

**ANALISIS PENDAPATAN INDUSTRI KREATIF KAOS KECAMATAN
BONTOALA KOTA MAKASSAR**

Diajukan Oleh:

Rizki Rahman

4516 011 015



SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BOSOWA
MAKASSAR**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pendapatan Industri Kreatif Kaos di Kecamatan
Bontoala Kota Makassar
Nama Mahasiswa : Rizki Rahman
Stambuk/NIM : 4516011015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Telah Disetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hj. Herminawati Abu Bakar, SE.,MM


Rafiuddin, SE.,M.Si

Mengetahui dan Mengesahkan:
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Universitas Bosowa Makassar

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Bosowa**

**Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan**


Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE.,M.Si.,SH.,MH


Rafiuddin, SE.,M.Si

Tanggal Pengesahan:

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizki Rahman
Nim : 4516011015
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Analisis Pendapatan Industri Kreatif Kaos Di Kecamatan Bontoala Kota Makassar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan saya ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali.

Makassar, September 2020



Rizki
Rizki Rahman

ABSTRACT

Rizki Rahman. 2020. Thesis. Analysis of T-Shirt Industry Income Analysis in Bontoala District, Makassar City, supervised by Dr. Hj. Herminawaty Abubakar, S.E., M.Si and Rafiuddin, SE., M.Si.

The purpose of this study was to determine and analyze the level of profit obtained by the t-shirt industry entrepreneurs in Bontoala District, Makassar City.

The results of this study indicate that based on the results of the analysis, the largest product cost is incurred by CV. Marflex with a total of Rp. 2,928,498,632/Year. For the number of receipts received by CV. Marflex as much as Rp. 3,822,000,000 / year. For the amount of income generated by Sablon Daimaru in the amount of Rp. 1,131,900,000/Year. Daimaru screen printing get net profit from many because they spend less than the three t-shirt industries that are the object of the research.

Keywords: Cost, T-Shirt Industry, Revenue, Income

ABSTRAK

Rizki Rahman. 2020. Tesis. Analisis Analisis Pendapatan Industri Kaos Di Kecamatan Bontoala Kota Makassar, dibimbing oleh Dr. Hj. Herminawaty Abubakar, S.E., M.Si dan Rafiuddin, SE., M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat keuntungan yang diperoleh para pelaku usaha industri kreatif baju kaos di Kecamatan Bontoala Kota Makassar.

Hasil penelitian ini menunjukkan Berdasarkan hasil analisis, biaya yang produk terbesar dikeluarkan oleh CV. Marflex dengan total Rp. 2.928.498.632/Tahun. Untuk jumlah penerimaan terbesar diterima oleh CV. Marflex sebanyak Rp. 3.822.000.000/Tahun. Untuk jumlah pendapatan terbesar dihasilkan oleh Sablon Daimaru dengan jumlah sebanyak Rp. 1.131.900.000/Tahun. Sablon Daimaru mendapatkan keuntungan bersih paling banyak karena biaya produksi yang mereka keluarkan lebih sedikit diantara ketiga industri baju kaos yang menjadi objek dalam penelitian.

Kata Kunci: *Biaya, Industri Kaos, Penerimaan, Pendapatan*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan kekuatan, kesabaran dan ketabahan sehingga penulis dapat merampungkan skripsi yang berjudul “Analisis Pendapatan Industri Kreatif Kaos di Kecamatan Bontoala Kota Makassar”.

Penulisan skripsi ini bermaksud untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bosowa Makassar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat adanya bimbingan dan motivasi serta bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Proses penelitian ini banyak kendala, namun berkat bantuan bimbingan, kerja sama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. M. Saleh Pallu, M.Eng. Selaku Rektor Universitas Bosowa.
2. Bapak Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.
3. Ibu Dr. Hj. Herminawati Abu Bakar, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.
4. Bapak Rafiuddin, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bosowa Makassar.
5. Kepada Ibu Dr. Hj. Herminawati Abu Bakar, SE., M.Si. dan Bapak Rafiuddin, SE., M.Si. sebagai Dosen Pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing penulis.
6. Seluruh Dosen dalam lingkungan Universitas Bosowa yang telah mendidik dan memberikan bantuannya kepada penulis selama dalam proses perkuliahan.
7. Kepada Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Sulawesi Selatan dan seluruh stafnya.
8. Ucapan terima kasih kepada rekan-rekan Mahasiswa, terkhusus kelas IESP 2016 sahabat saya yang telah bersama dalam suka dan duka selama di bangku kuliah.
9. Ucapan terima kasih kepada kakak saya M. Arif Rahman yang telah memberi *support* dan bantuan selama masa perkuliahan.
10. Ucapan terima kasih kepada Orang Tua dan keluarga atas *support* dan bantuan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, dengan segala kerendahan hati, penulis harapkan adanya kritikan dan saran guna penyempurnaannya.

Makassar, 08 Oktober 2020

Penulis



UNIVERSITAS
BOSOWA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEORISINALAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kerangka Teori	4
2.2 Konsep Industri Kreatif	5
2.3 Analisis Sektor Industri Kreatif	20
2.4 Pengertian Pendapatan	24
2.5 Kerangka Pikir	30
2.6 Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Daerah dan Waktu Penelitian	32
3.2 Metode Pengumpulan Data	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Metode Analisis	34
3.5 Definisi Operasional	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	36
4.2 Deskripsi Data	40
4.3 Hasil Wawancara (Interview)	43
4.4 Analisis Pendapatan Industri Kreatif Kaos	48
4.5 Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Rumah Produksi di Kecamatan Bontoala.....	2
Tabel 4.1	Biaya Tetap CV. Marflex	49
Tabel 4.2	Biaya Variabel CV. Marflex Per Produksi.....	49
Tabel 4.3	Total Penerimaan CV. Marflex	50
Tabel 4.4	Pendapatan CV. Marflex	50
Tabel 4.5	Biaya Tetap Sablon Daimaru	51
Tabel 4.6	Biaya Variabel Sablon Daimaru Per Produksi	52
Tabel 4.7	Total Penerimaan Sablon Daimaru	53
Tabel 4.8	Pendapatan Sablon Daimaru	53
Tabel 4.9	Biaya Tetap Wajuku.....	54
Tabel 4.10	Biaya Variabel Wajuku Per Produksi.....	55
Tabel 4.11	Total Penerimaan Wajuku.....	55
Tabel 4.12	Pendapatan Wajuku.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam upaya meningkatkan pendapatan dalam dunia bisnis, maka anak generasi millennial saat ini semakin banyak mempunyai ide untuk menciptakan lapangan kerja dan usaha baru dengan memanfaatkan potensi ketersediaan bahan baku yang ada dalam negeri. Anak-anak muda saat ini banyak yang mempunyai usaha distro hampir di setiap kota yang tersebar di seluruh Indonesia.

Aktivitas bisnis dan produksi yang mampu bertahan dan mendapatkan profit berlimpah pada saat ini adalah yang kompetitif dan inovatif. Dimana aktivitas tersebut selain ditentukan oleh sumber daya alam dan manusia, juga sangat ditentukan oleh berbagai macam kemajuan dan teknologi yang mampu memberikan inovasi dan efisiensi pada suatu industri. Dengan teknologi, suatu perusahaan yang sebelumnya kesulitan memasarkan barangnya karena kemasan yang kurang menarik, kemudian melakukan suatu inovasi dengan memperbaiki kemasan produknya sehingga bisa meningkatkan angka penjualan. Sebagai contoh industrialisasi yang berkembang saat ini adalah industri kreatif.

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

GNP). Secara nonekonomi, berperan dalam membangun budaya, warisan budaya, dan nilai-nilai lokal. (Triwulandari, 2018)

Industri kreatif dituntut untuk terus melakukan inovasi agar mampu berdaya saing dan meningkatkan nilai tambah produknya sehingga dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Industri kreatif merupakan salah satu solusi dalam pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan daya cipta dan kreasi seseorang.

Bontoala adalah salah satu kecamatan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Melalui kantor kecamatan ini, warga dapat mengurus berbagai bentuk perizinan. Beberapa perizinan yang sering dibuat terkait dengan penerbitan izin usaha mikro kecil (IUMK) yaitu terdapat beberapa industri kreatif seperti penjualan baju kaos.

TABEL 1.1
JUMLAH RUMAH PRODUKSI DI KECAMATAN BONTOALA

No	Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Jenis Industri	Nama Produk	Tenaga Kerja		
					L	P	Total
1	Sablon Daimaru	Muzakkir	Percetakan	Sablon baju	1	4	5
2	CV Marflex	M.Arif	Percetakan	Produksi kaos	11	8	19
3	Wajuku	Khalid	Percetakan	Produksi kaos	2	5	7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, Tahun 2019

Melihat dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas topik penelitian ini berjudul "*Analisis Pendapatan Industri Kreatif Baju Kaos Di Kecamatan Bontoala Kota Makassar*"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: "Bagaimana tingkat keuntungan yang diterima para pelaku usaha industri kreatif baju kaos di Kecamatan Bontoala Kota Makassar ?"

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah “Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat keuntungan yang diperoleh para pelaku usaha industri kreatif baju kaos di Kecamatan Bontoala Kota Makassar”.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang dan industri kreatif baju kaos khususnya mengenai desain, merk, dan periklanannya.
- b. Dapat menjadi bahan referensi acuan yang bermanfaat bagi pengkajian dan penelitian yang sejenis sehingga bermanfaat bagi ilmu pengetahuan di bidang industry khususnya industry kreatif baju kaos

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Pengertian Industri

Menurut UU No.3 Tahun 2014 tentang Industri mengatakan bahwa: “Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.”

Menurut George T. Renner yang dikutip oleh Suparno dan Foengsitangjoyo (2016:231) mendefinisikan bahwa:

”Industri adalah semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang produktif / menghasilkan barang dan uang.”

Menurut I Made Sandi yang dikutip oleh Suparno dan Foengsitangjoyo, (2016:231) mengatakan bahwa Industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya.

Dari beberapa definisi di atas menunjukkan bahwa industri adalah bentuk kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia yang menghasilkan barang dengan mutu tinggi dan memiliki nilai tambah dan bermanfaat bagi orang banyak.

