim wawancaranya.

**BAB IV**  
**GAMBARAN UMUM KABUPATEN BULUKUMBA DAN KECEMATAN**  
**BONTOBAHARI**

**A. Gambaran Umum Kabupaten Bulukumba**

Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu daerah yang berada dalam wilayah administratif Provinsi Sulawesi Selatan. Kabupaten Bulukumba memiliki luas wilayah sekitar 1.154,7 km<sup>2</sup> atau sekitar 2,5 % dari luas wilayah Sulawesi Selatan. Jumlah penduduk keseluruhan mencapai 404.900 jiwa pada tahun 2018, dengan mayoritas mata pencaharian penduduknya bergerak pada sektor pertanian dan perikanan. Secara umum karakteristik bentang alam Kabupaten Bulukumba terdiri atas kawasan pesisir/pantai dan daratan hingga daerah pegunungan yang berbukit hingga terjal.

Ditinjau dari segi geografis, Kabupaten Bulukumba terletak di bagian Selatan Provinsi Sulawesi Selatan, berjarak kurang lebih 153 kilometer dari ibukota Propinsi Sulawesi Selatan terletak antara 05<sup>0</sup> 20'– 05<sup>0</sup> 40' lintang selatan dan 119<sup>0</sup> 58'– 120<sup>0</sup> 28' bujur timur.

Secara administratif, Kabupaten Bulukumba memiliki batas sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kabupaten Sinjai
- Sebelah Selatan : Laut Flores
- Sebelah Timur : Teluk Bone
- Sebelah Barat : Kabupaten Bantaeng

Kabupaten Bulukumba terbagi atas 10 wilayah kecamatan dan 27 kelurahan serta 103 desa dimana Ibukota Kabupaten Bulukumba adalah Kecamatan Ujung

Bulu, sedangkan ditinjau dari aspek luas wilayah kecamatan, maka Kecamatan Gantarang merupakan kecamatan yang terluas dengan luas 173,50 Km<sup>2</sup>, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4 dan gambar 1 berikut:

**Tabel 4.1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Bulukumba Tahun 2017**

No	Kecamatan	Luas (km <sup>2</sup> )	Persentase (%)
1	Gantarang	173,50	15,03
2	Ujung Bulu	14,40	1,25
3	Ujung Loe	144,30	12,5
4	Bontobahari	108,60	9,41
5	Bontotiro	78,30	6,78
6	Herlang	68,80	5,96
7	Kajang	129,10	11,18
8	Bulukumpa	171,30	14,84
9	Rilau Ale	117,50	10,18
10	Kindang	148,80	12,87
<b>Jumlah</b>		<b>1154,7</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kabupaten Bulukumba Dalam Angka Tahun 2017*

Jumlah penduduk Kabupaten Bulukumba tentu saja terus akan tumbuh seiring dengan perkembangan Kabupaten Bulukumba itu sendiri dan pesatnya pertumbuhan penduduk tersebut dipengaruhi oleh kelahiran dan urbanisasi yang cukup besar. Implikasi pertumbuhan penduduk yang cukup pesat tersebut tentu saja menimbulkan masalah-masalah sosial ekonomi di perkotaan dan memberikan

pekerjaan yang besar bagi pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba untuk mengelolannya.

## **B. Gambaran Umum Kecamatan Bontobahari**

Gambaran umum Kecamatan Bonto Bahari yaitu kondisi keseluruham kawasan Kecamatan Bontobahari, dimana di Kecamatan Bonto Bahari terdapat 5 desa dan 3 kelurahan, diantaranya Desa Bira, Desa Darubiah, Desa Ara, Desa Lembanna, Desa Benjala, Kelurahan Tanah Lemo, Kelurahan Tanah Beru, dan Kelurahan Sapolohe, dengan jumlah penduduk keseluruhan 24,561 jiwa.

Secara administratif Kecamatan Bonto Bahari berbatasan langsung dengan:

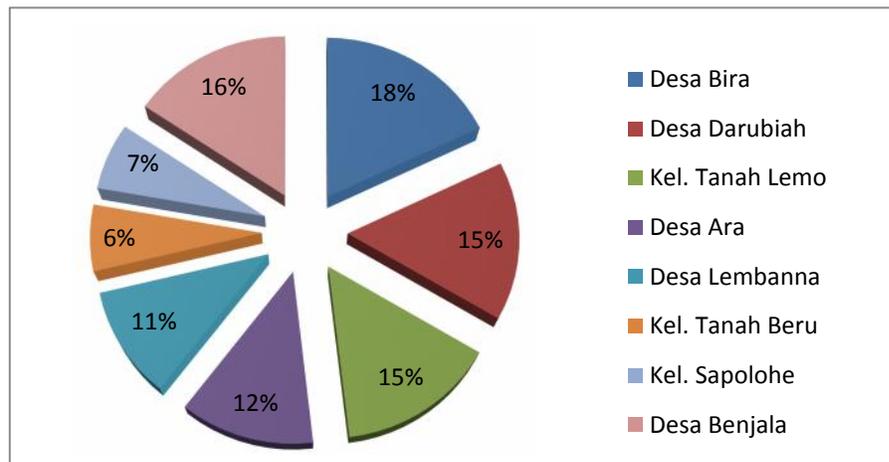
- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Bonto Tiro.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Laut Flores.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Perairan Teluk Bone.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Ujung Loe.

Apabila ditinjau dari luas wilayah, maka Kecamatan Bonto Bahari memiliki luas wilayah 108,60 Km<sup>2</sup> atau 10.860 Ha (9,40%), dengan luas masing-masing desa dan kelurahan yang berbeda – beda. Wilayah yang terluas di Kecamatan Bonto Bahari yaitu, Desa Bira sedangkan untuk wilayah yang memiliki luas paling kecil adalah Kelurahan Tanah Beru. Masing-masing desa dan kelurahan tersebut berbatasan langsung dengan garis pantai Kabupaten Bulukumba. Berikut uraian luas wilayah Kacamatan Bonto Bahari pada tabel 3.

**Tabel 4.2. Luas Wilayah Desa/Kelurahan dalam Lingkup Kecamatan Bonto Bahari Tahun 2017**

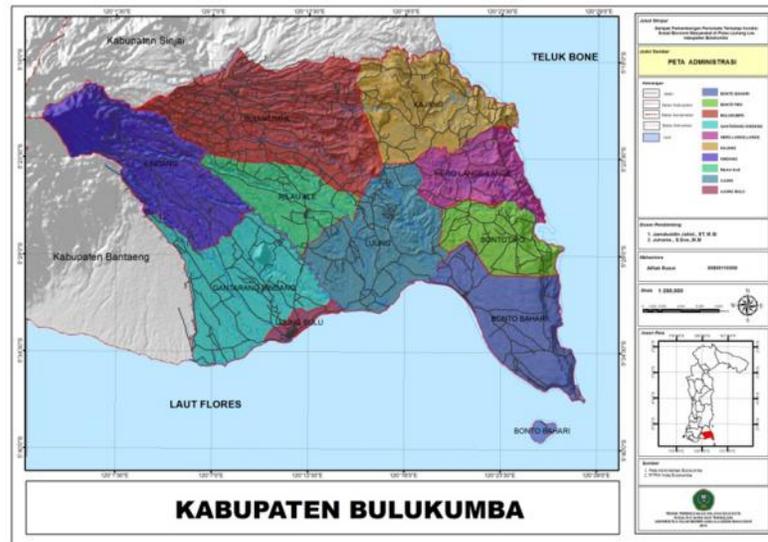
No	Desa/Kelurahan	Luas Wilayah (Km2)	Persentase (%)
1	Bira	19,50	18
2	Darubiah	16,85	16
3	Tanah Lemo	15,95	15
4	Ara	13,39	12
5	Lembanna	11,71	11
6	Tanah Beru	7,05	6
7	Sapolohe	7,15	7
8	Benjala	17,00	16
<b>Jumlah</b>		<b>108,6</b>	<b>100</b>

