

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemberdayaan Masyarakat

a. Definisi Pemberdayaan Masyarakat

Konsep “pemberdayaan” berasal dari kata dasar “daya” yang mengandung arti “kekuatan”, dan merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu “*empowerment*”.¹⁴

Hal ini mengandung arti bahwa konsep pemberdayaan memberikan daya atau kekuatan kepada kelompok yang lemah yang belum mempunyai daya/kekuatan untuk hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok/kebutuhan dasar hidupnya sehari-hari, seperti makan, pakaian/sandang, rumah/papan, pendidikan, dan kesehatan.

Pemberdayaan merupakan cara penguatan sosial masyarakat sebagai proses peningkatan kesadaran dan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai keberhasilannya.¹⁵ Konsep ini digunakan dalam peningkatan kapasitas suatu individu yang berguna dalam pemanfaatan sumber daya manusia dan juga sumber daya

¹⁴ Muhammad Alhada Fuadilah Habib, ‘Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif 1’, 1.2 (2021), 106–34.

¹⁵ Muhammad Bagus Setiadi dan Galih Wahyu Pradana, ‘Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Genilangit (Studi Di Desa Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan)’, *Publika*, 10.3 (2022), 881–94 <<https://doi.org/10.26740/publika.v10n4.p881-894>>.

alam di lingkungan sekitar. Sektor pariwisata dapat menunjang pendapatan daerah tentunya dengan cara meningkatkan potensi yang dimiliki.

Pemberdayaan masyarakat merupakan konsep peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam pembangunan.¹⁶ Pembangunan dan proses pemberdayaan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan karena untuk mencapai sebuah tujuan pembangunan proses yang perlu dilalui adalah memberdayakan masyarakat sehingga terwujudlah sebuah keberdayaan masyarakat dalam pembangunan.

Pemberdayaan masyarakat juga dapat diartikan sebagai proses penyuluhan pembangunan yang kemudian diartikan lebih lanjut sebagai: Proses perubahan sosial, ekonomi, dan politik untuk memberdayakan dan memperkuat kemampuan masyarakat melalui proses belajar bersama yang partisipatif, agar terjadi perubahan perilaku pada di semua stakeholders (individu, kelompok, kelembagaan) yang terlibat dalam proses pembangunan, demi terwujudnya kehidupan yang semakin berdaya,

¹⁶ Bayu Adi Laksono Dan Nasyikhatur Rohmah, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Lembaga Sosial Dan Pendidikan', *Pendidikan Nonformal*, 14. 1 (2019), 1–11.

mandiri, partisipatif yang semakin sejahtera secara berkelanjutan.¹⁷

Proses pemberdayaan tidak terjadi dengan sendirinya, tetapi dengan keikutsertaan dan partisipasi masyarakat sehingga dapat berdaya guna. Agar pemberdayaan berlangsung dan berhasil tidak hanya diperlukan partisipasi dan menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi saja, akan tetapi kita harus membangun manusianya pula supaya mampu menyesuaikan pikiran dan tindakannya dengan perkembangan yang terjadi dan memiliki rasa tanggung jawab serta ikut memelihara hasil-hasil atau upaya yang telah dilaksanakan.

Pemberdayaan masyarakat di Desa mencakup pembangunan di segala aspek kehidupan dan penghidupan masyarakat. Program-program yang direncanakan dalam pembangunan Desa seharusnya menyentuh secara langsung kepentingan masyarakat Desa. Karena masyarakat desanya, maka hendaknya mereka ikut dilibatkan dalam proses pemberdayaan.

Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan masyarakat adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berfikir, bertindak, dan

¹⁷ AAP Santoso, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Desa Wisata Di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah', 2002, 1–10.

mengendalikan apa yang mereka lakukan tersebut. Untuk mencapai kemandirian masyarakat diperlukan sebuah proses.¹⁸ Melalui proses belajar maka secara bertahap masyarakat akan memperoleh kemampuan atau daya dari waktu ke waktu.

b. Unsur-unsur Pemberdayaan Masyarakat

Ada beberapa unsur pokok dalam pemberdayaan masyarakat, diantaranya:¹⁹

1. Akseibilitas Informasi

Akseibilitas informasi ini sangat penting dalam pemberdayaan masyarakat. Informasi di sini sebagai kekuatan yang berkaitan dengan peluang, layanan, penegakan hukum, efektivitas negosiasi dan akuntabilitas sehingga akses dalam mendapatkan informasi sebagai unsur penting untuk mewujudkan masyarakat mandiri.