2.2. Konsep Industri Kreatif

2.2.1. Ruang Lingkup dan Potensi Industri Kreatif

Pada prinsipnya, industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Perlunya pengupayaan agar terbentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor yang dituju. (Cecep Bryan Firdaus, 2017)

Menurut Rio F Wilantara (2016) Industri kreatif merupakan kumpulan dari sektor-sektor industri yang mengutamakan kreativitas sebagai modal utama dalam menghasilkan produk barang dan jasa. Industri desain dalam hal ini dapat dipandang sebagai komponen inti dari suatu industri kreatif, dimana implementasinya bisa terjadi pada beragam sector.

Menurut Departemen Perdagangan RI (dalam Ria Arifianti dan Mohammad Benny, 2017) Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Menurut Latuconcina (dalam Carunia Mulya Firdausy, 2017) Industri Kreatif adalah bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Indonesia menyadari bahwa ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, kreativitas sebagai kekayaan intelektual, intelektual yang dimaksud adalah harapan bagi ekonomi untuk bangkit, bersaing, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa industri kreatif adalah kumpulan dari sektor-sektor industri yang mengutamakan pemanfaatan kreativitas sebagai modal utama, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa guna untuk meraih keunggulan dalam ekonomi global.

2.2.2. Ruang Lingkup dan Potensi Industri Kreatif

Berdasarkan Instruksi Presiden Nomer 6 Tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif terdapat 15 subsektor yang merupakan bagian dari industri kreatif:

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, dankapur. 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 eksibisi 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, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
10. Seni Pertunjukkan (showbiz), Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, 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, suratandil, 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.

2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Industri Kreatif

Faktor-Faktor yang melatarbelakangi industri kreatif ini berkembang pesat.

Apa saja hal-hal tersebut. Berikut ulasannya:

1. Kreativitas Anak Muda, Di balik industri kreatif pastinya ada pelaku yang memainkannya. Dan ternyata kebanyakan para pelaku industri kreatif ini

adalah anak muda. Para pemuda memang orang paling banyak memiliki potensi daya kreatifitas. Sudah banyak contoh para pemuda yang memaksimalkan potensikreatifitasnya untuk menghasilkan karya ekonomi yang menguntungkan.

2. Kemajuan Teknologi, Para pemuda yang menghasilkan ekonomi kreatifmenguntungkan ini banyak hidup diabad 21. Seperti kita tahu bahwa diabad ke 21 ini dipenuhi beragamnya kecanggihan teknologi. Dan kecanggihan teknologi ini jelas menjadi pelengkap dan pendukung kreativitas para pemuda. Maka tak ayal, industri kreatif berbasis komputer dan internet kini banyak bermunculan menghiasi negeri ini.
3. Mudahnya Akses Komunikasi, Dengan adanya komunikasi, maka dapat menampilkan karya di hadapan publik dengan cepat dan tepat sasaran
4. Meningkatnya pengguna media sosial, Dengan pertumbuhan media sosia yang semakin tinggi, maka industri kreatif sangat terbantu. Dengan melihat tren pengguna media sosial yang meningkat dan addictif, maka para pelaku industri kreatif akan berkembang.
5. Sisi Kehidupan Seseorang, Kreatifitas muncul dari sebuah kehidupan yang kurang baik. Hal ini membuat seseorang dipaksa untuk berfikir dan mengeluarkan daya upaya untuk keluar dari kehidupan tersebut. Di saat seseorang dipaksa berfikir keras, maka akan muncul berbagai kreatifitas.

2.2.4. Peran Industri Kreatif

Industri memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional maupun global karena memberikan kontribusi terhadap berbagai aspek kehidupan baik

secara ekonomi maupun nonekonomi. Secara ekonomi, industri kreatif berperan dalam menciptakan iklim bisnis, penciptaan lapangan kerja, menumbuhkan inovasi dan kreativitas, pencipta sumber daya yang terbarukan, dan berkontribusi positif terhadap pendapatan nasional bruto (Gross National Product-GNP).

Mengutip pada *blue print* Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025 Departemen Perdagangan Republik Indonesia, struktur industri kreatif yang ada saat ini dipayungi oleh hubungan antara Cendekiawan (*Intellectuals*), Bisnis (*Business*) dan pemerintah (*Government*) yang disebut sebagai sistem 'triple helix' yang merupakan aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif di Indonesia. Hubungan yang erat, saling menunjang dan bersimbiosis mutualisme antara ke-3 aktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar – pilar model industri kreatif akan menghasilkan industri kreatif yang berdiri kokoh dan berkesinambungan.

a) Cendekiawan (Intellectuals)

Dalam konteks industri kreatif, cendekiawan mencakup budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik di lembaga – lembaga pendidikan, para pelopor di paguyuban, padepokan, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok studi dan peneliti, penulis, dan tokoh-tokoh lainnya di bidang seni, budaya (nilai, filsafat) dan ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengembangan industri kreatif.

Cendekiawan disini memiliki peran sebagai sebagai agen yang menyebarkan & mengimplementasikan ilmu pengetahuan, seni danteknologi, serta sebagai agen

yang membentuk nilai-nilai yang konstruktif bagi pengembangan industri kreatif dalam masyarakat.

Akademisi sebagai bagian dari komunitas cendekiawan di dalam lembaga pendidikan tinggi dan lembaga penelitian, memiliki peranan yang besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Kontribusi akademisi tersebut dapat dijabarkan dalam tiga bentuk peranan, seperti juga yang termuat dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu:

- a. Peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dengan pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif;
- b. Peran penelitian dilakukan untuk memberi masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrumen yang dibutuhkan, serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industry kreatif nasional yang kompetitif; dan
- c. Peran pengabdian masyarakat dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional.

Para cendekiawan setidaknya memiliki rasa eksperimental yang tinggi, menghargai pendapat yang bersebrangan (empati dan etika), mampu memecahkan masalah secara kreatif, menjalankan observasi yang bersifat lintas sektoral, menggunakan teknologi ICT dengan fasih, menjadi anggota forum pengkayaan ilmu pengetahuan dan seni baik secara nasional maupun internasional, formal maupun nonformal.

b) Bisnis (*Business*)

Bila ditilik secara ekonomi, bisnis (disebut juga perusahaan) adalah suatu entitas organisasi yang dikenali secara legal, dan sengaja diciptakan untuk menyediakan barang-barang baik berupa produk dan jasa kepada konsumen. Bisnis pada umumnya dimiliki oleh swasta dan dibentuk untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dan operator bisnis bertujuan memperoleh keuntungan finansial sebagai hasil kerjanya dan tantangan resiko yang ia hadapi. Ketataniagaan bisnis diatur oleh hukum disuatu negara dimana bisnis itu berada. Bentuk-bentuk bisnis adalah: kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi dan koperasi. Bisnis bisa berbasis manufaktur, jasa, eceran dan distribusi, pertanian, mineral, finansial, informasi, real estate, transportasi, dan utility seperti listrik, pengairan yang biasanya terkait dengan badan-badan pemerintahan.

Di dalam organisasinya, bisnis memiliki pengelompokan pekerjaan seperti pemasaran, penjualan, produksi, teknologi informasi, riset dan pengembangan. Manajemen berfungsi menerapkan operasional yang efisien dan efektif terhadap suatu bisnis. Pada saat-saat tertentu, bisnis juga membutuhkan modal tambahan, yang didapat dari pinjaman bank atau pinjaman informal atau investor baru. Bisnis juga harus dilengkapi dengan proteksi agar menghalangi kompetitor untuk menyaingi bisnis tersebut. Proteksi tersebut bisa dalam bentuk HKI yang terdiri dari paten, hakcipta, merek dagang dan desain. Setiap bisnis pasti memiliki nama, logo dan teknik – teknik pencitraan. Karena aspek kompetisi maka bisnis perlu mendaftarkan HKI di setiap daerah atau negara.

Banyak negara telah menandatangani perjanjian internasional tentang HKI, dan setiap perusahaan yang terdaftar di negara-negara ini harus mentaati hukum negara yang telah terikat dengan perjanjian internasional ini. Bisnis bisa juga dijual dan dibeli. Pemilik bisnis menyebut ini sebagai *exit-plan*. *Exit plan* yang lazim dikenali adalah seperti IPO atau merger dan akuisisi. Aktor bisnis merupakan pelaku usaha, investor dan pencipta teknologi baru, serta juga merupakan konsumen industri kreatif. Aktor bisnis juga perlu mempertimbangkan dan mendukung keberlangsungan industri kreatif dalam setiap peran yang dilakoninya. Misalnya melalui prioritas penggunaan input antara industri kreatif domestik, seperti jasa industri kreatif dalam riset, iklan dan lainnya. Peran bisnis dalam pengembangan industri kreatif ini adalah:

- a) Pencipta, yaitu sebagai *center of excellence* dari kreator produk dan jasa kreatif, pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya.
- b) Pembentuk Komunitas dan *Entrepreneur* kreatif, yaitu sebagai motor yang membentuk ruang publik tempat terjadinya sharing pemikiran, mentoring yang dapat mengasah kreativitas dalam melakukan bisnis di industri kreatif, *business coaching* atau pelatihan manajemen pengelolaan usaha di industri kreatif.

Dalam menjalankan perannya, bisnis dituntut untuk menggunakan kemampuan konseptual yang tinggi, mampu menciptakan variasi baru berupa produk dan jasa, mahir berorganisasi, bekerjasama, berdiplomasi (semangat

kolaborasi dan orkestrasi), tabah menghadapi kegagalan yang dialami, menguasai konteks teknis dan kemampuan perencanaan finansial.

c) Pemerintah (Government)

Pemerintah yang dimaksud dalam studi rencana pengembangan ekonomi kreatif ini adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Pemerintah pusat meliputi departemen-departemen dan badan-badan. Pemerintah daerah meliputi pemerintah daerah tingkat I, pemerintah daerah tingkat II, sampai kepada hirarki terendah pemerintahan daerah. Peran utama Pemerintah dalam pengembangan industri kreatif adalah:

- a. Katalisator, fasilitator dan advokasi yang memberi rangsangan, tantangan, dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat kompetensi yang lebih tinggi. Tidak selamanya dukungan itu haruslah berupa bantuan finansial, insentif ataupun proteksi, tetapi dapat juga berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya dengan proporsional dan dengan memberikan pelayanan administrasi publik dengan baik;
- b. Regulator yang menghasilkan kebijakan-kebijakan yang menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan industri, intermediasi, sumber daya, dan teknologi. Pemerintahan dapat mempercepat perkembangan industri kreatif jika pemerintah mampu membuat kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim kreatif. Pemerintah juga harus mengatur bahwa kebijakan yang telah dikeluarkan dijalankan dengan baik.

