

Peran Kreasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus pengrajin *handycraft* di Kecamatan Brondong)

Yulie Wahyuningsih^{a,1}, Agus Arif Priyanto^{b,2}, Albet Nur Abidin^{c,3}

^{a,b,c}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Jl. Paciran, Kec. Paciran, Kab. Lamongan, 62264, Jawa Timur, Indonesia.

Email : arifarifious@gmail.com*

*korespondensi author

INFO ARTIKEL

Riwayat artikel

Dikirim: 17-8-2023

Direvisi: 22-3-2024

Diterima: 26-3-2024

Kata Kunci

Kreasi Bisnis
Pendapatan

ABSTRAK

Berbagai problematika ekonomi yang timbul di Indonesia, memicu kekreatifan sebagian masyarakat dalam berbisnis, guna menutupi kebutuhan harian. Dengan demikian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: peran kreasi bisnis sebagai upaya peningkatan pendapatan masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu dideskripsikan sebagai angka – angka dengan menggunakan data primer melalui langkah penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelaku kreasi bisnis yang ada di Kecamatan Brondong Lamongan, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 31 responden, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara menggunakan metode kuantitatif, Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreasi bisnis dengan jenis *handycraft* ini sangatlah berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY.



1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara terluas ke-14 sekaligus negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas wilayah sebesar 1.910.931 km², serta negara dengan pulau terbanyak ke-6 di dunia, dengan jumlah 17.504 pulau. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara berpenduduk terbanyak ke-4 di dunia dengan penduduk mencapai 270.203.917 jiwa pada tahun 2020, Indonesia adalah negara multiras, multi-etnis, dan multikultural di dunia. Kondisi alam yang kaya dan seluruh isinya menyimpan banyak potensi dan peluang untuk membangun Indonesia agar lebih baik (Kepemimpinan et al., n.d.). Di Indonesia, kreasi bisnis mulai diakui memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi. Dalam beberapa terakhir ini istilah kreasi bisnis mulai marak dibicarakan. Implementasi konsep kreasi bisnis ke bentuk pengembangan industri kreatif adalah solusi cerdas dalam mempertahankan keberlanjutan pengembangan ekonomi dan pengembangan bisnis di era persaingan global.

Kreasi Bisnis telah berkembang menjadi sebuah fenomena dalam menghadapi tantangan globalisasi. Faktor teknologi informasi membuat perkembangan kreasi bisnis menjadi lebih cepat, sehingga kreasi bisnis menjadi sebuah jawaban atas tantangan dalam mensejahterakan masyarakat, selain itu juga kreasi bisnis mampu menurunkan tingkat pengangguran. kreasi bisnis akan memberikan nilai tambah baik pada proses produksi maupun kepada sumber daya manusia sehingga diyakini sebagai hal yang mampu menjawab tantangan dari berbagai permasalahan yang ada saat ini. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mengubah cara pandang, pola pikir, dan pola kehidupan manusia serta mampu mendorong terciptanya penemuan-penemuan yang dapat menghambat kelangkaan barang dan jasa. Melalui inovasi, riset, pengembangan yang terus-menerus menciptakan produk barang dan jasa apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Pengembangan kreasi bisnis dapat meningkatkan pendapatan usaha. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima pengrajin dari aktivitas penjualan produk kepada pelanggan. Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat sehingga besar kecilnya pendapatan ekonomi mencerminkan kemajuan ekonomi. Suatu ekonomi dikatakan baik apabila perekonomian tersebut terjadi pertumbuhan ekonomi. Perekonomian yang baik akan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat di daerah yang bersangkutan.

Untuk meningkatkan pendapatan sehari-hari, masyarakat mulai akrab dengan industri rumahan yang menjual ide kreatif untuk menghasilkan pendapatan. Para pakar ekonomi menyebutkan dengan istilah ekonomi kreatif. Ekonomi Kreatif adalah sebuah talenta baru yang mengubah masyarakat melalui ide atau gagasan kreatif, sehingga menghasilkan produk-produk bernilai tambah ekonomi yang mampu menghasilkan kehidupan lebih sejahtera.