Sumber : Kecamatan Bonto Bahari Dalam Angka Tahun 2017

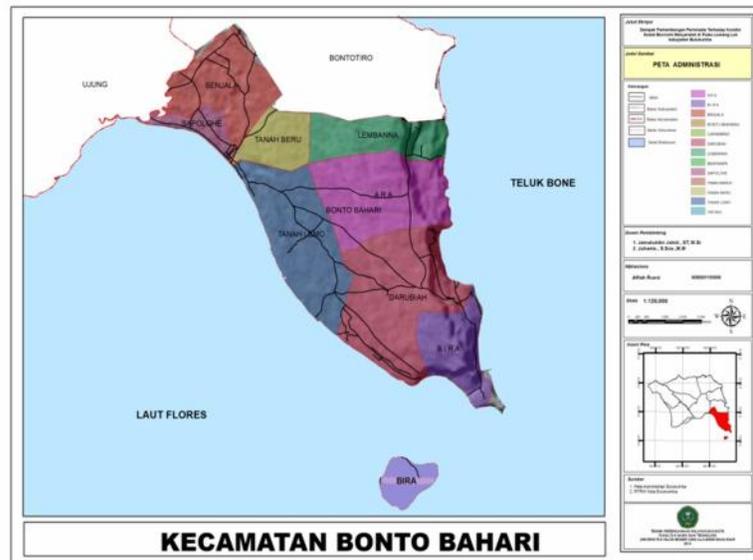


Gambar 4.1 .Grafik Pembagian Wilayah Administratif Kecamatan Bonto Bahari

Gambar 4.2. Peta Kabupaten Bulukumba



Gambar 4.3. Peta kecamatan bontobahari



### **C. Aspek demografi (kependudukan)**

Salah satu acuan dalam melakukan pengembangan dalam suatu wilayah adalah data penduduk, karena penduduk merupakan salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap perkembangan suatu kota, daerah ataupun wilayah. Tinjauan aspek demograf dilakukan secara internal, yang mencakup tinjauan terhadap jumlah distribusi dan kepadatan penduduk, penduduk menurut jenis kelamin, dan penduduk menurut mata pencaharian.

#### **a. Jumlah Penduduk**

Jumlah penduduk di kabupaten bulukumba dari data yang telah dihimpun dari berbagai sumber, data pertumbuhan penduduk pada tahun 2016 terakhir di kabupaten bulukumba mengalami pertumbuhan yang terus meningkat dengan jumlah penduduk 413229 ribu jiwa. Sedangkan jumlah penduduk dikecamatan Gantarang sebesar 74582, Ujung Bulu sebesar 53764, Ujung Loe sebesar 41397, Bontobahari sebesar 25233, Bontotiro sebesar 21916, Herlang sebesar 24560, Kajang sebesar 48635, Bulukumpa sebesar 52259, Rilau Ale sebesar 39775, Kindang sebesar 31108 ribu jiwa. Berikut tabel jumlah penduduk kabupaten bulukumba pada tahun 2016.

**Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Kabupaten Bulukumba Pada Tahun 2017**

No	Kecamatan	Tahun 2017
1	Gantarang	74582
2	Ujung Bulu	53764
3	Ujung Loe	41397
4	Bontobahari	25233
5	Bontotiro	21916
6	Herlang	24560
7	Kajang	48635
8	Bulukumpa	52259
9	Rilau Ale	39775
10	Kindang	31108
<b>Jumlah</b>		<b>413229</b>

Sumber : BPS Kabupaten Bulukumba

**b. Penduduk Menurut Jenis Kelamin**

Struktur penduduk menurut jenis kelamin merupakan perbandingan yang memperlihatkan selisih antara jumlah penduduk laki-laki dan perempuan. Berdasarkan sumber data yang diperoleh, dapat diuraikan bahwa jumlah penduduk di kabupaten bulukumba tahun 2017 terdiri dari laki-laki sebanyak 195229 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 218000 jiwa, jadi total penduduk selama terakhir adalah 413229 jiwa. Dari jumlah penduduk tersebut, dapat dilihat bahwa

penduduk untuk jenis perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk laki – laki. Berikut tabel jumlah berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.5. Jumlah Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Laki- laki</b>	<b>Perempuan</b>
1	Gantarang	35643	38939
2	Ujung Bulu	25867	27897
3	Ujung Loe	19542	21855
4	Bontobahari	11488	13745
5	Bontotiro	9488	12428
6	Herlang	11139	13421
7	Kajang	23149	25486
8	Bulukumpa	24996	27263
9	Rilau Ale	18730	21045
10	Kindang	15187	15921
<b>Jumlah</b>		<b>195229</b>	<b>218000</b>

Sumber : BPS Kabupaten Bulukumba

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A Hasil Penelitian**

Data penelitian diperoleh dari wawancara langsung para responden. Responden dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha mikro kecil yang berbasis ekonomi kreatif dalam hal ini usaha miniatur perahu pinisi, usaha gordeng, usaha pembuatan tenung pada Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba yang masing-masing dalam satu usaha 5 sampel responden, jadi keseluruhan adalah sebanyak 15 responden.

Pengumpulan data pada usaha pengrajin miniature perahu pinisi, usaha pembuatan tenung, usaha gordeng di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba yang diperoleh melalui data primer berupa wawancara langsung. Selanjutnya peneliti melakukan analisis data yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pendapatan dan hambatan usaha, Pada usaha pengrajin miniature perahu pinisi, usaha gordeng, usaha pembuatan tenung di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

Pendapatan dan hambatan yang di hadapi oleh para pelaku usaha mikro kecil pada usaha pengrajin miniatur kapal pinisi, usaha pembuatan tenung, usaha gordeng di kecamatan bontobahari Kabupaten Bulukumba sebagai berikut.

#### **1. Usaha miniatur perahu pinisi**

Usaha miniatur perahu pinisi di Tanahberu adalah sebuah usaha usaha yang termasuk ekonomi kreatif yang dijalankan oleh perorangan yang membutuhkan kreatifas yang tinggi. Usaha ini bergerak bersifat home industry, yang dilakukan

oleh Baharuddin, Syahril, Nurdin, Kaharuddin, Rajanuddin. Produk yang ditawarkan adalah miniature perahu pinisi yang berbagai dengan model dan ukuran, begitu juga dengan Harga yang di tawarkan sesuai dengan besar ukurannya. Selama ini, yang menjadi pelanggan adalah pengunjung yang datang berwisata di kecamatan bontobahari, dan juga kadangkala ada pesanan masuk dari perusahaan. Dalam menjalankan usaha miniature perahu pinisi selama ini para pengusaha hanya menjual produk usahanya hanya dipajang atau meletakkan didepan rumah. Usaha pembuatan miniature perahu pinisi bukanlah proriotas utama untuk memenuhi kebutuhan keluarga mereka melainkan hanya pekerjaan sampingan yang apabila pada saat ada waktu kosong dari pekerjaan utamanya sebagai pembuat kapal pinisi. Berikut hasil produksi, harga jual, biaya produksi, penerimaan dan pendapatan usaha Miniature Perahu Pinisi:

a. Produksi

Pada dasarnya usaha dalam meningkatkan produksinya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan yang diterimanya. Hasil produksi yang diperoleh dinilai dari biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. produksi rata-rata yang di buat setiap minggu 2 unit Miniature Perahu Pinisi dikali empat minggu dalam sebulan yaitu sebanyak 8 unit yang dibuat.

b. Harga Jual

Harga merupakan persetujuan antara pembeli dan penjual dalam satu produk tertentu. Untuk harga Miniature Perahu Pinisi berdasarkan ukurannya dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut.

**Tabel 5.1. Harga Penjualan Miniature Perahu Pinisi**

No	Nama Pengusaha	Harga Ukuran Kecil (Rp)	Penjualan / Bulan	Harga Ukuran Sedang (Rp)	Penjualan / Bulan	Harga Ukuran Besar (Rp)	Penjualan / Bulan
1.	baharuddin	200.000	8 unit	1000.000	1 unit	3000.000	1 unit
2.	syahril	200.000	4 unit	300.000	1 unit	500.000	1 unit
3.	Nurdin	100.000	4 unit	200.000	1 unit	1.500.000	1 unit
4.	Kaharuddin	200.000	8 unit	1000.000	1 unit	5000.000	1 unit
5.	Rajanuddin	100.000	4 unit	300.000	1 unit	1000.000	1 unit

*Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)*

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa harga penjualan miniature perahu pinisi sesuai dengan model dan ukurannya. Harga yang ditawarkan baharuddin dengan ukuran kecil Rp. 200.000 dengan penjualan rata-rata 8 unit perbulannya, ukuran sedang Rp. 1000.000 dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya dan ukuran yang besar Rp. 3000.000 dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya.