- c. Konsumen, investor bahkan *entrepreneur*. Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan asset negara untuk menjadi produktif dalam lingkup industri kreatif dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industri. Sebagai konsumen, pemerintah perlu merevitalisasi kebijakan *procurement* yang dimiliki, dengan prioritas penggunaan produk-produk kreatif. Sebagai entrepreneur, pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap badan usaha milik pemerintah (BUMN).
- d. *Urban planner*. Kreativitas akan tumbuh dengan subur di kota-kota yang memiliki iklim kreatif. Agar pengembangan ekonomi kreatif ini berjalan dengan baik, maka perlu diciptakan kota-kota kreatif di Indonesia. Pemerintah memiliki peran sentral dalam penciptaan kota kreatif (*creative city*), yang mampu mengakumulasi dan mengkonsentrasikan energi dari individu-individu kreatif menjadi magnet yang menarik minat individu/perusahaan untuk membuka usaha di Indonesia. Ini bisa terjadi karena individu/perusahaan tersebut merasa yakin bisa berinvestasi secara serius (jangka panjang) di kota-kota itu, karena melihat adanya potensi suplai SDM yang berpendidikan tinggi yang bersirkulasi aktif di dalam daerah itu. Sebagai contoh, seperti Silicon Valley di San Jose Amerika, Mumbai, Bangalore di India, Shanghai di Republik Rakyat Tiongkok (RRT) adalah kota-kota yang sudah dijuluki sebagai kota kreatif. Banyak kota-kota di Indonesia yang memiliki energi yang cukup untuk dijadikan kandidat kota kreatif seperti kota Bandung, Kota Jakarta, Kota Semarang, dan sebagainya.

Lalu dari hubungan antara Cendekiawan (*Intellectuals*), Bisnis (*Business*) dan pemerintah (*Government*) yang disebut sebagai sistem '*triple helix*' yang merupakan aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif di Indonesia, saya fokuskan kepada unit analisis yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu terhadap para pelaku UMKM yang mengembangkan usaha industry kreatif.

2.2.5. Pilar Industri Kreatif

Ekonomi kreatif dan Industri Kreatif memiliki 5 pilar yang perlu terus diperkuat sehingga industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang mencapai visi dan misi ekonomi kreatif Indonesia 2025. Kelima pilar ekonomi kreatif tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut

- a) Sumber Daya (*Resource*), Sumber daya yang dimaksudkan disini adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani juga bisa menjadi landasan dari industri kreatif karena sumber daya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi input penunjang dalam industri kreatif. Era ekonomi kreatif juga mendapatkan warisan dampak dari era industrialisasi seperti pemanasan global. Pemanasan global di seluruh dunia membangkitkan kesadaran kolektif dari warga dunia dan menghasilkan pandangan politis mengenai penyelamatan bumi. Sehingga, dalam membangun industri kreatif yang berbasis fisik, alangkah lebih baik apabila ditunjang dengan pola pikir pembangunan yang ramah lingkungan.

- b) *Industri (Industry)*, Pada prinsipnya, industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Perlunya pengupayaan agar terbentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor yang dituju. Pilar Industri ini dimasukkan ke dalam salah satu pilar karena pemahaman bahwa produk kreatif adalah hasil suatu kreativitas dikalikan dengan transaksi riil. Ini mengindikasikan adanya faktor kreasi dan originalisasi yang memiliki potensi kapital dan/atau yang diproduksi sedemikian rupa untuk dikomersialisasikan.
- c) *Teknologi (Technology)*, Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi ini akan merupakan enabler untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata. Teknologi dimasukkan kedalam pilar karena fungsinya sebagai kendaraan dan perangkat (*tools*) bagi pengembangan landasan ilmu pengetahuan. Teknologi bisa dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi.

- d) *Institusi (Institution)*, Institusi dalam pilar pembangunan industri kreatif dapat didefinisikan sebagai tatanan sosial dimana termasuk di dalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal –seperti sistem nilai, adat istiadat, atau norma-maupun formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan. Industri kreatif memajukan ide-ide yang dapat dieksploitasi menjadi potensi ekonomi. Dengan demikian peranan hukum dalam memproteksi ide-ide sangat penting. Perlindungan ide dengan alur Hak Kekayaan Intelektual. Namun, yang menjadi perhatian penulis disini, ialah jangan hanya tertuju pada Hak Kekayaan Intelektual, karena HKI bukanlah poin utama dari industri kreatif, yang lebih penting adalah bagaimana insan Indonesia menggunakan proses kreatif di dalam kehidupan sehari-hari, baik secara keilmuan, industri maupun komersial. Oleh karena itu, pendaftaran HKI pada produk ada proporsi-proporsi tertentu. Sebisa mungkin industri kreatif di Indonesia juga mampu membangun landasan HKI yang bersifat ketimuran yang kuat, karena HKI didunia timur banyak berupa nilai-nilai kearifan budaya lokal yang bersifat kebersamaan (*togetherness*) dan berbagi (*sharing*).
- e) *Lembaga Keuangan (Financial Institution)*, Lembaga keuangan adalah lembaga yang berperan menyalurkan pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal atau ekuitas maupun pinjaman atau kredit. Lembaga keuangan merupakan salah satu endorsement dalam perjalanan suatu industri kreatif dan salah satu elemen penting untuk untuk menjembatani kebutuhan keuangan bagi pelaku dalam industri kreatif.

Industri kreatif memiliki 15 subsektor. Ada yang kreasinya berbentuk benda fisik, ada pula yang kreasinya berupa produk non-fisik (*intangible*). Persepsi lembaga keuangan saat ini masih tradisional, hanya mau menyalurkan pinjaman pada industri yang memiliki hasil fisik dan memiliki lahan fisik sebagai tempat berproduksi. Dengan berkembangnya teknologi ICT, saat ini banyak produk– produk non-fisikal yang memanfaatkan dunia maya (*cyberspace*) sehingga berbentuk digital. Insittusi finansial harus menciptakan perangkat finansial yang mendukung era ini.

Pelaku industri kreatif saat ini lebih banyak didominasi oleh orang-orang muda dan kadang bisnis atau industrinya masih non-formal. Namun hasil kreasi dari orang-orang muda seringkali sangat kreatif, menjadi potensi industri dan bisnis yang menguntungkan. Harus diciptakan suasana kondusif untuk memotifasi generasi muda dalam memulai bisnis dan memberi akses-akses finansial yang berpihak.

2.3. Analisis Sektor Industri Kreatif

2.3.1. Potensi Pasar Dalam Negeri maupun Luar Negeri

Potensi pasar domestik sangat besar. Namun terdapat kondisi dimana potensi pasar belum terlayani dengan optimal karena: apresiasi masyarakat terhadap seni, budaya, desain masih kurang dan lokasi pasar secara geografis masih sulit dijangkau; Potensi pasar luar negeri juga sangat besar. Akan tetapi jangkauan ke pasar luar negeri, dan pemahaman mengenai perilaku konsumen luar negeri harus terus ditingkatkan. Konsumen asing relatif memiliki apresiasi tinggi terhadap produk/jasa yang memiliki konten lokal dan bernilai seni, hal ini

terutama disebabkan apresiasi pasar luar negeri lebih baik dalam hal originalitas seni, budaya dan desain. Sub-sektor industri kreatif yang potensial menembus pasar luar negeri antara lain: musik, arsitektur, kerajinan, pasar barangseni, seni pertunjukan, fesyen, dan permainan interaktif.

Beberapa fakta yang diperoleh terkait dengan kondisi pekerja pada 15 subsektor industri kreatif adalah sebagai berikut:

1.1.1. Sebagian besar sub-sektor industri kreatif merupakan industri yang menarik untuk tempat berkarir, karena menjanjikan penghasilan yang cukup besar, misalnya: subsektor permainan interaktif, arsitektur, layanan komputer & piranti lunak, riset & pengembangan, dan periklanan;

1.1.2. Pekerja industri kerajinan sebagian merupakan pekerja paruh waktu, dimana sebagian waktunya digunakan sebagai pekerja di sektor pertanian. Hal ini menyulitkan subsektor ini dalam hal meningkatkan kapasitas produksinya;

1.1.3. Meskipun geliat industri film makin kuat, namun pekerja film masih minim, dikarenakan ketidakyakinan memilih berkarir di industri film.

1.1.4. Seni Pertunjukan merupakan salah satu subsektor kurang menjanjikan jika dipandang dari penghasilan yang diperoleh oleh pekerja seni di subsektor seni pertunjukan ini.

2.3.2. Sisi Industri

a) Jumlah perusahaan dalam industri dan hambatan masuk ke industri membutuhkan capital expenditure cukup tinggi adalah industri televisi dan film. Sedangkan industri periklanan membutuhkan operational expenditure yang tinggi. Hambatan memasuki industri yang membutuhkan capital dan

operational expenditure yang tinggi, membuat jumlah perusahaan cenderung lebih sedikit dibandingkan pada sub-sektor industri kreatif lain;

- b) Otonomi dan pemerintah daerah yang cenderung ingin memiliki stasiun televisi daerah cukup membantu dalam menambah jumlah stasiun televisi.
- c) Faktor yang mempengaruhi berjalannya Industri Sebaran industri sangat dipengaruhi oleh: lokasi bahan baku, lokasi pekerja trampil, dan lokasi pasar. Industri-industri kreatif yang menghasilkan barang, seperti kerajinan, fesyen, penerbitan dan percetakan, diharapkan berada dalam satu lokasi geografis yang berdekatan dengan industri yang terkait (ke arah hulu maupun ke arah hilir) serta dekat dengan bahan baku atau pasarnya. Hal ini tentunya akan meminimasi biaya dan waktu transportasi yang akhirnya akan meningkatkan efisiensi dan produktivitas industri. Ini menyebabkan ketiga industri ini tersebar hampir di seluruh Indonesia. Sedangkan industri kreatif lainnya, cenderung berada di Jakarta, Jawa Barat dan sekitarnya, terutama karena pasar dan pekerja trampilnya berada di wilayah tersebut.
- d) Analisis Kondisi Industri, Beberapa kondisi Industri pendukung dan bahan baku, terutama pada subsektor industri kreatif yang menghasilkan barang tangibles adalah sebagai berikut 1) Jumlah bahan baku yang besar, merupakan keunggulan komparatif Indonesia; 2) Minimnya budidaya bahan baku mengurangi efisiensi; 3) Riset bahan baku masih kurang, menghambat efisiensi dan inovasi; dan 4) Penyelundupan masih marak, menyebabkan kelangkaan bahan baku.