Banyak wirausaha yang mengembangkan usahanya dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk membuat produknya menjadi lebih menarik dan banyak diminati oleh konsumen. Semakin wirausahawan tersebut meningkatkan kreativitas dan inovasinya untuk membuat produknya lebih menarik, maka konsumen juga akan lebih mempertimbangkan dan membandingkan produknya dengan tempat lain sehingga akan meningkatkan pendapatan bagi wirausaha tersebut.

Salah satu daerah di Jawa Timur yang mengupayakan pengembangan kreasi bisnis yaitu Kabupaten Lamongan. Kabupaten Lamongan merupakan kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.812,80 km² dan berpenduduk sebanyak 1.356.027 jiwa. Kabupaten Lamongan dikenal dengan sebutan kota soto, Kabupaten

Lamongan memiliki 27 Kecamatan, Salah satunya adalah Kecamatan Brondong. Kecamatan Brondong merupakan Kecamatan yang terletak pada daerah pantai pesisir utara Jawa Timur. Kecamatan Brondong menyimpan sejarah kejayaan pesisir Lamongan di masa lampau. Di Kecamatan inilah aktivitas kreasi bisnis mulai digalakkan, semangat dan kegigihan warga masyarakat Kecamatan Brondong patut diapresiasi setiap orang yang melihatnya. Sikap pantang menyerah serta tak pernah kenal lelah mampu membuat kondisi ekonomi masyarakat Kecamatan Brondong meningkat melalui berbagai aktivitas kreasi bisnis.

Salah satu jenis kreasi bisnis yang dijalankan di Kecamatan Brondong adalah usaha *Handycraft*. *Handycraft* atau biasa disebut dengan seni kriya adalah cabang seni yang menekankan pada ketrampilan tangan yang tinggi dalam proses pengerjaannya. Dalam arti khusus, kriya adalah mengerjakan sesuatu untuk menghasilkan benda atau obyek yang bernilai seni. Beraneka ragam jenis produk yang dihasilkan para pengrajin *Handycraft* di Kecamatan Brondong seperti kado ulang tahun, *hampers*, mahar pernikahan, dan lain-lain, sesuai dengan pesanan konsumen. Strategi yang digunakan oleh para pengrajin *Handycraft* untuk bisa mempertahankan usahanya yaitu dengan cara terus meningkatkan kreativitas dan inovasi baru agar produknya menjadi berkualitas dan dapat bersaing dengan produk lain yang serupa serta untuk dapat meningkatkan pendapatan.

2. Tinjauan Pustaka

Entrepreneurship

Entrepreneurship menurut Timmons ialah orang yang mempunyai tindakan kreatif pada suatu hal yang tidak punya nilai apa-apa. Menurut Kuratko dan Hodgetts, *entrepreneurship* ialah penciptaan berupa inovasi baru dengan empat dimensi terdiri dari organisasi, lingkungan, individual serta bantuan keikutsertaan didalam pemerintahan, lembaga dan pendidikan. Sedangkan Arthur Cole mengatakan bahwa *entrepreneurship* yaitu seluruh masyarakat, dan suatu jembatan dari masyarakat, khususnya bidang non ekonomi dari suatu masyarakat yang bertujuan pada laba dibuat untuk dapat keuntungan dari sumbangan ekonominya, sebaik yang mereka dapatkan (Margahana, 2020).

Inovasi Bisnis

Inovatif adalah suatu kemampuan manusia dalam mendayagunakan pikiran dan sumber daya yang ada disekelilingnya untuk menghasilkan suatu karya yang benar-benar baru yang orisinal, serta bermanfaat bagi banyak orang (Pertanian et al., n.d.). Sedangkan menurut Rogers, inovasi bisnis ialah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan untuk mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pikiran dan gagasan yang baru dengan memproduksi produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Pendapatan

Menurut Reksoprayitno, pendapatan atau *income* adalah uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa bunga dan laba termasuk juga beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pensiun (Tomisa & Syafitri, 2020). Pendapatan bisa diterima dalam bentuk uang maupun bukan bentuk uang. Dalam bentuk bukan uang seseorang bisa

menerima seperti barang, tunjangan beras, gas, minyak makan dan lain sebagainya. Penerimaan tersebut bisa mereka dapatkan dari usaha atas penjualan barang atau jasa yang telah mereka lakukan.