2. Keterlibatan Dan Partisipasi

Keterlibatan dan partisipasi, dalam proses pemberdayaan keterlibatan dan partisipasi sangat penting untuk diperhatikan terkait dengan siapa yang

¹⁸ Drs Sri Koeswanto W, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Menyulam Pada Ibu-Ibu Di Desa Pabuaran Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor', *Revista CENIC. Ciencias Biológicas*, 17.3 (2014), 1–26.

¹⁹ Ika Silviana, *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Produksi Batik Di Kampung Batik Pesindon Kota Pekalongan*, (2019.), h. 19

dilibatkan dan bagaimana mereka terlibat dalam keseluruhan proses pembangunan.

3. Akuntabilitas

Akutabilitas berkaitan dengan pertanggung jawaban publik atas segala kegiatan dengan mengatasnamakan rakyat.

4. Kapasitas Organisasi Lokal

Kapasitas organisasi lokal kaitannya dengan kemampuan bekerjasama, mengorganisasi masyarakat, serta memobilisasi sumberdaya untuk memecahkan masalah-masalah yang mereka hadapi.

Pemberdayaan masyarakat mempunyai peran penting dalam mencapai kesejahteraan masyarakat, misalnya saja mempengaruhi kebijakan yang berdampak pada lingkungan masyarakat, kemampuan mengatur urusan rumah tangga dan rasa percaya diri yang tinggi dalam menyelesaikan permasalahan. Tolak ukur pemberdayaan masyarakat tidak membatasi partisipasi masyarakat dan partisipasi dalam proses dan mekanisme pemberdayaan. komunitas mempunyai kesempatan yang sama untuk mempengaruhi kebijakan lokal.

c. Tahap-tahap Pemberdayaan Masyarakat

Pada dasarnya, pemberdayaan bukan merupakan proses yang instan, namun membutuhkan proses dan tahapan untuk dapat menciptakan masyarakat yang benar-benar berdaya. Oleh karena itu, dalam proses pemberdayaan terdapat tiga tahapan, yaitu :²⁰

1. Penyadaran

Tahap penyadaran merupakan tahap awal dalam pemberdayaan. Masyarakat yang menjadi target pemberdayaan awalnya diberi penyadaran bahwa mereka sebenarnya memiliki keahlian dan potensi untuk dapat dikembangkan. Tahap ini dapat dilakukan melalui pemberian pengetahuan yang bersifat kognisi, belief, dan healing.

2. Pengkapasitasan

Tahap pengkapasitasan atau capacity building dapat diartikan sebagai upaya untuk membuat masyarakat yang diberdayakan itu mampu menerima daya yang akan diberikan. Tahap pengkapasitasan dalam hal ini terdiri dari :

²⁰ Istianawati Dan Sudaryanti, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kelompok Seni Dan Usaha Kecil Menengah Kelurahan Mangkubumen (Mpok Sinah Klamben) Di Kelurahan Mangkubumen Kota Surakarta', *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 12.2 (2021), 135–45.

a. Pengkapasitasan manusia

Pengkapasitasan manusia dapat dilakukan melalui pemberian kapasitas kepada masyarakat yang ingin diberdayakan.

b. Pengkapasitasan organisasi

Pengkapasitasan organisasi dilakukan melalui restrukturisasi organisasi dari masyarakat yang akan diberdayakan.

c. Pengkapasitasan sistem nilai

Pengkapasitasan sistem nilai berarti memberikan kapasitas kepada manusia dan organisasinya melalui pemberian atau pembuatan “aturan main” di antara mereka. Sistem nilai dalam cakupan organisasi, terdiri dari Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, Sistem dan Prosedur, Peraturan Koperasi, dan sejenisnya. Pada tingkat yang lebih maju, sistem nilai meliputi budaya organisasi, etika dan *good governance*.