2.3.3. Analisis Cuaca Usaha dan Persaingan Industri Kreatif

Terdapat beberapa hal yang dapat dianalisis mengenai cuaca usaha dan persaingan pada industri kreatif, dimana secara umum meliputi:

1. Regulasi bahan baku. Hal ini khususnya mengemuka pada sub-sektor industri kreatif yang mengandalkan sumber daya alam, seperti penerbitan dan percetakan, fesyen dan kerajinan. Kelangkaan dan mahal biaya bahan baku merupakan isu sentral;
2. Regulasi impor dan ekspor. Analisis ini melihat pada lambatnya administrasi ekspor dan impor, maraknya impor ilegal, proteksi terhadap produk impor (substitusi impor) kemudahan ekspor dan larangan ekspor bahan baku;
3. Kemudian mengenai prosedur administrasi. Selain administrasi ekspor dan impor di atas, isu yang mengemuka adalah lama dan mahal biaya administrasi perijinan, pengurusan HKI dan pendirian usaha;
4. Penyelundupan ditengarai menjadi salah satu penyebab kelangkaan-kelangkaan bahan baku;
5. Pembajakan dan HKI. Sebagai industri yang kental dengan hak cipta, desain, paten dan merk, isu pembajakan dan HKI merupakan salah satu isu sentral dalam industri kreatif;
6. Pungutan-pungutan liar dirasakan mengurangi efisiensi, dan mengurangi akurasi estimasi perhitungan keuangan. Ekonomi biaya tinggi ditengarai terjadi karena pungutan-pungutan ini;
7. Persaingan yang sehat. Isu ini merupakan persoalan yang kompleks untuk dibuktikan kebenarannya. Isu ini mengemuka terutama di industri televisi dan radio, periklanan, dan industri film, video dan fotografi;

8. Sub-sektor industri kreatif yang mengedepankan padat karya (*labour intensive*), seperti fesyen, percetakan besar, televisi, dan beberapa perusahaan kerajinan (Rovhmat Aldy Purnomo, 2016:78-85)

2.4. Pengertian Pendapatan

Kebutuhan dan keinginan tidak terbatas jumlahnya, hanya saja kebutuhan dan keinginan tersebut dibatasi dengan jumlah pendapatan yang diterima oleh seseorang. Pendapatan yang diterima oleh masyarakat tentu berbeda antar satu dengan yang lainnya, hal ini disebabkan berbedanya jenis pekerjaan yang dilakukannya. Perbedaan pekerjaan tersebut dilatarbelakangi oleh tingkat pendidikan, *skill* dan pengalaman dalam bekerja. Indikator tingkat kesejahteraan dalam masyarakat dapat diukur dengan pendapatan yang diterimanya. Peningkatan taraf hidup masyarakat dapat digambarkan dari kenaikan hasil real *income* perkapita, sedangkan taraf hidup tercermin dalam tingkat dan pola konsumsi yang meliputi unsur pangan, pemukiman, kesehatan, dan pendidikan untuk mempertahankan derajat manusia secara wajar. (Pita Pertiwi, 2015)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang diterima baik dari sektor formal maupun nonformal yang dihitung dalam jangka waktu tertentu. Mengukur pendapatan masyarakat bukanlah pekerjaan yang mudah, oleh karena itu BPS melakukan perhitungan pendapatan dengan menggunakan pengeluaran/konsumsi masyarakat. Hal ini didasari oleh paradigma bahwa bila pendapatan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh berbagai kebutuhan yang semakin banyak sehingga menuntut pengeluaran yang tinggi pula. (Pita Pertiwi, 2015)

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. (A Gabrela, 2016)

Menurut Reksoprayitno (dalam N Mulyani, 2016) mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang diterima suatu organisasi baik dari sektor formal maupun nonformal yang mempunyai peranan yang sangat besar untuk mempengaruhi tingkat laba demi menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

2.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Berdasarkan teori-teori yang mendukung maka faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan khususnya pendapatan usaha yaitu sebagai berikut.

- a) Modal, Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang

bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar (Tambunan dalam Priyandika, 2015).

- b) Jam Kerja, Tingkat pendapatan pedagang juga ditentukan oleh lamanya waktu operasi atau jam kerja. Jam kerja merupakan lama waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha, yang dimulai sejak persiapan sampai usaha tutup. Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan. Jam kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau lamanya waktu yang dipergunakan untuk berdagang atau membuka usaha mereka untuk melayani konsumen setiap harinya. (Duwi Setiana, 2016)
- c) Jenis Barang Dagangan (Produk), Berbicara masalah barang dagangan pikiran orang akan tertuju pada suatu produk tertentu. Produk merupakan semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya Banyaknya jenis barang atau keragaman barang yang digelarkan oleh pedagang dapat menarik minat calon konsumen untuk membeli, mempergunakan atau mengkonsumsi, karena dihadapkan banyak pilihan. Menurut Kotler menyatakan pengertian produk dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang

ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. (Kotler dan Amstrong, 2003:337 dalam Duwi Setiana, 2016)

- d) Harga, Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan. (A Maulana, 2018)
- e) Promosi, Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan. (A Maulana, 2018)

2.4.2 Sumber Pendapatan

Sumber pendapatan masyarakat merupakan hasil yang diperoleh oleh masyarakat yang berasal dari profesi atau pekerjaan yang mereka jalani. Sumber pendapatan berasal dari berbagai sektor, tergantung pekerjaan yang dijalani oleh masyarakat itu sendiri. Pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. (A Maulana, 2018) Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:

1. Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan :
 - a) Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan

- b) tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain
 - c) Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain
2. Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa dari sektor informal. Sumber pendapatan ini berupa:
- a) Pendapatan dari usaha, meliputi: hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan penjualan
 - b) Pendapatan dari investasi
 - c) Pendapatan dari keuntungan sosial.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Sumber Pendapatan dapat digolongkan menjadi dua yaitu di sektor formal dan sektor informal.

2.4.3 Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Jaya dalam Fadhilillah (2019), Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan, yaitu :

1. Gaji dan upah, yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
2. Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

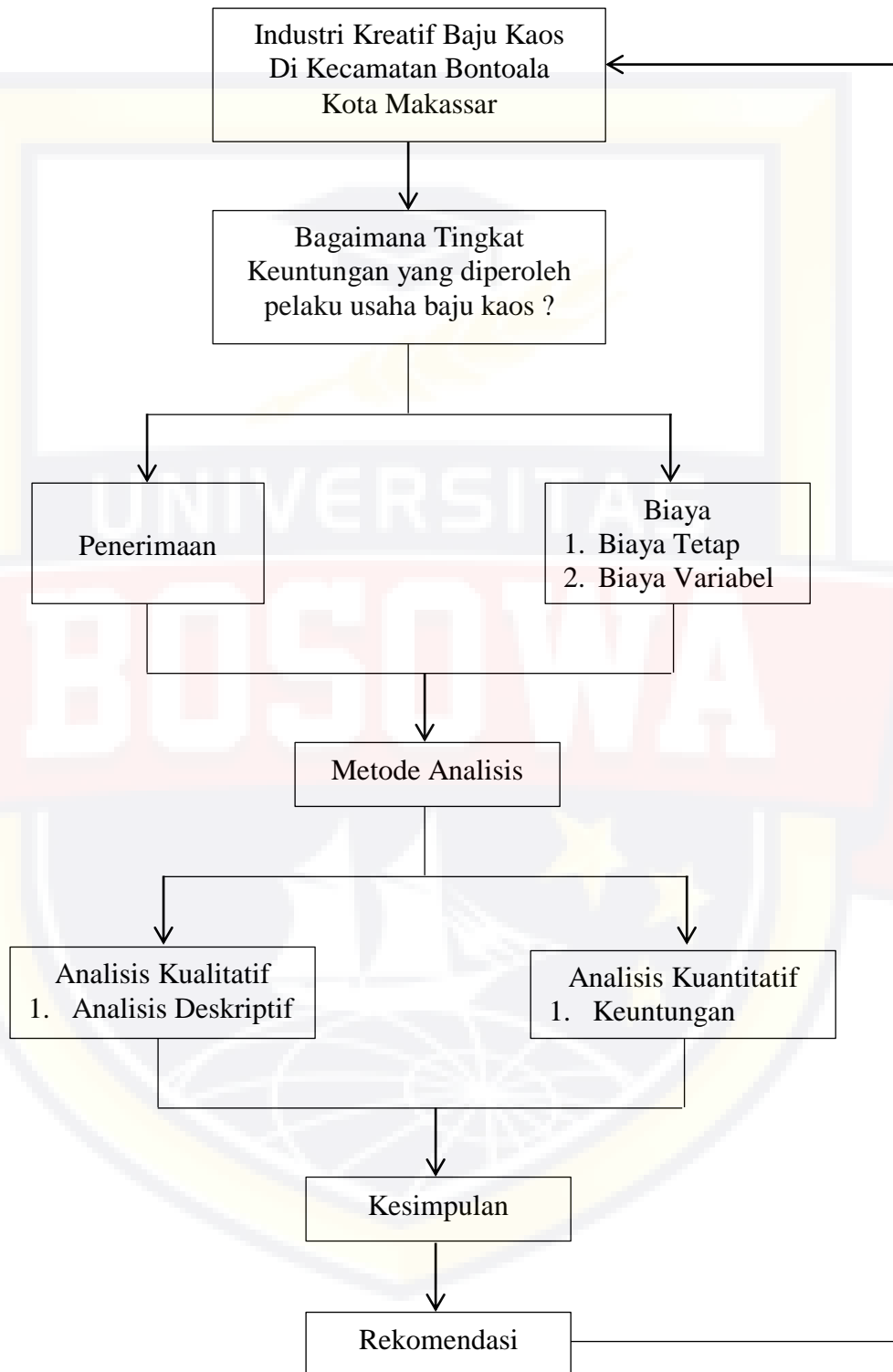
3. Pendapatan dari usaha lain, yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.