Harga yang di tawarkan syahril dengan ukuran kecil Rp. 200.000, dengan penjualan rata-rata 4 unit perbulannya, dan ukuran sedang Rp. 300.000 dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya sedangkan ukuran yang besar Rp. 500.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya.

Harga yang di tawaran Nurdin dengan ukuran kecil Rp. 100.000, dengan penjualan rata-rata 4 unit perbulannya, dan ukuran sedang Rp. 200.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya sedangkan ukuran yang besar Rp. 1.500.000 dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya.

Harga yang di tawaran Kaharuddin dengan ukuran kecil Rp. 200.000, dengan penjualan rata-rata 8 unit perbulannya, dan ukuran sedang Rp. 1000.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya sedangkan ukuran harga yang besar Rp. 5000.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya.

Rajanuddin melakukan penentuan harga ukuran kecil Rp. 100.000, dengan penjualan rata-rata 4 unit perbulannya, dan ukuran sedang Rp. 300.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya sedangkan ukuran yang besar Rp. 1000.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya.

a. Biaya Produksi

Biaya adalah pengeluaran dalam proses produksi yang tidak dapat dihindarkan. Biaya mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan setiap usaha. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi sesuatu sangat menentukan besar harga dan produk yang dihasilkan. Biaya produksi yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam membuat miniature perahu pinisi dalam satu kali produksi. Biaya ini yang dihitung adalah biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja dan biaya lainnya. Pada tabel 5.2 dapat dilihat rincian rata-rata biaya miniature perahu pinisi dalam proses produksi.

**Tabel 5.2. Rincian Biaya Produksi Miniature Perahu Pinisi**

No	Nama Pengusaha	Uraian	Satuan	Haarga (Rp)/Satuan	Biaya (Rp)
1.	baharuddin	Kayu	1 batang	500.000	500.000
		Lem	8 box	7.000	56.000
		Amplas	1 rol	35.000	35.000
		Benang	2 rol	8.000	16.000
		Kuas	2 unit	10.000	20.000
		Tali	1 rol	35.000	35.000
		Cat pernis	15 ting	20.000	300.000
		Pilos	7 kaleng	17.000	119.000
		Paku kecil	½ kg	15.000	15.000
		Listrik	Rp.	40.000	40.000
		Tenaga kerja	1 orang	500.000	<u>500.000+</u>
		<b>Total</b>			<b>1.640.000</b>

Lanjutan tabel 5.2

No	Nama Pengusaha	Uraian	Satuan	Harga(Rp) /Satuan	Harga (Rp)		
2.	Syahril	Kayu	1 batang	300.000	300.000		
		Lem	5 box	7.000	35.000		
		Amplas	1 roll	25.000	25.000		
		Benang	3 roll	10.000	30.000		
		Kuas	2 unit	10.000	20.000		
		Tali	1 roll	45.000	45.000		
		Cat pernis	5 ting	20.000	100.000		
		Pilos	5 kaleng	17.000	85.000		
		Paku kecil	½ kg	15.000	15.000		
		Listrik	Rp.	25.000	25.000		
		Tenaga kerja	1 orang	300.000	<u>400.000+</u>		
		<b>Total</b>			<b>1.080.000</b>		
		3.	Nurdin	Kayu	1 batang	500.000	500.000
Lem	9 box			7.000	63.000		
Amplas	1 roll			20.000	20.000		
Benang	3 roll			20.000	20.000		
Kuas	3 unit			10.000	30.000		
Tali	1 roll			45.000	45.000		
Cat pernis	15 ting			20.000	300.000		
Paku kecil	½ kg			15.000	15.000		
Listrik	Rp			35.000	35.000		
Tenaga kerja	1 orang			400.000	<u>400.000+</u>		
<b>Total</b>					<b>1.430.000</b>		
4.	Kaharuddin			Kayu	1 batang	600.000	600.000
				Lem	5 box	7.000	21.000
		Amplas	1 roll	25.000	25.000		
		Benang	3 roll	50.000	50.000		
		Kuas	2 unit	10.000	20.000		
		Tali	1 roll	45.000	45.000		
		Cat pernis	10 ting	200.000	200.000		
		polis	5 kaleng	17.000	85.000		
		Paku kecil	½ kg	15.000	15.000		
		Listrik	Rp	30.000	30.000		
		Tenaga kerja	1 orang	400.000	<u>400.000+</u>		
		<b>Total</b>			<b>1.490.000</b>		

Lanjutan tabel 5.2

No	Nama Pengusaha	Uraian	Satuan	Harga (Rp) Satuan	Harga (Rp)
5.	Rajanuddin	Kayu	1 batang	500.000	500.000
		Lem	1 box	7.000	21.000
		Amplas	1roll	30.000	30.000
		Benang	3 roll	30.000	30.000
		Kuas	2 unit	10.000	10.000
		Tali	1 roll	45.000	45.000
		Cat pernis	10 ting	20.000	80.000
		Paku kecil	½ kg	20.000	20.000
		Listrik	Rp	35.000	35.000
		Tenaga kerja	1 orang	400.000	<u>400.000+</u>
		<b>Total</b>			<b>1.170.000</b>

Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)

Berdasarkan tabel dapat dilihat, bahwa biaya produksi yang dikeluarkan baharuddin dalam sebulan produksi sebesar Rp. 1.640.000, dan biaya produksi yang dikeluarkan syahril dalam sebulan sebesar Rp. 1.080.000. Sementara biaya produksi yang dikeluarkan Nurdin dalam sebulan sebesar Rp. 1.430.000 sedangkan biaya produksi yang dikeluarkan kaharuddin dalam sebulan sebesar Rp. 1.490.000. demikian juga Biaya produksi yang dikeluarkan Rajanuddin dalam sebulan sebesar Rp. 1.170.000.

### c. Penerimaan

Penerimaan adalah jumlah produksi dikali dengan harga jual yang berlaku. Dalam kegiatan usaha, selalu meningkatkan produksi dengan harapan bahwa pendapatan yang diterima akan naik sejalan dengan bertambahnya produksi yang dihasilkan. Penerimaan berkaitan erat dengan volume produksi dan harga jual, oleh karena itu penerimaan merupakan hasil perkalian antara harga jual yang berlaku dalam produksi. Pada tabel 5.3 dapat dilihat total penerimaan dari produksi.

**Tabel 5.3 . Penerimaan Miniature Perahu Pinisi**

No.	Nama Pengusaha	Penjualan / bulan	Penerimaan(Rp)
1.	Baharuddin	10 unit	5.600.000
2.	Syahril	6 unit	1.600.000
3.	Nurdin	6 unit	2.100.000
4.	Kaharuddin	10 unit	7.600.000
5.	Rajanuddin	6 unit	1.700.000

*Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)*

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa usaha milik Baharuddin yang berada di Desa Tanaberu Kecamatan Bontobahari dengan hasil penjualan setiap bulan sebesar Rp.5.600.000 dan hasil yang diperoleh dari penjualan syahril setiap bulan sebesar Rp.1.600.000 sementara hasil penjualan Nurdin setiap bulan sebesar Rp.2.100.000 sedangkan Hasil penjualan Kaharuddin setiap bulan sebesar Rp.7.600.000 begitu juga hasil penjualan Rajanuddin setiap bulan sebesar Rp. 1.700.000.

d. Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh sangat tergantung dari jumlah penerimaan yang diterima dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan, besarnya penerimaan yang didapat merupakan hasil perkalian antara harga jual produk dengan jumlah produksi yang dihasilkan sehingga semakin tinggi produksi dengan biaya semakin kecil dan harga akan mempengaruhi keuntungan. Keuntungan usaha miniature perahu pinisi dapat dilihat pada tabel 5.4 berikut ini.