Ekonomi Kreatif

Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai "sektor ekonomi yang berfokus pada peningkatan nilai tambah yang dihasilkan dari pemanfaatan kreativitas dan potensi ekonomi budaya dalam menghasilkan produk dan jasa. Bank Dunia: menganggap ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi ketimpangan ekonomi (Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., ... & Hikmah, 2023).

3. Metode Penelitian

Pada saat melakukan penelitian ini, peneliti menerapkan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian dengan berdasarkan pada *positivistic* (data yang konkrit), data yang diperoleh dalam bentuk numerik yang kemudian dilakukan pengukuran dengan menggunakan statistik yang berfungsi sebagai media penguji perhitungan terkait persoalan pada penelitian agar dapat ditemukan kesimpulan, hal tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh (Sugiono, 2018). Kemudian untuk mengumpulkan data pada penelitian ini memanfaatkan program SPSS dalam upaya mempermudah proses analisis data.

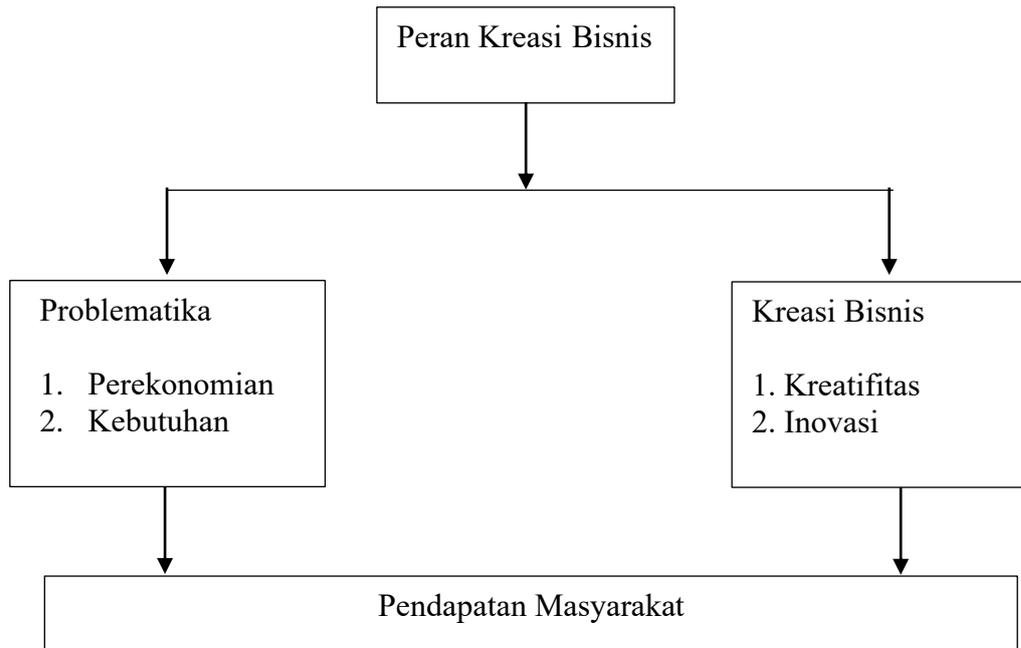
Ruang lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan pada para pengrajin *handycraft* yang berada di Kecamatan Brondong. Pemilihan lokasi penelitian pada para pengrajin *handycraft* di Kecamatan Brondong ini karena di Kecamatan Brondong mulai banyak pengrajin *handycraft*.

Metode Analisa Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016)

Hipotesis pada penelitian adalah seperti berikut ini.



Gambar 1. Bagan Kerangka Berfikir

4. Hasil dan Pembahasan

Uji validitas

Menghitung uji validitas, maka bisa dijelaskan menggunakan kriteria dibawah ini adalah sebagai berikut:

1. Pada saat $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dengan demikian data pernyataan maupun pertanyaan diketahui valid.
2. Pada saat $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, dengan demikian data pernyataan maupun pertanyaan diketahui tidak valid.

a) Variabel Kreasi Bisnis (X)

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kreasi Bisnis (X)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,732	0,3440	Valid
2	0,795	0,3440	Valid
3	0,836	0,3440	Valid
4	0,847	0,3440	Valid
5	0,738	0,3440	Valid
6	0,858	0,3440	Valid
7	0,801	0,3440	Valid
8	0,715	0,3440	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

b) Variabel Pendapatan (Y)