Sedangkan macam-macam pendapatan menurut perolehannya dapat dibagi menjadi dua:

1. Pendapatan kotor adalah hasil penjualan barang dagangan atau jumlah omzet penjualan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
2. Pendapatan bersih adalah penerimaan hasil penjualan dikurangi pembelian bahan, biaya transportasi, retribusi, dan biaya makan atau pendapatan total dimana total dari penerimaan (*revenue*) dikurangi total biaya (*cost*).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Pendapatan dapat digolongkan menjadi beberapa bagian antara lain gaji, upah, pendapatan dari usaha sendiri dan untuk cara memperolehnya dapat dibedakan menjadi pendapatan kotor dan pendapatan bersih.

2.5. Kerangka Pikir



2.6. Hipotesis

Sehubungan dengan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka jawaban atau dugaan sementara atas masalah tersebut adalah sebagai berikut: “Diduga bahwa pelaku usaha industri kreatif baju kaos di kecamatan bontoala makassar memperoleh keuntungan di atas normal”.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Daerah dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Makassar tepatnya di Kecamatan Bontoala. Lokasi penelitian diambil karena berdasarkan informan di sekitar lokasi kecamatan bontoala yang banyak berjualan kaos yang termasuk dalam industri kreatif. Dan waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama dua bulan yaitu bulan Juni dan Juli.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi (Pengamatan), Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati Langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat. Pengamatan dalam istilah sederhana adalah proses peneliti dalam melihat situasi penelitian. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan atau peristiwa, waktu, perasaan. Oleh karena itu, observasi ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mengamati para pelaku usaha industri kreatif di Kecamatan Bontoala.
2. Wawancara merupakan proses pengumpulan data, menggunakan informan yang menjawab pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian.

Dalam riset kuantitatif tipe wawancara yang digunakan dalam bentuk yang terstruktur.

3. Survei Kuesioner, Pengumpulan data dalam penelitian tentunya harus dilakukan secara ilmiah dan sistematis. Peneliti melakukan survey dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket sebagai instrumen penelitian, kuesioner menjadi wadah yang efektif dan efisien untuk mengumpulkan data yang akan diukur secara numerik.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berwujud angka atau bilangan. Data kuantitatif biasanya dijadikan sebagai bahan dasar bagi setiap permasalahan yang bersifat statistik. Data ini umumnya diolah memakai teknik perhitungan matematika. Data kuantitatif diklasifikasikan oleh Siyoto dan Sodik (2015) menjadi dua yaitu data kuantitatif berdasarkan proses atau cara mendapatkannya dan data kuantitatif berdasarkan tipe skala pengukuran yang digunakan.
2. Data Primer diperoleh dari pengamatan langsung di lapangan dengan wawancara yang menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh pihak peneliti.

3.4. Metode Analisis

A. Analisis Kualitatif

Metode analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif melalui analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain Sugiyono (2013). Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

B. Analisis Kuantitatif

Metode analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif melalui analisis pendapatan. Menurut Suratiyah (2015) pendapatan adalah selisih antara penerimaan (TR) dan biaya total (TC) dan dinyatakan dengan rumus:

$$I = TR - TC$$

Dimana :

I = *Income* (Pendapatan)

TR = *Total Revenue* (Penerimaan Total)

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

3.5. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel dalam penelitian yang dilakukan penulis ini sebagai berikut :

1. Pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang diterima suatu organisasi baik dari sektor formal maupun nonformal yang mempunyai peranan yang sangat besar untuk mempengaruhi tingkat laba demi menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.
2. Industri kreatif adalah kumpulan dari sektor-sektor industri yang mengutamakan pemanfaatan kreativitas sebagai modal utama, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa guna untuk meraih keunggulan dalam ekonomi global.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

4.1.1 Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Wali Kota melalui Sekretariat Kota Makassar. Dengan terbentuknya Dinas Industri dan Perdagangan berdasarkan Peraturan Daerah No. 5 Tahun 2002 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 15 Tahun 2000 tentang Dinas Daerah Kota Makassar telah terjadi perubahan struktur organisasi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar.

Selanjutnya, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 21 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Kota Makassar tugas pokok dan fungsi Dinas Industri dan Perdagangan telah diintegrasikan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar.

Selanjutnya untuk melaksanakan ketentuan pasal 24 peraturan daerah Kota Makassar nomor 8 tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah yang menamanahkan kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja perangkat daerah diatur lebih lanjut dengan peraturan Walikota Makassar, maka perlu mengatur kedudukan dan susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja disan perdagangan maka di keluarkannya perwali nomor 104 tahun 2016 yang memutuskan "Peraturan Walikota Makassar tentang

kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja dinas perdagangan dan nama Dinas Perindustrian berubah menjadi Dinas Perdagangan.

4.1.2 Visi dan Misi

A. Visi

Visi Kota Makassar adalah “ *Makassar Kota Dunia Yang Nyaman Untuk Semua* “ Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar sebagai Unit Pelaksana Teknis dengan kewenangan di Bidang Perindustrian dan Perdagangan telah menetapkan Visi sebagai pedoman atau acuan dalam rangka menselaraskan dengan Visi Pemerintah Kota Makassar yaitu : “*Terwujudnya Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pengembangan Industri Dan Perdagangan Yang Berwawasan Lingkungan*“ & “*Terwujudnya Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pengembangan Industri*”

B. Misi

Untuk mewujudkan Visi sebagaimana tersebut di atas, maka misi yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

1. Memperkuat tata niaga yang sehat bagi kelompok masyarakat perindustrian dan perdagangan dalam bentuk pemberian pengetahuan dan kemampuan manajemen melalui pendidikan dan pelatihan yang berkualitas;
2. Memperkuat Pasar dalam negeri dan luar negeri serta meningkatkan promosi dalam negeri dan luar negeri dalam era globalisasi / perdagangan bebas;
3. Memperkuat struktur industri, peningkatan nilai tambah industri, serta penguasaan teknologi industri yang berwawasan lingkungan;

4. Meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam kaitannya dengan hak – hak konsumen sebagai upaya perlindungan konsumen.

4.1.3 Fungsi dan Tugas Dinas Perindustrian

A. Fungsi Dinas Perindustrian

Sementara fungsi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar yaitu :

- 1) Perumusan kebijakan penyelenggaraan Urusan Pemerintahan bidang perdagangan dan perindustrian;
- 2) Pelaksanaan kebijakan Urusan Pemerintahan bidang perdagangan dan perindustrian;
- 3) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan Urusan Pemerintahan bidang perdagangan dan perindustrian;
- 4) Pelaksanaan administrasi dinas Urusan Pemerintahan bidang perdagangan dan perindustrian;
- 5) Pembinaan, pengoordinasian, pengelolaan, pengendalian, dan pengawasan program dan kegiatan bidang perdagangan dan perindustrian;
- 6) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh walikota terkait dengan tugas dan fungsinya

B. Tugas Dinas Perdagangan Kota Makassar

- 1) Merumuskan dan melaksanakan kebijakan di bidang Perdagangan;
- 2) Merumuskan dan melaksanakan visi dan misi dinas;
- 3) Merumuskan dan mengendalikan pelaksanaan program dan kegiatan Sekretariat dan Bidang Usaha Perdagangan, Bidang Pengawasan dan

Penindakan Pelanggaran Perdagangan dan Perindustrian, Bidang Perlindungan Konsumen dan Kemetrolgian dan Bidang Perindustrian;

- 4) Merumuskan Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA), Indikator Kinerja Utama (IKU), Rencana Kerja dan Anggaran (RKA)/RKPA, Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA)/DPPA dan Perjanjian Kinerja (PK) dinas;
- 5) Mengoordinasikan dan mermuskan bahan penyiapan penyusunan Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (LPPD), Laporan Keterangan Pertanggungjawaban (LKPJ) dan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP)/Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) Kota dan segala bentuk pelaporan lainnya sesuai bidang tugasnya;
- 6) Merumuskan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP)/Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) dinas;

4.1.3 Struktur Organisasi

Susunan Organisasi Dinas Perdagangan Kota Makassar, terdiri atas:

- 1) Kepala Dinas;
- 2) Sekretariat, terdiri atas :
 - a) Subbagian Perencanaan dan Pelaporan;
 - b) Subbagian Keuangan;
 - c) Subbagian Umum dan Kepegawaian.
- 3) Bidang Perindustrian, terdiri atas :
 - a) Seksi Pengembangan dan Pembinaan Usaha, Sarana Industri Menengah dan besar;

- b) Seksi pembinaan dan Peningkatan Industri Lorong;
 - c) Seksi informasi, Promosi dan Produk Industri.
- 4) Bidang Perdagangan, terdiri atas :
- a) Seksi Pengembangan Pembinaan Usaha dan Sarana Perdagangan;
 - b) Seksi Pengawasan dan pengendalian Usaha Sarana Perdagangan;
 - c) Seksi Informasi Promosi dan Pemasaran Jasa Perdagangan.
- 5) Bidang Perlindungan Konsumen dan Kemetrolgian, terdiri atas:
- a) Seksi Perlindungan Konsumen;
 - b) Seksi Pengawasan Kemetrolgian;
 - c) Seksi Tertib Niaga dan Distribusi.
- 6) Bidang Pengawasan dan Penindakan Pelanggaran Perdagangan dan Perindustrian terdiri atas:
- a) Seksi Pengkajian Pelanggaran Hukum Perdagangan dan Perindustrian;
 - b) Seksi Penindakan Pelanggaran Perdagangan;
 - c) Seksi Penindakan Pelanggaran Perindustrian.

4.2. Deskripsi Data

4.2.1. Industri Kreatif di Kota Makassar

Industri kreatif merupakan upaya yang dilakukan untuk melakukan suatu usaha atau mengembangkan usaha yang telah ada agar dapat dikembangkan dengan melakukan inovasi - inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan nilai suatu produk. Industri kreatif diharapkan dapat berkontribusi untuk daerah dengan pemanfaatan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah. Salah satu wilayah yang memiliki pelaku industri kreatif yang banyak yaitu Kota Makassar.

Industri kreatif di Kota Makassar dimulai sejak tahun 2014 yang awalnya didominasi oleh industri kreatif dibidang kuliner lalu kemudian berkembang ke bidang *fashion* seperti usaha pakaian mulai dari baju, celana dan lain - lain. Kaos merupakan bagian dalam industri kreatif bagian fashion. Baju kaos kini sudah menjadi tren bagi anak muda khususnya di Kota Makassar. Selain itu, salah satu industri kreatif dari bidang *fashion* yang juga populer yaitu penjualan jersey-jersey sepak bola, olahraga, dan lain - lain. Dengan motif yang beragam dan dapat dibuat sesuai dengan keinginan (*Costum*) juga menjadi nilai jual bagi suatu produk. Harga yang ditawarkan juga tergantung dari pesanan dan keinginan.