3. Pendayaan

Tahap pendayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk membuat masyarakat menjadi berdaya dengan keahlian dan potensi yang dimilikinya. Tahap pendayaan dapat dilakukan melalui pemberian daya, otoritas, peluang dan kekuasaan kepada masyarakat.

d. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat sangat penting dan merupakan hal yang wajib untuk dilakukan mengingat pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang demikian pesatnya akan sangat mempengaruhi kemampuan setiap individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk itu masyarakat diharapkan mampu mengikuti perkembangan zaman dengan adanya pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk:²¹

1. Melahirkan individu-individu yang mandiri dalam masyarakat.
2. Menciptakan lingkungan yang memiliki etos kerja yang baik sehingga mampu menciptakan kondisi kerja yang sehat dan saling menguntungkan.
3. Menciptakan masyarakat yang memiliki kesadaran tinggi akan potensi diri dan lingkungan disekitarnya dengan baik.
4. Melatih masyarakat untuk melakukan perencanaan dan pertanggung jawaban atas tindakan mereka dalam memenuhi kebutuhan mereka.
5. Menambah kemampuan berpikir dan bernegosiasi atau mencari solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang mungkin ditemui dalam lingkungannya.

²¹ Dwi Iriani Margayaningsih, 'Peran Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Di Desa', *Jurnal Publiciana*, 11.1 (2018), 72–88.

6. Memperkecil angka kemiskinan dengan cara meningkatkan potensidan kemampuan dasar yang dimiliki masyarakat.

e. Metode *Participatory Learning and Action* (PLA)

Metode Participatory Learnig And Action (PLA)

Model Pemberdayaan *Participatory Learning and Action* (PLA) atau pembelajaran dan praktik partisipatif adalah salah satu bentuk dari metode pemberdayaan masyarakat yang sebelumnya dikenal sebagai belajar dengan melakukan.²² Secara umum, model pemberdayaan PLA dapat digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan, merencanakan, memantau atau mengevaluasi program. *Participatory Learning and Action* (PLA) merupakan model pemberdayaan yang memiliki kelebihan secara mendasar dan memiliki nilai untuk melakukan tindakan, dimana dalam prosesnya banyak melibatkan masyarakat.

Participatory Learning and Action (PLA)

merupakan salah satu pendekatan proses belajar dan berinteraksi dengan komunitas atau masyarakat. Sebetulnya pendekatan ini menggabungkan berbagai metode partisipatif untuk memfasilitasi kolektifitas dan proses pembelajaran di lingkungan masyarakat..

²² Lugtyandini Wahyunindyah dan Agung Wibowo, 'Model Pemberdayaan Participatory Learning and Action Untuk Membangun Penghidupan Berkelanjutan (Sustainable Livelihood) Pada Kelompok Wanita Tani Di Kabupate Bantul', *Seminar Nasional Dalam Rangka Dies Natalis Ke-47 UNS Tahun 2023*, 7.1 (2023), 640–48.

Participatory Learning and Action (PLA) dapat dikatakan sebagai alat konseling yang ampuh, dimana konsep ini menawarkan kesempatan untuk lebih dari sekedar konsultasi akan tetapi berusaha mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam masalah dan intervensi yang membentuk kehidupan mereka.

Dengan demikian tujuan yang dibangun dalam metode PLA adalah untuk mewujudkan Pemberdayaan masyarakat dengan proses partisipatif sehingga memberikan kepercayaan diri dan kesempatan kepada masyarakat untuk mendapatkan tantangan utama pembangunan. Tantangan tersebut nyatanya harus mereka hadapi dengan mewujudkan kegiatan yang dirancang untuk mengatasi masalah keseharian secara partisipatif. Keunggulan penggunaan *Participatory Learning and Action* (PLA) dalam proses pemberdayaan masyarakat terbukti dalam penelitian tentang kesehatan masyarakat, bahwa strategi mobilisasi dan pemberdayaan masyarakat dengan *Participatory Learning and Action* (PLA) mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan.