**Tabel 5.4. penerimaan, Rincian biaya Produksi, dan Pendapatan Usaha Miniature Perahu Pinisi**

No	Pengusaha	Penerimaan Usaha / Bulan (TR)(Rp)	Biaya Produksi / Bulan ( TC) (Rp)	l̄nc̄ at̄ $(\bar{\pi} = \bar{TR} - \bar{TC})$ (Rp)
1.	Baharuddin	5.600.000	1.640.000	3.960.000
2.	Syahril	1.600.000	1.080.000	520.000
3.	Nurdin	2.100.000	1.430.000	670.000
4.	Kaharuddin	7.600.000	1.490.000	6.110.000
5.	Rajanuddin	1.700.000	1.170.000	530.000
<b>Rata-rata</b>		<b>3.720.000</b>	<b>1.362.000</b>	<b>2.358.000</b>

Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)

Tabel di atas dijelaskan bahwa usaha milik Baharuddin yang berada di Desa Tanaberu Kecamatan Bontobahari dengan penerimaan kotornya sebesar Rp. 5.600.000, dan biaya produksi yang di keluarkan untuk memproduksi sebesar Rp.1.640.000, sehingga mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha tersebut Rp.3.960.000, perbulannya.

Usaha yang dijalankan Syahril yang berada di Desa Tanaberu Kecamatan Bontobahari dengan hasil penerimaan kotornya sebesar Rp.1.600.000, dan biaya produksi yang di keluarkan untuk memproduksi sebesar Rp.1.080.000, sehingga mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha tersebut Rp. 520.000, perbulannya.

Usaha yang dijalankan Nurdin berada di desa Tanaberu Kecamatan Bontobahari dengan penerimaan kotornya sebesar Rp.2.100.000, dan biaya produksi yang di keluarkan untuk memproduksi sebesar Rp.1.430.000, sehingga mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha tersebut Rp. 670.000, perbulannya.

Usaha yang dijalankan Kaharuddin berada di Desa Tanaberu Kecamatan Bontobahari dengan hasil penerimaan kotornya sebesar Rp.7.600.000 dan biaya produksi yang di keluarkan untuk memproduksi sebesar Rp. 1.490.000, sehingga mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha tersebut Rp.6.110.000, perbulannya.

Usaha yang dijalankan Rajanuddin berada di Desa Tanaberu Kecamatan Bontobahari dengan dengan hasil penerimaan kotornya sebesar Rp.1.700.000, dan biaya produksi yang di keluarkan untuk memproduksi Miniature. Rp.1.170.000, sehingga mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha tersebut Rp.530.000, perbulannya. Rata-rata penerimaan perbulannya sebesar Rp. 3.720.000. Rata-rata penerimaan sebesar Rp.3.720.000, dan rata-rata biaya produksi sebesar Rp.1.362.000, sedangkan rata-rata pendapatan sebesar Rp.2.358.000.

Usaha Miniature Perahu Pinisi di Desa Tanaberu Kecamatan Bontobahari mampu meningkatkan pendapatan karena dilihat dari keuntungan yang diperoleh berkisar antara Rp 500.000 hingga mencapai Rp 6.000.000, jika dilihat dari keuntungan yang di dapat dari kegiatan usaha tersebut sebenarnya sangat menjanjikan apabila para pembuat miniature perahu pinisi lebih bisa fokus dalam mengembangkan usahanya.

## **2. Usaha Gordeng**

Usaha gordeng di desa Arah adalah sebuah usaha sebuah usaha yang termasuk ekonomi kreatif yang dijalankan oleh perorangan yang membutuhkan kreatifas yang tinggi. Usaha ini bergerak bersifat home industry, yang dilakukan oleh Hj.kain, Budiman, Hj.sia, Rusmiati, dan Nirmawati. Produk yang ditawarkan

adalah gordeng yang berbagai jenis model ada yang gordeng kupu-kupu, gordeng spayol, gordeng selendan, gordeng moderen, gordeng minimalis, gordeng klasik, dan gordeng kantor ( woddem blind, vertical blind, horisontal blid). Harga yang di tawarkan sesuai dengan model dan ukurannya serta kualitas kain yang digunakan. Dalam menjalankan usaha selama ini, para pengusaha gordeng desa arah hanya menjadikan usaha gordeng tersebut usaha sampingan semata untuk menambah keuangan keluarga mereka. Berikut hasil produksi, harga jual, biaya produksi, penerimaan dan pendapatan usaha gordeng :

a. Produksi

Pada dasarnya usaha dalam meningkatkan produksinya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan yang diterimanya. Hasil produksi yang diperoleh dinilai dari biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. produksi rata-rata yang dibuat setiap bulan tergantung pesananan gordeng yang ada.

b. Harga Jual

Harga merupakan persetujuan antara pembeli dan penjual dalam satu produk tertentu. Untuk harga gordeng berdasarkan jumlah jendela dan pintu dalam satu rumah serta kualitas kain yang digunakan bisa dilihat pada tabel 5.5 berikut:

**Table 5.5. Harga Penjualan Gordeng**

No	Nama Pengusaha	Harga Persatu Mata Pintu (Rp)	Harga Persatu Mata Jendela (Rp)
1.	Hj. Kain	350.000	250.000
2.	Budiman	350.000	250.000
3.	Hj. sia	500.000	350.000
4.	Rusmiati	500.000	350.000
5.	Nirmawati	700.000	500.000

*Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)*

Berdasarkan tabel diatas bahwa harga penjualan gordeng Hj. Kain persatu mata pintu sebesar Rp. 350.000 dan harga jendela Rp 250.000, dan harga yang di tawarkan Budiman persatu mata pintu sebesar Rp. 350.000 dan harga jendela Rp 250.000, sementara harga penjualan gordeng Hj. Sia persatu satu mata pintu adalah Rp. 500.000 dan harga jendela Rp.350.000, sedangkan harga penjualan gordeng Rusmiati persatu mata pintu sebesar Rp. 500.000 dan harga jendela Rp 350.000, demikian juga harga penjualan gordeng Nawalia persatu mata pintu sebesar Rp. 700.000 dan harga jendela Rp 500.000. Dari kelima pengusaha gordeng masing-masing mempunyai harga yang telah mereka tentukan berdasarkan jenis kain dan jumlah pintu dan jendela dalam satu rumah.

#### c. Biaya Produksi

Biaya adalah pengeluaran dalam proses produksi yang tidak dapat dihindarkan. Biaya mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan setiap usaha. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi sesuatu sangat menentukan besar harga dan produk yang dihasilkan. Biaya produksi yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam membuat gordeng dalam satu kali produksi . Biaya ini yang

dihitung adalah biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja dan biaya penolong. Dapat dilihat tabel 5.6 sebagai berikut.

**Tabel 5.6. Rincian Biaya Produksi Usaha Gordeng**

No	Nama Pengusaha	Uraian	Satuan	Harga (Rp)/ Satuan	Biaya (Rp)
1.	Hj. kain	Kain Tenaga kerja Besi Listrik Aksesoris-Gordeng Trasportasi <b>Total</b>	25 meter 3 Orang 5 batang Rp Rp Rp	1.250.000 200.000 120.000 150.000 250.000 100.000	1.250.000 600.000 600.000 150.000 250.000 <u>100.000 +</u> <b>2.950.000</b> <b>00X4rumah</b> <b>= 8.850.000</b>
2.	Budiman	Kain Tenaga kerja Besi Listrik Aksesoris-Gordeng Trasportasi <b>Total</b>	25 meter 3 Orang 5 batang Rp Rp Rp	50.000 200.000 120.000 100.000 200.000 50.000	1.250.000 600.000 600.000 100.000 200.000 <u>50.000+</u> <b>2.800.000X</b> <b>4rumah=</b> <b>11.200.000</b>
3.	Hj. Sia	Kain Tenaga kerja Besi Listrik Aksesoris-Gordeng Trasportasi <b>Total</b>	20 meter 2 Orang 5 batang Rp Rp Rp	1.000.000 150.000 120.000 100.000 150.000 50.000	1.000.000 300.000 600.000 100.000 150.000 <u>50.000 +</u> <b>2.200.00X4</b> <b>rumah=</b> <b>6.600.000</b>
4.	Rusmiati	Kain Tenaga kerja Besi Listrik Aksesoris-Gordeng Trasportasi <b>Total</b>	20 meter 1 Orang 5 batang Rp Rp Rp	1000.000 150.000 120.000 100.000 150.000 100.000	1000.000 150.000 600.000 100.000 100.000 <u>100.000 +</u> <b>2.050.0000</b>

					<b>00X4rumah =4.100.000</b>
5.	Nirmawati	Kain	15 meter	750.000	750.000
		Tenaga kerja	2 Orang	100.000	200.000
		Besi	5 batang	120.000	600.000
		Listrik	Rp	100.000	100.000
		Aksesoris-Gordeng	Rp	100.000	100.000
		Trasportasi	Rp	100.000	<u>100.000 +</u>
		<b>Total</b>			<b>1.850.000X 4rumah=3. 700.000</b>

Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)

Berdasarkan tabel diatas biaya produksi yang dikeluarkan Hj.Kain sebesar Rp.2.950.000 X 3 rumah dalam sebulan Rp.8.850.000, dan biaya sekali produksi yang dikeluarkan budiman sekali produksi sebesar Rp.2.800.000 X 4 rumah dalam sebulan Rp.11.200.000, sementara biaya sekali produksi yang dikeluarkan Hj.Sia sebesar Rp.2.200.000 X 3 rumah dalam sebulan Rp.6.600.000, sedangkan yang dikeluarkan Rusmiati sebesar Rp. 2.050.000 X 2 rumah dalam sebulan Rp.4.100.000 begitu juga biaya sekali produksi biaya sekali produksi yang dikeluarkan Nirmawati sebesar Rp.1.850.000 X 2 rumah dalam sebulan Rp.3.700.000.

d. Penerimaan

Penerimaan adalah jumlah produksi dikali dengan harga jual yang berlaku. Dalam kegiatan usaha, selalu meningkatkan produksi dengan harapan bahwa pendapatan yang diterima akan naik sejalan dengan bertambahnya produksi yang dihasilkan. Penerimaan berkaitan erat dengan volume produksi dan harga jual, oleh karena itu penerimaan merupakan hasil perkalian antara harga jual yang berlaku dalam produksi. Dapat dilihat tabel 5.7 sebagai berikut.

**Tabel 5.7. Penerimaan Usaha Gordeng**

No.	Nama Pengusaha	Rata-rata Harga /rumah (Rp)	Penjualan perbulan (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Hj. kain	3.650.000	3 Rumah	10.950.000
2.	Budiman	3.650.000	4 Rumah	14.600.000
3.	Hj. sia	5.150.000	3 Rumah	15.450.000
4.	Rusmiati	5.150.000	2 Rumah	10.300.000
5.	Nirmawati	5.950.000	2 Rumah	11.900.000

*Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)*

Tabel diatas menjelaskan penerimaan perbulannya yang didapatkan Hj. Kain selama sebulan dengan penjualan 3 rumah dengan harga rata-rata persatu rumah dengan 4 pintu 9 jendela sebesar Rp. 3.650.000 maka penerimaan perbulannya sebesar Rp. 10.950.000, Budiman dengan penjualan setiap bulannya 4 rumah dengan harga rata-rata persatu rumah dengan 4 pintu 9 jendela sebesar Rp.3.650.000 maka penerimaan perbulannya sebesar Rp. 14.600.000, dan pendapatan yang di peroleh Hj Sia selama sebulan dengan hasil penjualan perbulannya 3 rumah dengan harga rata-rata persatu rumah dengan 4 pintu 9 jendela sebesar Rp. 5.150.000, maka penerimaan perbulannya sebesar Rp. 15.450.000, sementara sedangkan Rusmiati pendapatan yang diperoleh selama sebulan dengan penjualan 2 rumah dengan harga rata-rata persatu rumah dengan 4 pintu 9 jendela sebesar Rp. 5.150.000 maka penerimaan perbulannya rumah sebesar Rp. 10.300.000, Begitu juga Nirmawati pendapatan yang diperoleh selama sebulan dengan penjualan 2 rumah dengan harga rata-rata persatu rumah dengan 4 pintu 9 jendela sebesar Rp. 5.950.000, maka penerimaan perbulannya sebesar Rp. 11.900.000.

e. Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh sangat tergantung dari jumlah penerimaan yang diterima dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan, besarnya penerimaan yang didapat merupakan hasil perkalian antara harga jual produk dengan jumlah produksi yang dihasilkan sehingga semakin tinggi produksi dengan biaya semakin kecil dan harga akan mempengaruhi keuntungan usaha gordeng dapat dilihat pada tabel 5.8 berikut ini.

**Tabel 5.8 . penerimaan, Rincian biaya Produksi, dan Pendapatan Usaha Gordeng**

No	Pengusaha	penerimaan Usaha / Bulan (TR) (Rp)	Biaya Produksi / Bulan ( TC) (Rp)	Keuntungan (Rp)
				$(\bar{p} = \frac{daj - an}{\pi} \frac{TR}{TC})$
1.	Hj Kain	10.950.000	8.850.000	2.100.000
2.	Budiman	14.600.000	11.200.000	3.400.000
3.	Hj Sia	15.450.000	6.600.000	8.850.000
4.	Rusmiati	10.300.000	4.100.000	6.200.000
5.	Nirmawati	11.900.000	3.700.000	8.200.000
	<b>Rata-rata</b>	<b>12.640.000</b>	<b>6.890.000</b>	<b>5.750.000</b>

Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa usaha gordeng Hj Kain penerimaan rata-rata adalah sebesar Rp 10.950.000 perbulan dengan total biaya produksi sebulan sebesar Rp.8.850.000 sehingga rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.2.100.000 dan usaha gordeng Budiman penerimaan rata-rata adalah sebesar Rp.14.600.000 perbulan dengan total biaya produksi sebulan sebesar Rp.11.200.000, sehingga rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 3.400.000.

Usaha gordeng Hj Sia penerimaan rata-rata adalah sebesar Rp 15.450.000 perbulan dengan total biaya produksi sebulan Rp. 6.600.000 sehingga rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 8.850.000, sementara usaha gordeng Rusmiati penerimaan rata-rata adalah sebesar Rp.10.300.000 perbulan dengan total biaya produksi sebulan sebesar Rp.4.100.000 sehingga rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 6.200.000, begitupula usaha Nirmawati penerimaan rata-rata adalah sebesar Rp.11.900.000 perbulan dengan total biaya produksi sekali produksi Rp. 3.700.000 sehingga rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.8.200.000

Usaha gordeng di desa Arah Kecamatan bontobahari mampu meningkatkan pendapatan karena dilihat dari keuntungan yang diperoleh berkisar antara Rp 2.000.000 hingga mencapai Rp 8.000.000, dan rata –rata penerimaan sebesar Rp. 12.670.000, biaya produksi sebesar Rp.6.890.000 dan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 5.750.000. Jika dilihat dari keuntungan yang di dapat dari kegiatan usaha tersebut sebenarnya sangat menjanjikan.

### **3. Usaha Pembuatan Tenung**

Usaha pembuatan tenung didesa Bira adalah sebuah usaha usaha yang termasuk ekonomi kreatif yang dijalankan oleh perorangan yang membutuhkan kreatifas yang tinggi. Usaha ini bergerak bersifat home industry,yang dilakukan oleh Siang, Manang, Samblich, Jumanang dan Nawalia. Produk yang ditawarkan adalah tenung yang dijadikan sarung yang berbagai jenis model ada sarung biasa dan sarung samarinda. Harga yang di tawarkan sesuai dengan model motif dan kualitas benang yang digunakan. Dalam menjalankan usaha selama ini, para pengusaha pengrajin pembuatan tenung desa bira hanya menjual produk

usahanya hanya melalui pesanan. Berikut hasil produksi, harga jual, biaya produksi, penerimaan dan pendapatan usaha pembuatan tenung:

a. Produksi

Pada dasarnya usaha dalam meningkatkan produksinya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan yang diterimanya. Hasil produksi yang diperoleh dinilai dari biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. produksi rata-rata yang di buat setiap minggu 2 sarung dikali empat minggu dalam sebulan yaitu sebanyak 8 sarung.

b. Harga Jual

Harga merupakan persetujuan antara pembeli dan penjual dalam satu produk tertentu. Untuk harga pembuatan tenung berdasarkan sarung yang di pesan dan kualitas benang yang digunakan, ada benang kasar dan ada benang halus bisa dilihat pada tabel 5.9 berikut.