Perkembangan industri kreatif di Kota Makassar akan berdampak pada banyaknya jumlah pelaku industri kreatif yang dapat menimbulkan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya yaitu perekonomian daerah dapat terbantu, tersedianya lapangan pekerjaan baru, dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Dampak negatif dari adanya industri kreatif yaitu banyaknya persaingan terjadi terutama antar pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar, salah satu Kecamatan yang memiliki industri kreatif kaos yang besar terletak di Kecamatan Bontoala Kota Makassar. Di Kecamatan Bontoala Kota Makassar yang merupakan wilayah yang strategis karena berada dekat dari pusat kota Makassar. Lokasi yang strategis membuat para pelaku industri kreatif memilih lokasi tersebut sebagai lokasi untuk memproduksi dan menjual produknya.

Di Kecamatan Bontoala, terdapat beberapa Industri Kreatif kaos yang masih aktif sampai saat ini diantaranya Wajuku, CV. Marflex dan Sablon Daimaru.

Ketiga unit usaha tersebut bergerak di bidang *fashion* dan sangat dikenal terutama di wilayah Kecamatan Bontoala.

4.2.2. Permasalahan Dalam Industri Kreatif Kaos

Dalam menjalankan suatu usaha, tidak terlepas dari permasalahan-permasalahan yang menjadi hambatan dalam menjalankan usaha. Permasalahan yang dihadapi merupakan tantangan yang semestinya dihadapi dan harus dengan cepat dituntaskan dalam menjalankan usaha.

Permasalahan dalam industri kreatif kaos di Kecamatan Bontoala Kota Makassar beragam. Dalam penelitian ini terdapat 3 unit industri kaos yang menjadi objek penelitian yaitu CV. Marflex, Sablon Daimaru, dan Wajuku. CV. Marflex memiliki permasalahan pada SDM yang masih terbatas yang mengakibatkan sering dilakukannya kerja malam (lembur). Hal ini dilakukan untuk memenuhi target produksi atau pesanan yang diterima. Untuk Sablon Daimaru permasalahan yang dihadapi yaitu kurang disiplinnya pegawai yang tidak mematuhi jam kerja. Banyak yang datang terlambat dan sering memainkan absensi dengan datang untuk *check log* kemudian keluar. Untuk Wajuku, permasalahan yang dihadapi seperti kurangnya SDM dan terbatasnya tempat. Hal ini disebabkan karena lokasi usaha yang berada di rumah *owner* dan keterbatasan modal sehingga masih belum bisa merekrut tenaga kerja.

Permasalahan SDM menjadi masalah utama yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif kaos di Kecamatan Bontoala Kota Makassar. Permasalahan SDM yang dialami oleh pelaku industri hanya dibiarkan dan belum dituntaskan.

4.3. Hasil Wawancara (*Interview*)

4.3.1. Hasil Wawancara (*Interview*) M. Arif (*Owner CV. Marflex*)

CV. Marflex merupakan salah satu industri kreatif yang memproduksi jersey dan baju kaos. Mulai dari jersey bola, jersey untuk lari, dan jersey untuk tim game online. Jersey yang diproduksi juga ada yang sepasang dengan celana. Motif yang ditetapkan juga tergantung dari pesanan konsumen. Harga yang ditawarkan juga bergama karena tergantung dari pesanan. Baju yang diproduksi ada yang disablon permanen dan ada yang menggunakan bahan polyflex. M. Arif mengatakan :

“CV. Marflex sudah berjalan sejak ±6 tahun yang lalu. Awalnya masih karena saya suka main bola dan futsal jadi saya coba jual jersey bola kayak PSM, Manchester United, Real Madrid, dan lain - lain. Harganya mulai 100rb sampai 150rb kalau sepasang sama celananya. Awalnya pesan ji dari Bandung dengan Jakarta. Kalau mulai produksi sendiri itu baru 2 atau 3 tahun lalu”

(Wawancara M. Arif, 2020)

Dalam menjalankan usaha, ada banyak kendala yang dihadapi dan hal tersebut dapat menghambat jalannya usaha dan berdampak pada pendapatan.

Menurut responden :

“Kalau dibilang kendala ji banyak sekali apalagi kalau tidak adapi pengalaman ta di bidang usaha. Modal produksi saja awalnya kadang harus pinjam sama orang tua atau teman. Terus pegawai juga kadang berhenti karena tidak kuat tekanan.”

(Wawancara M. Arif, 2020)

Modal menjadi masalah utama yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif terutama bagi mereka yang masih pemula. Selain itu, pegawai masih kurang mampu dalam memenuhi kebutuhan industri. Dalam melakukan produksi, sebaiknya pemilik sudah memperhitungkan dengan baik biaya yang diperlukan dalam produksi. Selain itu, jumlah produk yang dihasilkan juga harus

diperhitungkan agar pendapatan usaha dapat kembali digunakan sebagai modal untuk produksi selanjutnya. Dalam menjalankan industri kaos, *owner* CV. Marflex juga mengalami banyak permasalahan namun semuanya harus diselesaikan secepatnya agar tidak mengganggu jalannya usaha secara berlarut-larut dan menyebabkan kerugian.

Untuk proses produksi dan pemasaran produk, *owner* mengatakan :

“Kalau pemasaran produk itu lewat online sama datang langsung ji pembeli ke toko yang di Daimaru. Kalau yang online adaji itu di google cari saja CV. Marflex Makassar adami itu Cp nya untuk pesan. Kalau produksi kita mampu ji sehari sampai 60 - 70 pcs tapi kalau mendesak yah kita lembur untuk penuhi pesanan konsumen.”

(Wawancara M. Arif, 2020)

Dalam sehari, CV. Marflex dapat memproduksi sebanyak 60 - 70 pcs kaos beserta celana. Namun, ketika lembur dapat memproduksi sampai 200 pcs kaos tergantung dari pesanan. Untuk proses pemasaran produk dilakukan melalui media online dan offline. Proses pemesanan produk dapat dilakukan melalui situs <https://marflex-makassar.business.site/> atau melalui media sosial CV. Marflex. Dalam sehari penjualan, semua produk dapat terjual.

Industri kreatif menurut *owner* CV. Marflex :

“Kalau saya ditanya apa itu industri kreatif tidak saya tahu jawab tapi kaula ditanya apa manfaatnya banyak sekali. Yang paling utama mi itu untuk orang lain yang cari nafkah lewat usaha ta. Jadi sisa kita memenuhi kewajiban ta”

(Wawancara M. Arif, 2020)

Dalam wawancara, *owner* CV. Marflex menilai industri kreatif merupakan salah satu upaya untuk menjadi orang yang berguna untuk orang lain karena dapat membantu perekonomian banyak orang dan dapat membantu negara dalam mengurangi angka pengangguran.

4.3.2. Hasil Wawancara (*Interview*) Muzakkir (*Owner Sablon Daimaru*)

“Sablon Daimaru itu berdiri masih baru, masih seumur jagung kalau na bilang orang. Terus kita produksi sendiri baru 2 tahun terakhir. Produknya kita disini itu yang murni dari kita baju kaos lengan panjang dan lengan pendek yang bisa kita tentukan sendiri desainnya.”

(Wawancara Muzakkir, 2020)

Sablon Daimaru merupakan salah satu industri kaos yang berada di Kecamatan Bontoala Kota Makassar. Produk yang dihasilkan adalah kaos oblong yang diproduksi sendiri mulai dari kaos sampai ke desain dari kaos tersebut. Selain itu, industri ini juga menerima pesanan untuk sablon baju dengan desain yang berasal dari konsumen. Kaos yang diproduksi ada 2 jenis yaitu lengan panjang dan lengan pendek. Harga produk juga berbeda mulai dari Rp. 100.000,- untuk lengan pendek dan Rp. 150.000,- untuk lengan panjang.

Untuk produksi dan pemasaran produk Muzakkir mengatakan :

“Disini kita menjual produk dari CV. Marflex. Dari dulu sampai sekarang untuk jersey. Terus kalau produksi kita sendiri itu baju kaos. Kalau kain itu dari Bandung sama Makassar ji. Sehari produksi yang kurang lebih 50 pcs lah. Kalau pemasarannya kita pasarkan lewat online juga tapi bisa juga langsung ke toko.”

(Wawancara Muzakkir, 2020)

Bahan baku untuk produksi diperoleh dari dalam kota Makassar dan dari luar kota. Dalam aktivitas pemasaran, memasarkan produknya melalui media online dan secara langsung. Selain memasarkan produk yang diproduksi sendiri, sablon daimaru juga menjual produk dari CV. Marflex yang menjadi mitra. Dalam sehari, sablon daimaru mampu menjual sebanyak ± 50 pcs.

Permasalahan - permasalahan yang sering menurut *owner* sablon Daimaru yaitu :

“Kalau dibilang usaha pasti ada semua masalahnya. Biar mami dibilang masalah kecil ji tapi kalau dibiarkan juga jelek dampaknya. Paling jadi masalah itu disini pegawai yang semau na ji datang sama masuk. Biasa juga datang ji cek log baru pergi mi lagi. Dibilang sanksi potong gaji itu kayak tidak na takuti ji bahkan kayak na anggap biasa mi. Tapi kadang protes ji juga kalau dipotong gajinya.”

(Wawancara Muzakkir, 2020)

Dalam menjalankan industri kaos, sablon daimaru sering menemui hambatan - hambatan seperti sumber daya yang masih kurang disiplin sehingga banyak pegawai yang melakukan protes karena menerima pemotongan upah karena hal tersebut. Langkah ini diambil agar pegawai dapat lebih disiplin dalam menjalankan tugasnya.

Industri kreatif menurut *owner* Sablon Daimaru :

“Apa di’ ? kalau menurut ku industri kreatif itu industri yang memang dituntutki untuk selalu berpikir kreatif untuk kembangkan usaha ta supaya semakin baik. Bagus sekali ini untuk anak muda nah apalagi kalau modern mi pemikiran ta semua. Tidak gaptek ki juga, punya ki modal yah eksekusi mi.”

(Wawancara Muzakkir, 2020)

Owner Sablon Daimaru berpendapat industri kreatif merupakan wadah bagi generasi muda yang ingin berkontribusi untuk daerah dan untuk negara. Kreatifitas generasi muda dapat dikembangkan jika diarahkan ke arah yang baik sehingga kemampuan mereka dapat digunakan untuk mendapatkan sesuatu yang bernilai dan dapat menghasilkan.