Participatory Learning and Action (PRA) atau proses belajar dan praktek secara partisipatif memiliki beberapa prinsip sebagai berikut:

1. *Participatory Learning and Action (PLA)* atau proses belajar dan praktek secara partisipatif merupakan proses belajar secara berkelompok yang dilakukan oleh semua pemangku kepentingan (stakeholders) secara interaktif dalam suatu proses analisis bersama.
2. *Multi perspective*, yang mencerminkan beragam interpretasi pemecahan masalah yang dilakukan oleh para pihak yang beragam dengan berbeda cara pandangnya.
3. Spesifik lokasi, sesuai dengan kondisi para pihak yang terlibat.
4. Difasilitasi oleh dan stakeholders (bukan anggota kelompok belajar) yang bertindak sebagai katalisator dan fasilitator dalam mengambil keputusan dan jika diperlukan mereka akan meneruskannya kepada pengambilan keputusan.
5. Pengambilan perubahan, dalam arti bahwa keputusan yang diambil melalui *Participatory Learning and Action* atau proses belajar dan praktek secara partisipatif akan dijadikan acuan bagi perubahan-perubahan yang akan dilaksanakan oleh masyarakat setempat.

B. Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga(PKK)

a. Definisi Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga

Pemerintah memiliki program yang bertujuan untuk mensejahterahkan masyarakat khususnya perempuan yang memiliki peran terhadap ruang lingkup keluarga yaitu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang ditujukan untuk memberdayakan perempuan agar berpartisipasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan Permendagri Nomor 1 Tahun 2013 Pasal 1 bahwa Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, selanjutnya disingkat Gerakan PKK adalah gerakan nasional dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari bawah yang pengelolaannya dari, oleh dan untuk masyarakat, menuju terwujudnya keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat sejahtera, maju dan mandiri, kesetaraan dan keadilan gender serta kesadaran hukum dan lingkungan.²³

Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan wadah membina keluarga bermasyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan yang dapat menghasilkan

²³ Dwi Muhammad Ramadani, 'Upaya Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga (Pkk) Dalam Pemberdayaan Perempuan Di Desa Mukti Jaya Kabupaten Kutai Timur', *E Journal Ilmu Pemerintahan*, 8.3 (2020), 677–90.

sinergi untuk keluarga sejahtera yang mandiri dengan meningkatkan mental spiritual perilaku hidup dengan menghayati dan mengamalkan Pancasila.²⁴

PKK berfungsi sebagai fasilitator dalam meningkatkan pemberdayaan Perempuan, dimana kaum perempuan juga harus bisa membantu meringankan perekonomian keluarga, dan ikut serta dalam upaya pembangunan nasional. Namun dilihat dari kehidupan nyata seringkali perempuan kurang mampu berperan aktif dalam ekonomi keluarga, sehingga perempuan hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga dan bergantung dengan hasil pendapatan suami. Pekerjaan perempuan dalam rumah tangga menyebabkan perempuan di anggap sebagai penerima pasif pembangunan. Oleh karena itu perlu adanya konsep pemberdayaan, agar masyarakat terutama perempuan dapat berproses melepaskan ketertekanan, ketidakmampuan, dan lain sebagainya. Kemudian tujuan setiap program pemberdayaan adalah peningkatan bargaining position dan bargaining power suatu pihak agar mampu berhadapan secara relatif sejajar dengan pihak lain dalam rangka menciptakan rasa keadilan bersama melalui solusi (kesepakatan) yang saling menguntungkan.

²⁴Dwi Muhammad Ramadani, 'Upaya Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Dalam Pemberdayaan Perempuan Di Desa Mukti Jaya Kecamatan Rantau Pulung Kabupaten Kutai Timur', eJurnal Ilmu pemerintah, 8. 3 (2020), 677-690, (h. 681)

Adapun tujuan dari Gerakan PKK adalah memberdayakan keluarga untuk meningkatkan kesejahteraan menuju terwujudnya keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat sejahtera, maju dan mandiri, kesetaraan dan keadilan gender serta kesadaran hukum dan lingkungannya.

b. Visi, Misi dan Tujuan PKK

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan dari PKK adalah sebagai berikut:²⁵

1. Visi

Terwujudnya keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada tuhan yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat sejahtera, maju, mandiri, kesetaraan dan keadilan gender serta kesadaran hukum dan lingkungan.