**Tabel 5.9. Harga Sarung Usaha Pembuatan Tenung**

No	Nama Pengusaha	Harga sarung biasa (Rp)	Rata-rata penjualan/ bulan	Harga sarung samarinda(Rp)	Rata-rata penjualan /bulan
1.	Siang	200.000	8 sarung	600.000	1 sarung
2.	Manang	200.000	6 sarung	600.000	2 sarung
3.	Samblich	200.000	6 sarung	600.000	2 sarung
4.	Jumanang	200.000	8 sarung	600.000	1 sarung
5.	Nawalia	200.000	8 sarung	600.000	1 sarung

*Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)*

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa harga penjualan sarung tenung Siang dengan sarung biasa sebesar Rp. 200.000, dan penjualan rata-rata 8 sarung perbulannya, sedangkan harga sarung samarinda Rp.600.000, dan

penjualan rata-rata 1 unit perbulannya. Harga penjualan Manang dengan sarung biasa sebesar Rp. 200.000 dan penjualan rata-rata 6 unit perbulannya, sedangkan sarung samarinda Rp. 600.000, dan penjualan rata-rata 2 unit perbulannya.

Harga yang ditawarkan Sambiah dengan sarung biasa sebesar Rp. 200.000 dengan penjualan rata-rata 6 unit perbulannya, dan sarung samarinda Rp. 600.000, dengan penjualan rata-rata 2 unit perbulannya, sementara Harga penjualan Jumanan dengan sarung biasa sebesar Rp. 200.000 dengan penjualan rata-rata 8 unit perbulannya, dan sarung samarinda Rp. 600.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya, sedangkan Harga penjualan Nawalia dengan sarung biasa sebesar Rp. 200.000 dengan penjualan rata-rata 8 unit perbulannya, dan sarung samarinda Rp. 600.000, dengan penjualan rata-rata 1 unit perbulannya.

#### c. Biaya Produksi

Biaya adalah pengeluaran dalam proses produksi yang tidak dapat dihindarkan. Biaya mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan setiap usaha. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi sesuatu sangat menentukan besar harga dan produk yang dihasilkan. Biaya produksi yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam membuat gordeng dalam satu kali produksi . Biaya ini yang dihitung adalah biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja dan biaya penolong. Berikut tabel 5.10 dibawah ini.

Tabel 5.10. Rincian Biaya Produksi Usaha Pembuatan Tenung

No	Nama Pengusaha	Uraian	Satuan	Harga (Rp)/ Satuan	Biaya (Rp)
1.	Siang	Benang Tenaga kerja Listrik <b>Total</b>	Roll 1 Orang Rp	100.000 30.000 20.000	100.000 50.000 <u>20.000+</u> <b>170.000X</b> <b>9sarung =</b> <b>1.530.000</b>
2.	Manang	Benang Tenaga kerja Listrik <b>Total</b>	Roll 1 orang Rp	100.000 30.000 20.000	100.000 50.000 <u>20.000+</u> <b>170.000X8Sar</b> <b>ung</b> <b>=1.360.000</b>
3.	Sambliah	Benang Tenaga kerja Listrik <b>Total</b>	Roll 1 orang Rp	50.000 30.000 20.000	100.000 50.000 <u>20.000+</u> <b>170.000X8Sar</b> <b>ung</b> <b>=1.360.000</b>
4.	Jumanang	Benang Tenaga kerja Listrik <b>Total</b>	Roll 1 orang Rp	100.000 30.000 20.000	100.000 50.000 <u>20.000+</u> <b>150.000000X9</b> <b>Sarung</b> <b>=1.530.000</b>
5.	Nawalia	Benang Tenaga kerja Listrik <b>Total</b>	Roll 1 orang Rp	100.000 30.000 20.000	100.000 50.000 <u>20.000+</u> <b>170.000X9Sar</b> <b>ung =</b> <b>1.530.000</b>

Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa rata-rata biaya produksi yang di keluarkan siang dari pembuatan tenung yaitu bahan baku, tenaga kerja, listrik, setiap sekali produksi Rp.170.000 dikali jumlah penjualan perbulan sebanyak 9 sarung sebesar Rp.1.530.000 dan biaya produksi yang di keluarkan Manang dari pembuatan tenung yaitu bahan baku, tenaga kerja, listrik, setiap sekali produksi Rp. 170.000 dikali jumlah penjualan perbulan sebanyak 8 sarung sebesar Rp.1.360.000.

Biaya produksi yang di keluarkan sambliah dari pembuatan tenung yaitu bahan baku, tenaga kerja, listrik, setiap sekali produksi Rp. 170.000, dikali jumlah penjualan perbulan sebanyak 8 sarung sebesar Rp.1.360.000 sementara biaya produksi yang di keluarkan Jumanang dari pembuatan tenung yaitu bahan baku, tenaga kerja, listrik, setiap sekali produksi Rp. 170.000, dikali jumlah penjualan perbulan sebanyak 9 sarung sebesar Rp.1.530.000 sedangkan biaya produksi yang di keluarkan Nawalia dari pembuatan tenung yaitu bahan baku, tenaga kerja, listrik, setiap sekali produksi Rp. 170.000, dikali jumlah penjualan perbulan sebanyak 9 sarung sebesar Rp.1.530.000.

d. Penerimaan

Penerimaan adalah jumlah produksi dikali dengan harga jual yang berlaku. Dalam kegiatan usaha, selalu meningkatkan produksi dengan harapan bahwa pendapatan yang diterima akan naik sejalan dengan bertambahnya produksi yang dihasilkan. Penerimaan berkaitan erat dengan volume produksi dan harga jual, oleh karena itu penerimaan merupakan hasil perkalian antara harga jual yang berlaku dalam produksi. Dapat dilihat tabel 5.11 sebagai berikut.

**Tabel 5.11 Penerimaan Usaha Pembuatan Tenung**

<b>No.</b>	<b>Nama Pengusaha</b>	<b>Penerimaan (Rp)</b>
1.	Siang	2.200.000
2.	Manang	1.800.000
3.	Samblich	1.800.000
4.	Jumanang	2.200.000
5.	Nawalia	2.200.000

*Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)*

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa penerimaan dalam satu bulan yang diperoleh siang sebesar Rp. 2.200.000, dan penerimaan dalam satu bulan yang didapatkan manang sebesar Rp. 1.800.000. sementara Penerimaan yang sama di dapatan dalam satu bulan yang didapatkan samblich sebesar Rp. 1.800.000, sedangkan Penerimaan dalam satu bulan yang didapatkan Jumanang sebesar Rp. 2.200.000. begitu juga Penerimaan dalam satu bulan yang didapatkan Nawaliah sebesar Rp. 2.200.000,

e. Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh sangat tergantung dari jumlah penerimaan yang diterima dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan, besarnya penerimaan yang didapat merupakan hasil perkalian antara harga jual produk dengan jumlah produksi yang dihasilkan sehingga semakin tinggi produksi dengan biaya semakin kecil dan harga akan mempengaruhi keuntungan. Keuntungan usaha tenung dapat dilihat pada tabel 5.12 berikut ini.

**Tabel 5.12. penerimaan, Rincian biaya Produksi , dan Pendapatan Usaha Pembuatan Tenung**

No	Pengusaha	penerimaan Usaha /Bulan (TR)(Rp)	Biaya Produksi / Bulan (TC)(Rp)	pendapatan ( $\pi = \frac{TR}{TR} - \frac{TC}{TC}$ ) (Rp)
1.	Siang	2.200.000	1.530.000	670.000
2.	Manang	1.800.000	1.360.000	440.000
3.	Samblich	1.800.000	1.360.000	440.000
4.	Jumanang	2.200.000	1.530.000	670.000
5.	Nawalia	2.200.000	1530.000	670.000
<b>Rata-rata</b>		<b>2.040.000</b>	<b>1.462.000</b>	<b>580.000</b>

Sumber : Data dari lapangan (April 2018 diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usaha pembuatan tenung siang dengan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 670.000, dan usaha pembuatan tenung manang dengan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 440.000, sementara usaha pembuatan tenung Samblich dengan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 440.000, sedangkan usaha pembuatan tenung jumanang dengan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 670.000, begitu juga usaha pembuatan tenung Nawaliah dengan pendapatan perbulannya sebesar Rp. 670.000.

Usaha pembuatan tenung didesa bira Kecamatan bontobahari mampu meningkatkan pendapatan karena dilihat dari keuntungan yang diperoleh berkisar antara Rp 400.000 hingga mencapai Rp 600.000, dan rata –rata penerimaan sebesar Rp.2.040.000, biaya produksi sebesar Rp.1.462.000 dan rata-rata pendapatan sebesar Rp.580.000. Jika dilihat dari keuntungan yang di dapat dari kegiatan usaha tersebut sebenarnya sangat menjanjikan.