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Y)

Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
1	0,595	0,3440	Valid
2	0,515	0,3440	Valid
3	0,697	0,3440	Valid
4	0,790	0,3440	Valid
5	0,686	0,3440	Valid
6	0,368	0,3440	Valid
7	0,659	0,3440	Valid
8	0,462	0,3440	Valid
9	0,491	0,3440	Valid
10	1	0,3440	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Uji Reabilitas

Reliabilitas instrument penelitian dilaksanakan dengan mengamati korelasi koefisien Cronbach Alpha pada seluruh kuesioner pada masing-masing variabel. Menurut (Ghozali, 2016), Teknik yang diterapkan pada penelitian ini yakni Cronbach Alpha (α) suatu varibel dinyatakan reliable pada saat nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Standard	Keterangan
1	Kreasi Bisnis (X)	0,911	0,6	Reliabel
2	Pendapatan (Y)	0,922	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa *cronbach's alpha* lebih besar dari *Cronbach's standard* (0,6), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	Unstandardized Residual
31	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean 0,0000000
	Std. Deviation 2,06661364
Most Extreme Differences	Absolute 0,122
	Positive 0,095
	Negative -0,122
Test Statistic	0,122
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut, besarnya nilai *Asymp. Sig (2 tailed)* adalah 0,200 dan di atas nilai signifikan (0,005), maka variabel residual berdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients
	B	Std. Error			Beta
1 (Constant)	4,206	2,949	1,426	,164	
Kreasi Bisnis	1,136	,083	,930	13,651	,000

a. Dependent Variable : Pendapatan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Hasil pengujian tabel 4.13 dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi bentuk *standardized coefficients* diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4.206 + 1,136X$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

X = Kreasi Bisnis

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa apabila variabel bebas yaitu kreasi bisnis dianggap 0, maka nilai rata-rata pendapatan diperoleh sebesar 4,206

Kreasi Bisnis (X) memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 1,136 hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) kali nilai kreasi bisnis maka akan meningkatkan nilai pendapatan (Y) sebesar 1,136. Hal ini menunjukkan bahwa kreasi bisnis dapat meningkatkan nilai pendapatan pada masyarakat Kecamatan Brondong.

Uji Parsial (Uji T)

Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan >0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan <0,05.

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial atau Uji T (T-test)

Model	Coefficients ^a		t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients
	B	Std. Errc			Beta
1 (Constant)	4,206	2,949	1,426	0,164	
KREASI BISNIS	1,136	0,083	0,930	13,651	0,000

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai T hitung untuk variabel kreasi bisnis adalah 13,651 lebih besar dari nilai tabel T yaitu sebesar 2,039 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kreasi bisnis berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.

Pembahasan

Peran Kreasi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

Dalam memberikan informasi mengenai peran kreasi bisnis (X) sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat (Y), maka peneliti telah melakukan penelitian melalui 31 responden yang mana 31 responden tersebut merupakan para pelaku kreasi bisnis yang ada di Kecamatan Brondong. Penelitian tersebut dilakukan peneliti untuk menjawab permasalahan dengan judul “Peran Kreasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kreasi bisnis sebagai variabel independen dan variabel pendapatan sebagai variabel dependen. berdasarkan hasil penelitian dan analisis data penelitian ini membuktikan bahwa kreasi bisnis berperan dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat,

Pada analisis data, variabel bebas kreasi bisnis berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan pada pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong. Melalui uji hipotesis didapatkan bahwa kreasi bisnis berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dengan arah koefisien yang positif. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 1,136.

Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, hasil keduanya adalah valid dan reliabel dikarenakan dari semua pengujian instrument validitas, R hitung lebih besar dari R tabel dan dari pengujian reliabilitas dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabelnya reliabel karena nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 60% (0,60). Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas dengan melihat *output* IBM SPSS Statistik 26 grafik histogram berdistribusi normal, selanjutnya untuk uji heterokedastisitas dengan melihat *output* IBM SPSS Statistik 26 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dari itu tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan analisis uji parsial atau uji T diketahui nilai koefisien regresi dari variabel kreasi bisnis nilai T hitung untuk variabel kreasi bisnis adalah 13,651 lebih besar dari nilai tabel T yaitu sebesar 2,039 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kreasi bisnis berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. dengan arah koefisien yang positif, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jiwa *entrepreneurship* harus ada pada setiap diri para pelaku kreasi bisnis, Ciputra (2009) mengatakan bahwa sudah waktunya untuk menyampaikan fakta kepada generasi muda sejak bangku sekolah dasar bahwa saat ini kita terlalu banyak memiliki pencari kerja dan sebaliknya memiliki terlalu sedikit pencipta kerja. Hal ini kemudian ditindak lanjuti oleh para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong, yang mana para pelaku kreasi bisnis tersebut menciptakan sebuah produk dengan jenis *handycraft* sehingga masalah pengangguran yang ada dapat teratasi serta pendapatan masyarakat di Kecamatan Brondong bisa meningkat secara perlahan. Para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong memiliki peluang untuk meraih keuntungan tanpa batas, serta memiliki peluang untuk melakukan pekerjaan yang disukai dan bersenang-senang dalam mengerjakannya karena kebanyakan para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong memilih berbisnis *handycraft* ini sebab pada dasarnya mereka memang memiliki hobi dalam membuat kerajinan tangan.

Para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong memiliki kreatifitas yang tinggi serta memiliki jiwa untuk selalu berinovasi agar mampu menciptakan produk baru sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk sejenis serta dapat meningkatkan nilai jual produk yang dihasilkan, hal ini dibuktikan dengan diciptakannya *handycraft* dengan model baru sehingga mampu menarik hati para *customer*. Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan

(Prakosa, 2005, p. 37)inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pikiran dan gagasan yang baru dengan memproduksi produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Beberapa tahun sebelum menjalankan kreasi bisnis, para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong hanya bergantung dari penghasilan utamanya saja, namun semenjak menjalankan kreasi bisnis dengan jenis *handycraft*, sekarang mereka memiliki pendapatan yang lebih sehingga sangat membantu dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari, serta mampu meringankan beban ekonomi keluarga, kreasi bisnis dengan jenis *handycraft* di Kecamatan Brondong ini sangatlah membantu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Adapun pendapatan yang diperoleh para pelaku kreasi bisnis dari menjalankan kreasi bisnis dengan jenis *handycraft* ini relatif meningkat setiap bulannya, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.15 Bukti Peningkatan Penjualan *handycraft*

Bukti Peningkatan Penjualan					
Bulan	Harga Bucket	Modal	Terjual	Laba Bersih	Total Laba Bersih
I (Januari)	Rp. 25.000	Rp. 15.000	13	Rp 130,000	Rp 500,000
	Rp. 35.000	Rp. 20.000	9	Rp 135,000	
	Rp. 50.000	Rp. 35.000	5	Rp 75,000	
	Rp. 85.000	Rp. 65.000	6	Rp 120,000	
	Rp. 100.000	Rp. 80.000	2	Rp 40,000	
II (Februari)	Rp. 25.000	Rp. 15.000	15	Rp 150,000	Rp 680,000
	Rp. 35.000	Rp. 20.000	12	Rp 180,000	
	Rp. 50.000	Rp. 35.000	8	Rp 120,000	
	Rp. 85.000	Rp. 65.000	7	Rp 140,000	
	Rp. 100.000	Rp. 80.000	2	Rp 40,000	
III (Maret)	Rp. 125.000	Rp. 100.000	2	Rp 50,000	Rp 1,089,000
	Rp. 25.000	Rp. 15.000	17	Rp 170,000	
	Rp. 35.000	Rp. 20.000	16	Rp 240,000	
	Rp. 50.000	Rp. 35.000	12	Rp 180,000	
	Rp. 85.000	Rp. 65.000	11	Rp 220,000	
IV (April)	Rp. 100.000	Rp. 80.000	7	Rp 140,000	Rp 1,295,000
	Rp. 150.000	Rp. 125.000	3	Rp 75,000	
	Rp. 185.000	Rp. 153.000	2	Rp 64,000	
	Rp. 25.000	Rp. 15.000	19	Rp 190,000	
	Rp. 35.000	Rp. 20.000	18	Rp 270,000	
V (Mei)	Rp. 50.000	Rp. 35.000	15	Rp 225,000	Rp 1,465,000
	Rp. 85.000	Rp. 65.000	9	Rp 180,000	
	Rp. 100.000	Rp. 80.000	12	Rp 240,000	
	Rp. 135.000	Rp. 110.000	4	Rp 100,000	
	Rp. 220.000	Rp. 190.000	3	Rp 90,000	
VI (Juni)	Rp. 25.000	Rp. 15.000	22	Rp 220,000	Rp 1,533,000
	Rp. 35.000	Rp. 20.000	24	Rp 360,000	
	Rp. 50.000	Rp. 35.000	17	Rp 255,000	
	Rp. 85.000	Rp. 65.000	14	Rp 280,000	
	Rp. 100.000	Rp. 80.000	6	Rp 120,000	
	Rp. 180.000	Rp. 155.000	5	Rp 125,000	
	Rp. 325.000	Rp. 290.000	3	Rp 105,000	
	Rp. 25.000	Rp. 15.000	24	Rp 240,000	
	Rp. 35.000	Rp. 20.000	27	Rp 405,000	Rp 1,533,000
	Rp. 50.000	Rp. 35.000	19	Rp 285,000	