4.3.3. Hasil Wawancara (Interview) Khalid (Owner Wajuku)

“Wajuku, salah satu clothing yang fokus produksinya baju kaos polos dengan berbagai desain dan jenis. Terus kita jualnya sistemnya satuan dan grosiran tergantung dari pesanan. Kalau masalah harga konsumen ji nilai toh. Tapi kalau dari kami yang menilai pokoknya bersaing ji”

(Wawancara Khalid, 2020)

Wajuku merupakan industri yang memproduksi kaos polos dengan berbagai berbagai model t-shirt dengan berbagai jenis dan bahan seperti o-neck, v-neck, polo, wangky, dan lain - lain. Harga yang ditawarkan Rp. 35.000/Pcs. Harga tersebut belum termasuk jika pengambilan dalam jumlah besar atau grosiran.

Untuk produksi dan pemasaran produk menurut Khalid :

“Untuk produksi dalam sehari kita mampu buat 100 Pcs per harinya. Bahan bakunya kita berasal dari luar kota tapi adaji juga dari dalam kota karena tergantung kebutuhan. Kalau pemasarannya pembeli biasa langsung datang ke toko sekalian lihat bahan dari kaos yang mereka mau. Kalau jumlahnya kurang bisa kita tambahkan.”

(Wawancara Khalid, 2020)

Dalam proses produksi, menurut *owner* kaos polos yang bisa dihasilkan sebanyak 100 Pcs per hari. Untuk proses pemasaran pembeli dapat datang langsung ke toko mereka agar dapat mengetahui langsung warna dan bahan dari kaos yang mereka pesan. Dalam melakukan produksi, pemilik Wajuku sudah memperhitungkan dengan baik target produksinya sehingga produk yang dihasilkan dapat cepat terjual. Selain itu, *owner* juga baru melakukan produksi jika ada produk yang akan habis sehingga menjaga ketersediaan produk.

Menurut *owner* kendala yang dihadapi dalam menjalankan industri kaos :

“Setiap usaha pasti ada masalahnya karena itumi tantangannya. Kalau di Wajuku masalah yang paling utama itu kedisiplinan pegawai sama bahan baku yang kadang susah didapat. Dulu kita pemasaran melalui online ji adminnya sekarang sudah resign jadi tidak dipasarkan mi lewat online. Tapi kalau dapatmi admin yang bagus untuk posisi itu pasti lewat online juga bisami”

(Wawancara Khalid, 2020)

Masalah yang dihadapi oleh pemilik Wajuku yaitu masalah SDM yang kurang disiplin karena masih tidak mengikuti aturan. Bukan hanya itu, kemampuan tenaga kerja juga menjadi pertimbangan karena kemampuan tenaga

kerja dalam bekerja sangat berpengaruh terhadap produksi industri apalagi segala aktivitas produksi masih sangat bergantung dengan tenaga manusia. Untuk proses pemasaran dilakukan dengan cara langsung datang ke toko. Hal ini dimaksudkan agar konsumen dapat melihat bahan, jenis, dan warna yang tersedia dari baju kaos yang ingin dibeli.

Industri kreatif menurut *owner* Wajuku :

“Industri kreatif itu industri yang menuntut pelaku usaha untuk semakin mengembangkan produk yang kita produksi agar dapat bertahan dan mengikuti perkembangan zaman”

(Wawancara Khalid, 2020)

Berdasarkan hasil wawancara, *owner* Wajuku menekankan bahwa pelaku usaha dituntut untuk mampu semakin mengembangkan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan tidak kalah bersaing dengan produk sejenis. Industri kreatif memang membutuhkan pemikiran - pemikiran yang maju dan lebih modern. Tidak hanya mempertahankan cara - cara lama yang biasanya digunakan dalam melaksanakan usaha akan tetapi juga harus mampu beradaptasi dalam perkembangan zaman dan perubahan kondisi.

4.4 Analisis Pendapatan Industri Kreatif Kaos

4.4.1. Analisis Pendapatan CV. Marflex

Untuk menghitung pendapatan dari CV Marflex, maka diawali dengan menghitung biaya - biaya yang digunakan dalam aktivitas produksi yang dilakukan. Untuk biaya terbagi menjadi 2 yaitu biaya tetap yang terdiri dari mesin produksi dan biaya variabel yang terdiri dari bahan baku dan tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya tetap yang digunakan oleh CV Marflex dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.1
BIAYA TETAP CV. MARFLEX

Mesin	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
Mesin Pres	3	2.500.000	7.500.000
Mesin Cutting	2	3.000.000	6.000.000
Mesin Jahit	8	5.000.000	40.000.000
Print	2	500.000.000	1.000.000.000
Komputer	7	4.000.000	28.000.000
Mesin Kain	4	800.000	3.200.000
Total			1.084.700.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan total biaya tetap yang dikeluarkan untuk pembelian mesin produksi sebesar Rp. 1.084.700.000,-. Skala produksi CV.Marflex sudah tergolong produksi besar karena harus memenuhi kebutuhan konsumen bukan hanya perorangan tapi juga beberapa toko - toko yang menjadi mitra penjualan mereka.

Untuk biaya variabel atau biaya yang habis pakai dalam 1 kali proses produksi dapat dilihat lebih jelas pada tabel berikut.

Tabel 4.2
BIAYA VARIABEL CV. MARFLEX PER PRODUKSI

Biaya Variabel	Jumlah	Satuan	Harga	Total(Rp)
Kain	25	Kg	65.000	1.625.000
Polyflex	5	Meter	50.000	250.000
Tinta	500	ml	1.200	600.000
Kertas PVC	150	Lembar	9.500	1.425.000
Tenaga Kerja	19	Orang	105.769	2.009.611
Total				5.909.611

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan total biaya variabel yang diperlukan dalam 1 kali produksi sebanyak Rp. 5.909.611,-. Dalam 1 kali produksi, produk yang dihasilkan sebanyak 60 - 70 Pcs.

Penerimaan industri CV. Marflex berasal dari penjualan jersey dengan harga Rp. 170.000,-/set lengkap dengan celana dan sablonnya. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penerimaan CV. Marflex dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.3
TOTAL PENERIMAAN CV. MARFLEX

Penerimaan	
Produksi (Hari)	70 Pcs
Harga (Per Pcs)	175.000/Pcs
Penerimaan (Per Hari)	Rp. 12.250.000,-/Hari
Penerimaan (Per Bulan)	Rp. 318.500.000,-/Bulan
Penerimaan (Per Tahun)	Rp. 3.822.000.000,-/Tahun

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan penerimaan CV. Marflex mulai dari per hari sampai per tahun. Penerimaan yang diterima tergantung dari konsistensi penjualan produk.

Pendapatan yang diterima oleh CV. Marflex dapat dihitung dengan menghitung penerimaan - total biaya (tetap dan variabel). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.4
PENDAPATAN CV. MARFLEX

CV. Marflex	Total Biaya (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pendapatan (Rp)
Per Hari	5.909.611	12.250.000	6.340.389
Per Bulan	153.649.886	318.500.000	164.850.114
Per Tahun	2.928.498.632	3.822.000.000	893.501.368

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan jumlah pendapatan CV. Marflex Per hari sampai per tahun. Jumlah penerimaan dan pendapatan ini menurut *owner* tidak menentu tapi berada pada sekitar jumlah tersebut :

“Saya minta maaf sebelumnya, untuk angka pastinya terkait biaya, penerimaan dan pendapatan tidak dapat kita berikan karena berkaitan mengenai data perusahaan yang bersifat rahasia. Jadi, untuk angkanya kita hitung saja berdasarkan angka penjualan rata - rata perhari dengan harga produknya. Intinya kalau bicara penerimaan dan pendapatan pasti mi tidak lepas dari naik turun angkanya. Untuk penghasilan 1 tahun terakhir kami tidak bisa berikan.”

(Wawancara M. Arif, 2020)

Data mengenai penerimaan dan pendapatan perusahaan merupakan data yang bersifat rahasia sehingga pelaku industri juga tidak dapat memberikan informasi terkait hal tersebut.

4.4.2. Analisis Pendapatan Sablon Daimaru

Untuk menghitung pendapatan dari Sablon Daimaru, maka diawali dengan menghitung biaya - biaya yang digunakan dalam aktivitas produksi yang dilakukan. Untuk biaya terbagi menjadi 2 yaitu biaya tetap yang terdiri dari mesin produksi dan biaya variabel yang terdiri dari bahan baku dan tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya tetap yang digunakan oleh Sablon Daimaru dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.5
BIAYA TETAP SABLON DAIMARU

Mesin	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
Mesin Pres	1	2.500.000	2.500.000
Mesin Cutting	1	3.000.000	3.000.000
Mesin Jahit	3	3.000.000	9.000.000
Komputer	2	4.000.000	8.000.000
TOTAL			22.500.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan total biaya tetap yang dikeluarkan untuk pembelian mesin produksi sebesar Rp. 22.500.000,-. Skala produksi Sablon Daimaru masih tergolong kecil karena hanya memproduksi dalam jumlah terbatas sesuai dengan kebutuhan.

Untuk biaya variabel atau biaya yang habis pakai dalam 1 kali proses produksi dapat dilihat lebih jelas pada tabel berikut.

Tabel 4.6
BIAYA VARIABEL SABLON DAIMARU PER PRODUKSI

Biaya Variabel	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
Kain	15	45.000	675.000
Polyflex	3	50.000	150.000
Benang	5	20.000	100.000
Tenaga Kerja	5	75.000	375.000
TOTAL			1.300.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan total biaya variabel yang diperlukan dalam 1 kali produksi sebanyak Rp. 1.300.000,-. Dalam 1 kali produksi, produk yang dihasilkan sebanyak 100 Pcs.

Penerimaan industri Sablon Daimaru berasal dari penjualan jersey dengan harga Rp. 100.000/Pcs. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penerimaan Sablon Daimaru dapat dilihat pada Tabel berikut. Jumlah produk yang laku sekitar 50 Pcs/Hari.