## **B Pembahasan**

Hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pada usaha miniature perahu pinisi, usaha gordeng dan usaha pembuatan tenung dikecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba adalah tergantung Jumlah Produksi dan harga jual. Karena dengan adanya jumlah produksi dan harga jual yang bagus maka pendapatan akan bertambah setiap bulannya.

Faktor lain yang bisa membuat pengaruh lebih besar bagi pendapatan pada usaha miniature perahu pinisi, usaha gordeng dan usaha pembuatan tenung adalah adanya hambatan- hambatan yang perlu dihadapi dalam menjalankan usaha tersebut.

Hasil wawancara langsung dengan beberapa responden dapat diketahui hambatan yang dihadapi Usaha Mikro Kecil yang Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba, sebagai berikut.

### **1. Usaha miniature perahu pinisi**

Usaha miniature perahu pinisi yang ada di kecamatan tanaberu adalah usaha yang dilakukan oleh para pengrajin pembuatan kapal pinisi. Usaha miniatur perahu pinisi hanya menjadi usaha sampingan semata, akan tetapi tidak dipungkiri adanya hambatan-hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usaha tersebut. Dari hasil wawancara beberapa responden diantaranya Kaharuddin, syahril, Nurdin, Kahanuddin dan Rajanuddin dikecamatan tanaberu, rata-rata mengatakan hambatan yang dihadapi dalam usahanya adalah persoalan lokasi penjualan, modal, Keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pada waktu yang singkat (kasus-kasus tertentu), Keterbatasan teknologi dalam bidang pemasaran.

## 2. Usaha gordeng

Usaha gordeng yang ada di desa arah sudah dikenal berbagai daerah bahkan hasil pembuatan gordeng masyarakat arah sudah ada yang keluar provinsi. Usaha gordeng desa arah sudah diakui kualitasnya dalam pembuatan gordeng, akan tetapi ada beberapa hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha gordeng. Dari hasil wawancara langsung dengan responden yang diantaranya Hj. Kain, Budiman, Hj. Sia, Rusmiati dan Nirmawati yang ada di desa arah, rata-rata mengatakan, hambatan-hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya adalah persoalan modal, harga bahan baku yang mahal sedangkan harga jual menurun.

## 3. Usaha pembuatan tenung

Desa Bira dikenal sebagai usaha pembuatan tenung sarung samarinda, akan tetapi keberadaan pembuatan tenung di desa bira mulai langka, karena berkurangnya penerus untuk melanjutkan pembuatan tenung. Dari hasil wawancara langsung dengan beberapa responden pembuat tenung diantaranya Siang, Manang, Samblich, Jumanang dan Nawalia rata-rata mengatakan bahwa minat masyarakat desa bira dalam membeli hasil pembuatan tenung mulai berkurang karena banyaknya produk-produk dari luar daerah yang masuk. Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi para pelaku pembuatan tenung adalah distribusi bahan baku yang telat datang, kurangnya promosi, tidak adanya penerus dalam pembuatan tenung mengingat pembuat tenung adalah orang tua.

Hasil survey dari beberapa usaha mikro kecil yang berbasis ekonomi kreatif (Studi Kasus Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba) diantaranya usaha miniature perahu pinisi, usaha gordeng, usaha pembuatan tenung mempunyai

hambatan utama yang dihadapi yaitu di pemasaran usaha, karena usaha ini dalam kategori industri home, yang pemasarannya masih tradisional dan para pelaku usaha mikro kecil yang ada di kecamatan bontobahari tidak terlalu paham tentang bagaimana melakukan pemasaran disosial media, mereka hanya mengharapkan pembeli yang datang ketempatnya untuk membeli, adapun hambatan lainnya yaitu seperti modal usaha, karena usaha ini masih dalam skala rumah tangga yang seluruh pembiayaannya di tanggung sendiri dan para pelaku usaha mikro kecil masih takut melakukan pinjaman dibank bahkan mereka tidak terlalu paham bagaimanan sistem pinjaman modal usaha dibank. Kurangnya kemampuan dalam melakukan inovasi produk baru, Keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pada waktu yang singkat (kasus-kasus tertentu), maksudnya adalah banyak pesanan masuk dari pembeli yang mengharapkan proses pembuatan produk ditargetkan selesai diwaktu yang telah ditentukan sedangkan tenaga kerjanya hanya satu orang, kelemahan dalam membeli bahan baku khususnya untuk memenuhi pembeli skala besar, yang kadang proses pengiriman bahan baku yang sering terlambat sehingga menghambat proses dalam produksi. Dari beberapa hambatan yang dihadapi pelaku usaha mikro kecil (UMK) di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba, pemerintah terkait harus mengambil tindakan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro kecil (UMK), setidaknya pemerintah hadir untuk memberikan angin segar bagi para pelaku usaha mikro kecil (UMK). Selepas dari hambatan yang di hadapi para pelaku usaha mikro kecil. Pendapatan usaha miniature perahu pinisi, usaha gordeng, usaha pembuatan tenung dilihat dari hasil perhitungan bahwa sangatlah

menjanjikan, apabila para pelaku usaha bisa lebih fokus dalam mengembangkan usahanya masing-masing.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini yang dilakukan tentang pendapatan usaha mikro kecil yang berbasis ekonomi kreatif (Studi Kasus Kecamatan Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba), maka diketahui hambatan dan pendapatan yang di peroleh para pelaku usaha mikro kecil (UMK) sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan diperoleh pendapatan Usaha miniatur perahu pinisi, diperoleh rata-rata sebesar Rp. 2.358.000, dan pendapatan usaha gordeng yang diperoleh rata-rata sebesar Rp.5.750.000 sedangkan pendapatan Usaha pembuatan tenung diperoleh rata-rata sebesar Rp. 580.000.
1. Hambatan utama yang dihadapi yaitu di pemasaran usaha, karena usaha ini dalam kategori industri home, yang pemasarannya masih tradisional dan para pelaku usaha mikro kecil yang ada di kecamatan bontobahari tidak terlalu paham tentang bagaimana melakukan pemasaran disosial media, mereka hanya mengharapkan pembeli yang datang ketempatnya untuk membeli, adapun hambatan lainya yaitu seperti modal usaha, karena usaha ini masih dalam sekala rumah tangga yang seluruh pembiayaannya di tanggung sendiri dan para pelaku usaha mikro kecil masih takut melakukan pinjaman dibank bahkan mereka tidak terlalu paham bagaimanan sistem pinjaman modal usaha dibank. Kurangnya kemampuan dalam melakukan inovasi produk baru, Keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pada waktu yang singkat (kasus-kasus tertentu), maksudnya

adalah banyak pesanan masuk dari pembeli yang mengharapkan proses pembuatan produk ditargetkan selesai diwaktu yang telah ditentukan sedangkan tenaga kerjanya hanya satu orang, kelemahan dalam membeli bahan baku khususnya untuk memenuhi pembeli skala besar, yang kadang proses pengiriman bahan baku yang sering terlambat sehingga menghambat proses dalam produksi.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu dengan judul yang pernah di teliti oleh Dani Danuar Tri U (2013) dengan judul Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif dikota Semarang dapat diperoleh hasil penelitian yaitu permodalan, bahan baku penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran, terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, masalah pendaftaran hak cipta mereka. Hasil penelitian yang ditemukan dilapangan baik dari segi pendapatan dan hambatan yang diperoleh hampir sama yang didapatkan Dani Danuar Tri U (2013) seperti yang dijelaskan sebelumnya..

## **B SARAN**

Mengacu pada hasil pembahasan serta kesimpulan di atas, maka penelitian ini menyarankan beberapa hal mengenai hambatan dan pendapatan usaha mikro kecil (UMK) yang berbasis ekonomi kreatif (studi kasus Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba sebagai berikut :

1. Diharapkan bagi pelaku usaha mikro kecil agar lebih fokus pada usaha yang digeluti dan lebih berinovasi dalam usahanya agar produk yang dihasilkan dapat menarik para pembeli yang datang.