	Rp. 85.000	Rp. 65.000	13	Rp	260,000	
	Rp. 100.000	Rp. 80.000	7	Rp	140,000	
	Rp. 185.000	Rp. 153.000	4	Rp	128,000	
	Rp. 200.000	Rp. 175.000	3	Rp	75,000	
	Rp. 25.000	Rp. 15.000	26	Rp	260,000	
	Rp. 35.000	Rp. 20.000	30	Rp	450,000	
	Rp. 50.000	Rp. 35.000	17	Rp	255,000	
VII	Rp. 85.000	Rp. 65.000	19	Rp	380,000	
(Juli)	Rp. 100.000	Rp. 80.000	11	Rp	220,000	Rp 2,470,000
	Rp. 180.000	Rp. 155.000	10	Rp	250,000	
	Rp. 200.000	Rp. 175.000	8	Rp	200,000	
	Rp. 225.000	Rp. 190.000	9	Rp	315,000	
	Rp. 275.000	Rp. 240.000	4	Rp	140,000	
	Total Laba Bersih 7 Bulan Terakhir					Rp 9,032,000

Sumber: Data Diperoleh dari Hasil Wawancara dengan Pelaku Kreasi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong, kenaikan pendapatan dari bulan januari sampai bulan juli dikarenakan berbagai faktor, hal ini dijelaskan oleh Mike selaku *owner* dari DZ Store Gallery:

“saya menjalankan usaha ini sendiri mas tanpa bantuan karyawan hanya saja saya dibantu oleh ibu saya, selama saya menjalankan usaha ini, model *bucket* yang paling diminati konsumen adalah *bucket snack* dan juga uang. jadi modal yang saya keluarkan untuk sekali proses pembuatan *bucket* itu tidak menentu mas tergantung konsumen request begitupun dengan harganya. Selama saya menjalankan usaha ini keuangan saya menjadi stabil mas karena penghasilan saya juga reaktif naik, kenaikan pendapatan dari bulan ke bulan pun jelas dikarenakan oleh beberapa faktor mas. Kalau bulan januari ke february itu tidak terlalu signifikan kenaikannya tapi alhamdulillah masih meningkat itu karena saya punya banyak reseller yang menjual produk saya ke orang lain yang istilahnya ulang tahun pada bulan tersebut, Kemudian menuju bulan maret sampai mei alhamdulillah pendapatan saya meningkat lumayan banyak mas karena pada bulan tersebut sangat banyak yang ulang tahun dan wisuda, pada bulan juni juga mengalami peningkatan karena pada bulan juni juga musim wisuda namun tidak terlalu signifikan karena puncak musim wisuda ada pada bulan mei, kemudian pada bulan juli ini peningkatan saya meningkat secara signifikan karena pada bulan juli musimnya orang menikah dan buket yang dipesan juga buket yang nominal harganya mahal karena dengan model yang besar dan tingkat kerumitannya sangat tinggi. Jadi ya Alhamdulillah mas, saya tidak pernah mengalami kerugian pada bulan-bulan tersebut” [IN;01, 7 Juli 2023, Pukul 16.00]