Tabel 4.7
TOTAL PENERIMAAN SABLON DAIMARU

Penerimaan	
Produksi (Hari)	100 Pcs
Harga (Per Pcs)	100.000/Pcs
Penerimaan (Per Hari)	Rp. 5.000.000,-/Hari
Penerimaan (Per Bulan)	Rp. 150.000.000,-/Bulan
Penerimaan (Per Tahun)	Rp. 1.560.000.000,-/Tahun

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan penerimaan Sablon Daimaru mulai dari per hari sampai per tahun. Penerimaan ini tergantung dari penjualan produk yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Pendapatan yang diterima oleh Sablon Daimaru dapat dihitung dengan menghitung penerimaan - total biaya (tetap dan variabel). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 7.8
PENDAPATAN SABLON DAIMARU

	Total Biaya (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pendapatan (Rp)
Per Hari	1.300.000	3.700.000	2.400.000
Per Bulan	33.800.000	96.200.000	62.400.000
Per Tahun	428.100.000	1.560.000.000	1.131.900.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan jumlah pendapatan Sablon Daimaru Per hari sampai per tahun. Pendapatan yang diterima oleh Sablon daimaru tergantung dari jumlah penjualan produk. untuk memperoleh keuntungan yang lebih baik sebaiknya pelaku usaha memperhitungkan kembali biaya produksi agar dapat lebih efisien. Jumlah penerimaan dan pendapatan ini menurut *owner* :

“Saya minta maaf tidak bisa kasih ki datanya yang itu karena na larang ka sudah ketentuannya mi.”

(Wawancara Muzakkir, 2020)

Data mengenai penerimaan dan pendapatan perusahaan tidak bisa dibuka karena sudah menjadi aturan dari perusahaan untuk tidak dibagikan kepada pihak yang tidak berkepentingan.

4.4.3. Analisis Pendapatan Wajuku

Untuk menghitung pendapatan dari Wajuku, maka diawali dengan menghitung biaya - biaya yang digunakan dalam aktivitas produksi yang dilakukan. Untuk biaya terbagi menjadi 2 yaitu biaya tetap yang terdiri dari mesin produksi dan biaya variabel yang terdiri dari bahan baku dan tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya tetap yang digunakan oleh Wajuku dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.9
BIAYA TETAP WAJUKU

Mesin	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
Mesin Jahit	4	2.500.000	10.000.000
Komputer	2	3.000.000	6.000.000
Mesin Kain	2	800.000	1.600.000
TOTAL			17.600.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh Wajuku untuk pengadaan mesin produksi sebesar Rp. 17.600.000,-. Wajuku merupakan usaha yang masih berskala *Home Industry*. Produksi mereka hanya terbatas pada baju kaos polos.

Untuk biaya variabel atau biaya yang habis pakai dalam 1 kali proses produksi dapat dilihat lebih jelas pada tabel berikut.

Tabel 4.10
BIAYA VARIABEL WAJUKU PER PRODUKSI

Biaya Variabel	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
Kain	18	45.000	810.000
Benang	4	20.000	80.000
Tenaga Kerja	7	90.000	630.000
TOTAL			1.520.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan total biaya variabel yang diperlukan dalam 1 kali produksi sebanyak Rp. 1.520.000,-. Dalam 1 kali produksi, produk yang dihasilkan sebanyak 100 Pcs.

Penerimaan industri Wajuku berasal dari penjualan jersey dengan harga Rp. 35.000/Pcs. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penerimaan Wajuku dapat dilihat pada Tabel berikut. Jumlah produk yang laku sekitar 100 Pcs/Hari.

Tabel 4.11
TOTAL PENERIMAAN WAJUKU

	Penerimaan
Produksi (Hari)	100 Pcs
Harga (Per Pcs)	35.000/Pcs
Penerimaan (Per Hari)	Rp. 3.500.000,-/Hari
Penerimaan (Per Bulan)	Rp. 91.000.000,-/Bulan
Penerimaan (Per Tahun)	Rp. 1.092.000.000,-/Tahun

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan penerimaan Wajuku mulai dari per hari sampai per tahun. Penerimaan ini tergantung dari penjualan produk yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Pendapatan yang diterima oleh Wajuku dapat dihitung dengan menghitung penerimaan - total biaya (tetap dan variabel). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.12
PENDAPATAN WAJUKU

	Total Biaya (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pendapatan (Rp)
Per Hari	1.520.000	3.500.000	1.980.000
Per Bulan	39.520.000	91.000.000	51.480.000
Per Tahun	491.840.000	1.092.000.000	600.160.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan jumlah pendapatan Wajuku Per hari sampai per tahun. Jumlah penerimaan dan pendapatan ini menurut *owner* :

“Minta maaf kalau data hasil penjualan dan pendapatan itu tidak bisa ki saya kasih. Penerimaan dan pendapatannya Wajuku tidak stabil ji juga jadi bisa saja capai target bisa juga tidak bahkan bisa lebih. Tapi untuk hitungan rata - rata yang kita hitung mendekati kalau usahanya kita stabil”

(Wawancara Khalid, 2020)

Data mengenai penerimaan dan pendapatan perusahaan tidak dapat diberikan namun gambaran mengenai pendapatan dan penerimaan dari hitungan sudah mendekati jika angka penerimaan dari usaha tersebut stabil.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian baik dari hasil interview dan analisis pendapatan menunjukkan dalam menjalankan industri kreatif, ada banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha, terutama modal dan SDM. Kemampuan pemilik usaha dalam melakukan manajemen yang baik diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan secepatnya agar tidak berdampak pada jalannya usaha.

Berdasarkan analisis penerimaan dan pendapatan menunjukkan total biaya dikeluarkan oleh CV. Marflex dengan total Rp. 2.928.498.632/Tahun dengan total penerimaan sebanyak Rp. 3.822.000.000/Tahun dan total pendapatan sebesar Rp. 893.501.368/Tahun. Untuk Sablon Daimaru, total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 428.100.000/Tahun dengan penerimaan sebanyak Rp. 1.560.000.000/Tahun dengan pendapatan bersih sebesar Rp. 1.131.900.000/Tahun. Sedangkan, untuk Wajuku total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 491.840.000/Tahun dengan total penerimaan sebanyak Rp. 1.092.000.000/Tahun dan pendapatan bersih sebanyak Rp. 600.160.000/Tahun.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, biaya yang produk terbesar dikeluarkan oleh CV. Marflex dengan total Rp. 2.928.498.632/Tahun. Untuk jumlah penerimaan terbesar diterima oleh CV. Marflex sebanyak Rp. 3.822.000.000/Tahun. Untuk jumlah pendapatan terbesar dihasilkan oleh Sablon Daimaru dengan jumlah sebanyak Rp. 1.131.900.000/Tahun. Sablon Daimaru mendapatkan keuntungan bersih paling banyak karena biaya produksi yang mereka keluarkan lebih sedikit diantara ketiga industri baju kaos yang menjadi objek dalam penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian atas atas mengenai Analisis Pendapatan Industri Kreatif Baju Kaos Di Kecamatan Bontoala Kota Makassar menunjukkan dalam menjalankan industri kreatif, ada banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha, terutama modal dan SDM. Kemampuan pemilik usaha dalam melakukan manajemen yang baik diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan secepatnya agar tidak berdampak pada jalannya usaha.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, biaya yang produk terbesar dikeluarkan oleh CV. Marflex dengan total Rp. 2.928.498.632/Tahun. Untuk jumlah penerimaan terbesar diterima oleh CV. Marflex sebanyak Rp. 3.822.000.000/Tahun. Untuk jumlah pendapatan terbesar dihasilkan oleh Sablon Daimaru dengan jumlah sebanyak Rp. 1.131.900.000/Tahun. Sablon Daimaru mendapatkan keuntungan bersih paling banyak karena biaya produksi yang mereka keluarkan lebih sedikit diantara ketiga industri baju kaos yang menjadi objek dalam penelitian.

5.2. Saran

- 1) **Bagi Pelaku Usaha**, Sebaiknya mencoba melakukan produksi yang lebih efisien agar bisa mendapatkan pendapatan yang lebih besar. Selain itu, berpikir kreatif terutama untuk mencari pasar dengan melakukan promosi yang akan membuat usaha semakin dikenal.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal & Skripsi :

- Afrianti, Ria, Benny Alexandri, 2017, *Aktivasi Sub-Sektor Ekonom iKreatif Di Kota Bandung*, Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran: Bandung.
- Bryan Firdaus,Cecep, 2017, *Pengembangan Potensi Industri Kreatif Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan: Bandung.
- Mappatau Putra Sadikin, Andi Alamsyah, 2018, *Analisis Penerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Ekonomi Kreatif Di Kota Makassar (Sub-SektorFotografi dan Video dan Videografi)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin: Makassar.
- Mulya Firdausy, Carunia, 2017, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta:YayasanPustakaObor Indonesia.
- Setiana, Duwi, 2016, *Analisis Pendapatan Usaha Pada Pedagang Tanaman Hias Di Kelurahan Gunung Terang Bandar Lampung*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Tripurwanta, Irfan, 2017, *Pengaruh Investasi, Inflasi, Jumlah Tenaga Kerja, Nilai Ekspor Dan Jumlah Pengguna Internet Terhadap Pendapatan Subsektor Industri Kreatif Aplikasi Dan Game Developer Di Indonesia*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: Jakarta.
- Triwulandari, Fenny, 2018, *Analisis Efisiensi Teknis Usaha Industri Kreatif Di Kecamatan Laweyan Dengan Metode Data Envelopment Analysis*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta.
- Priyandika, Akhbar Nurseta. 2015. “*Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Konveksi (Studi Kasus di Kelurahan Purwodinata Kota Semarang)*”. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

Website :

[https://kemenperin.go.id/artikel/17272/Industri-Kreatif-Dituntut-Inovatif-Agar-](https://kemenperin.go.id/artikel/17272/Industri-Kreatif-Dituntut-Inovatif-Agar-Produktif)

[Produktif](#)

<http://eprints.polsri.ac.id/3729/3/BAB%20II.pdf>

<http://repository.uinsu.ac.id/4932/4/BAB%20II.pdf>.

<http://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/risetmhs/BAB21413223091.pdf>

<http://repository.unpas.ac.id/43588/4/BAB%20II.pdf>.

<http://nulisbuku.com/books/download/samples/3508633495750e2f86de56efd7c20e01.pdf>

http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/5116/06bab2_permana_10090212066_skr_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y

UNIVERSITAS
BOSOWA



LAMPIRAN

MESIN JV300-160PLUS

Menggunakan tinta khusus **SB54** dengan speed print yang cepat, menghasilkan color range yang lebih variatif. Cocok digunakan untuk baju yang **penuh warna**.