2. Diharapkan agar pemerintah lebih memperhatikan para pelaku usaha mikro kecil, jangan cuma membentuk sebuah kelompok usaha lalu dilepas begitu saja. Berkembangnya usaha mikro kecil juga dapat mendorong pendapatan para pelaku usaha , agar nantinya dapat membantu peningkatan ekonomi daerah meskipun tidak terlalu signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2011. "*Data Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia/BI Rate Bulanan Tahun 2006-2009*". <http://www.bi.go.id>(diakses 19 Januari 2018 pukul 13.55 WIB)
- Boediono, 2013.*Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Ekonomi Mikro*, Edisi kedua, Cetakan kedua puluh delapan, BPFE, Yogyakarta
- Chandra, Purdi E., *Menjadi Entrepreneur Sukses*, Jakarta: PT Grasindo, 2001.
- Dani Danuar Tri U. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang*. Skripsi diterbitkan. Semarang. Universitas Diponegoro Semarang
- Departemen Koperasi. 2008. *PDB, Investasi, Tenaga Kerja, Nilai Ekspor UKM di Indonesia*. Depkop. Jakarta.
- Departemen Perdagangan RI, 2008, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2015*
- Dias satria ayu prameswari. 2011. *Strategi perkembangan industri kreatif untuk meningkatkan daya saing pelaku ekonomi local*,( online), vol. 9.No. 1, diakses 21 januari 2018
- Edi Suandi Hamid. 2011. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Didaerah Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta*, ( Online), Vol. 12, No.1, diakses 21 Januari 2018.
- Hafsah, Muhammad Jafar, 2004, *Kemitraan Usaha*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Herdiansyah, Haris, 2013, *Wawancara Observasi dan Fokus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta : Rajawali Press
- Pascasuseno, Agus. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*.Bedah Cetak Biru Ekonomi Kreatif: Yogyakarta.
- Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*". 2008 Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI.
- Nurhayati, Eti. 2011. *Psikologi Pendidikan Inovatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Raharja, Pratama. 2002.*Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Santoso Tjiptono . 2002 *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta; PT Elexmedia Computindo.
- Samsul ma'ruf, 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar bandarjo ungaran kabupaten semarang*.skripsi diterbitkan. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Simatupang, Togar., et.al. 2008. *Analisis Kebijakan Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandung*. Jurnal Manajemen Teknologi, Vol.8,No. 1, pp. 1-12
- Soeharto, Prawirokusumo. (2010). *Kewirausahaan Dan Manajemen usaha Kecil* (Edisi 1). Jogjakarta: BPF
- Soekartawi, 2003. *Agribisnis, Teori aplikasinya*. Jakarta:PT Raya Grafindo Persada
- Sukardi J. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT. Bumi Aksara.
- Sukirno, Sadono. 2006.*Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2000 .*Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty.
- Syarif hidyaatullah, 2011. *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah Terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor ukm di Indonesia*. Skripsi . Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tambunan, Tulus T.H. 2002.*Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Beberapa Isu Penting*. Salemba Empat. Jakarta.
- Y Sri Susilo. 2010. *Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi Caftan dan Mea.*( Online). Vol. 8. No. 2, diakses 21 januari 2018.
- Yuli rahmini suci. 2017. *Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah(UMKM) Indonesia*,( online), vol.6.No.1, diakses 21 januari 2018.
- Zuhal, 2010. *Knowledge and Innovation Platform Kekuatan Daya Saing*.Jakarta: Gramedia.

**Lampiran- lampiran**

## **PERTANYAAN WAWANCARA**

**Nama** :

**Alamat** :

**Jenis usaha** :

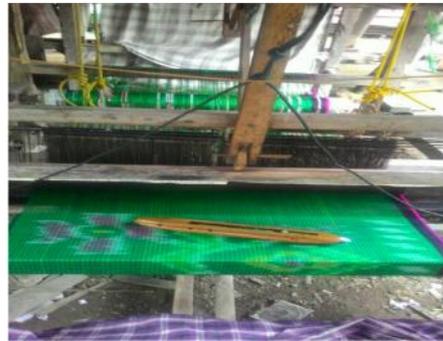
**Jumlah tanggungan keluarga** :

1. Apa jenis bahan baku yang dipergunakan saudara ?
2. Darimana sumber bahan baku di peroleh ?
3. Apa saja jenis produk yang dihasilkan dari produksi usaha saudara ?
4. Berapa modal awal untuk membangun usaha saudara ?
5. Berapa harga penjualan setiap satu produk saudara ?
6. Berapa jumlah produk yang terjual setiap hari/ minggu ?
7. Berapa kira-kira penghasilan/ Omset yang diperoleh setiap hari/ minggu ?
8. Berapa kira-kira pendapatan yang paling tinggi saudara pernah dapat selama sebulan ?
9. Biaya- biaya apa saja yang saudara keluarkan untuk memproduksi / membeli produk ?
10. Selain anda, siapa saja yang membantu dalam usaha saudara ?
11. Apa yang menjadi kendala dari produk yang diproduksi ?
12. Apa yang menjadi hambatan dari usaha saudara?
13. Bagaimana peran teknologi dalam usaha saudara ?
14. Bagaimana strategi penjualan dari usaha saudara ?
15. Apa harapan anda kepada Pemerintah selaku pengusaha ekonomi kreatif ?

### 1. Miniature Perahu Pinisi



### 2. Proses Pembuatan Tenung



### 3. Proses Pembuatan Gordeng





**PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA**  
**DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH**

*Jl. Yos Sudarso. No. 14. Telp / Fax : (0413) 81419, Email : koperasiukm01@gmail.com,  
BULUKUMBA 92552*

Bulukumba, 19 April 2018

Nomor  
Lamp  
Prihal

174/DKUMK-BLK/PUMK-04/W/2018

Suat Keterangan  
Penelitian/pengambilan Data UMKM

Kepada Yang Terhötmat  
KETUA LP3M  
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH  
MAKASSAR  
DI

Makassar

Yang bertanda tangan dibawah ini kepada Dinas Koperasi UMK Kabupaten Bulukumba menyatakan bahwa berdasarkan surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Bulukumba nomor : 120/DPMPSTP/IV/2018 tanggal 13 April 2018. Telah izin penelitian maka yang tersebut dibawah ini :

Nama : SULKIPLI  
Nim : 105710207614  
Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Alamat : Jl. Monumen Emmi Seilan 3 Makassar

Telah mengadakan penelitian/ pengambilan Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Dinas Kkoperasi UMK Kabupaten Bulukumba pada tanggal 16 s/d 19 April 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Kepala Dinas



**TAUFIK S.H., M.H.**  
Pangkat : Pembina Utama Muda  
19631231-199203 1 102



PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA  
KECAMATAN BONTOBAHARI

Jl. Mesjid Raya No. 282 Telp. (0413) 2587505 Tanahberu 92571

SURAT KETERANGAN

Nomor : 74 / 420 / IV / 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **DEDI RAHMADI, S.STP.M.Si**  
NIP : 19810325 199912 1 002  
Pangkat/Gol. : Pembina / IV/a  
Jabatan : Camat Bontobahari Kab. Bulukumba

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : **SULKIPLI**  
Nomor Pokok : 10571 02076 14  
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis  
A l a m a t : Jl. Monumen Emmi Sailan 3 Makassar

Bahwa yang bersangkutan telah selesai Mengadakan penelitian di Kecamatan Bontobahari dengan Judul Skripsi ” **PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL YANG BERBASIS EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS KABUPATEN BULUKUMBA KECAMATAN BONTOBAHARI)** “.

Demikian surat keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Tanahberu, 18 April 2018



**DEDI RAHMADI, S.STP.M.Si**  
Pangkat Pembina  
NIP 19810325 199912 1 002

## RIWAYAT HIDUP



Sulkipli lahir di Basokeng pada tanggal 22 Juli 1995. Anak kedua dari tiga bersaudara hasil buah kasih dari pasangan Saripuddin dengan Saniasa. Pendidikan formal yang dimulai dari Sekolah Dasar di SD Negeri 260 Erekeke dan lulus pada tahun 2006. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (Mts) Negeri 1 Bontotiro dan lulus pada tahun 2011 dan pada tahun yang sama pula penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 3 Bulukumba dan lulus pada tahun 2014 kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar pada jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan selesai pada tahun 2018 dengan gelar Sarjana Ekonomi. Pengalaman organisasi yang pernah dimasuki adalah IPPA (Ikatan Pemuda pahlawan) 45, Osis, Pramuka, Hmj Iesp, Hmi, Hipmi PT Kampus Biru Unismuh.