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran kreasi bisnis sebagai upaya peningkatan pendapatan masyarakat, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong memiliki kreatifitas yang tinggi serta memiliki jiwa untuk selalu berinovasi agar mampu menciptakan produk baru sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk sejenis serta dapat meningkatkan nilai jual produk yang dihasilkan, hal ini dibuktikan dengan diciptakannya *handycraft* dengan model baru sehingga mampu menarik hati para customer.
- Beberapa tahun sebelum menjalankan kreasi bisnis, para pelaku kreasi bisnis di Kecamatan Brondong hanya bergantung dari penghasilan utamanya saja, namun semenjak menjalankan kreasi bisnis dengan jenis *handycraft*, sekarang mereka memiliki pendapatan yang lebih sehingga sangat membantu dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari, serta mampu meringankan beban ekonomi keluarga, kreasi bisnis dengan jenis *handycraft* di

Kecamatan Brondong ini sangatlah membantu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.

6. Ucapan Terima Kasih

Puji syukur Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan juga kerahmatan-Nya yang dengan demikian penulis dapat menuntaskan skripsi dengan judul “Peran Kreasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat” (Studi kasus pada pengrajin *handycraft* di Kecamatan Brondong). Penulis memahami sepenuhnya bahwa selama menyusun skripsi ini tidak dapat terlepas akan uluran tangan maupun dorongan yang diberikan oleh pihak-pihak lainnya. karena itu sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Daftar Pustaka

- Agus, E. A. (2012). *Kewirausahaan*. 1, 33–42.
- Azizah, S. N. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 63–78. ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia%0APengembangan
- Dewi, K., Yaspita, H., & Yulianda, A. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish.
- Ernawati, S., & Kurniawati, U. (2020). Pengaruh Kreatifitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 112. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.399>
- Harmawati, E., Farida, U., & Santoso, A. (2022). Pengaruh Dukungan Rekan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan Kabupaten Ponorogo. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 104–114. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i1.1134>
- Kepemimpinan, K., Kehidupan Berbangsa, D., Bernegara, D., & Yasa Wibawa, Y. (n.d.). *IMPLEMENTASI NILAI-NILAI KEBANGSAAN DARI NKRI GUNA MENINGKATKAN*.
- Komunikasi, P., Fisik, K., Sugara, F., Adji, S., & Chamidah, S. (2020). Semangat Kerja Karyawan Ud . Sukri Dana Abadi Ponorogo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 46–57.
- Margahana, H. (2020). Urgensi Pendidikan Entrepreneurship Dalam Membentuk Karakter Entrepreneur Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 176–183. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.4096>
- Muis, A. R. C. (2019). *Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*. Deepublish. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ms-oDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=info:KaGVTYNWY3gJ:scholar.google.com/&ots=NvFM4K9uR7&sig=XmHiivOq-BnudWYOIWigxV7pIdQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Mulyani, S., Handayani, S. R., Nurlaela, S., Noviani, R., Arifah, S., & Rochmatullah, M. R. (2023). 8,9,10,11. 05(02), 1–7.
- Pertanian, F., Udayana, U., Visual, D. K., Tinggi, S., & Bali, D. (n.d.). *KERAGAMAN BUDAYA INDONESIA SUMBER INSPIRASI INOVASI*.
- Purba, R. (2020). Branding Kerajinan Dari Limbah Teh Rendy Handycraft. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 6(1), 56–66. <https://doi.org/10.22303/proporsi.6.1.2020.56-66>
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., ... & Hikmah, A. N. (2023). *EKONOMI KREATIF: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=pWHjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=info:hpFv4gQ77N0J:scholar.google.com/&ots=4vN_s9AnYC&sig=LGKkmZ0mmrCG2pKlyNf5YVKTswM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.

- Tomisa, M. E., & Syafitri, M. (2020). Pengaruh Badan Usaha Milik Desa Terhadap Pendapatan Asli di Desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 91–101. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.219>
- Tri prasetya, B. V., Farida, U., & Wijianto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukul Sport Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(1), 156–169. <https://doi.org/10.24269/iso.v7i1.2031>
- Triayudi, A., Mesran, Suginam, Afriany, J., & Nugroho, F. (2023). Pengaruh Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pendapatan UMKM Sekar Handycraft. *Jpm: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 124–127. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1349>
- Widodo, Z. D., Umiyati, H., Andriansyah, T. M., & Yudawisastra, H. G. (2022). *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*.