2. Misi

a. Meningkatkan mental spiritual, perilaku hidup dengan menghayati dan mengamalkan pancasila serta meningkatkan pelaksana hak dan kewajiban sesuai dengan hak asasi manusia (HAM), demokrasi meningkatkan kesetikawanan sosial dan

²⁵ mirnawati, 'Peran Pkk (Pemberdayaan Dan Kesejahteraankeluarga)Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Masyarakat Desa Aska Kecamatan Sinjai', (*Skripsi:Universitas Muhammadiyah Makassar*), 2018, 1–84.

kegotongroyongan serta pembentuk watak bangsa yang selaras, serasi dan seimbang.

- b. Meningkatkan pendidikan dan keterampilan yang diperlukan, ikut mengupayakan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa serta meningkatkan pendapatan keluarga.
- c. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pangan keluarga, serta upaya peningkatan pemanfaatan perkarangan melalui halaman asri, teratur, indah dan nyaman (hatinya) PKK, sandang dan perumahan serta tata laksana rumah tangga yang sehat.
- d. Meningkatkan derajat kesehatan kelestarian lingkungan hidup serta membiasakan hidup berencana dalam semua aspek kehidupan dan perencanaan ekonomi keluarga dengan membiasakan menabung.
- e. Meningkatkan pengelolaan gerakan PKK, baik kegiatan pengorganisasian maupun pelaksanaan program-programnya, yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat setempat.

3. Tujuan Umum PKK

Dalam kurun waktu ke waktu akan mendorong peningkatan kemandirian gerakan PKK dalam keluarga

dan masyarakat dilingkungannya melalui pelaksanaan kegiatan 10 program pokok PKK.

4. Tujuan Khusus PKK

Dalam kurun waktu yang relatif pendek akan meningkat efektivitas, efesiensi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan kegiatan 10 program pokok PKK yang merata di semua jenjang, serta meningkatkan mutu pengorganisasian gerakan PKK dan kapatitas gerakan PKK baik di desa dan maupun di kota dengan kaderkader yang handal dan berkualitas, serta meningkatkan kemitraan dalam dalam pelaksaannya UU NO. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

c. Program Pokok PKK

PKK memiliki 10 program kerja pokok yakni:²⁶

1. Penghayatan dan Pengamalan Pancasila

Berupaya menumbuhkan ketahanan keluarga melalui kesadaran bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dengan pemahaman secara terpadu seperti:

- a. Pembinaan Kesadaran Bela Negara (PKBN) yang mencakup lima unsur yaitu kecintaan tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara, keyakinan atas kebenaran Pancasila, kerelaan berkorban untuk

²⁶ Simson Ginting dan Yolanda Janna Aini, 'Peran Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga (Pkk) Dalam Mensejahterakan Masyarakat Desa Pulo Dogom Kabupaten Labuhanbatu Utara', *JMIAP :Jurnal Mahasiswa Dan Ilmu Adminitrasi Publik*, 5.2 (2023), 113–21.

bangsa dan negara, serta memiliki kemampuan awal bela Negara.

- b. Kesadaran hukum (Kadarkum) untuk meningkatkan pemahaman tentang peraturan perundang-undangan untuk pencegahan terjadinya Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT), trafficking (perdagangan orang), perlindungan anak, penyalahgunaan narkoba, dan lain sebagainya.
- c. Pola asih anak dan remaja dengan menumbuhkan dan membangun perilaku, budi pekerti, sopan santun di dalam keluarga sesuai budaya bangsa.
- d. Pemahaman dan keterampilan hidup yaitu usaha menumbuhkan kesadaran orangtua dalam upaya mencegah penyalahgunaan narkoba.
- e. Pemahaman tertib administrasi dalam rangka meningkatkan dan mewujudkan tertib administrasi kependudukan di keluarga.

2. Gotong Royong

Membangun kerja sama yang baik antarsesama keluarga, warga dan kelompok untuk mewujudkan semangat persatuan dan kesatuan. Sifat gotong royong sudah ada dalam budaya masyarakat di Indonesia.

3. Pangan

Membangun kerja sama yang baik antarsesama keluarga, warga dan kelompok untuk mewujudkan semangat persatuan dan kesatuan. Sifat gotong royong sudah ada dalam budaya masyarakat di Indonesia.

4. Sandang

PKK berupaya melestarikan dan menggalakkan produksi bahan dan corak pakaian yang menjadi kekayaan budaya lokal, berupa batik, tenun, lurik, songket dan lain sebagainya. Dengan ini juga mengikutsertakan warga dalam pameran dan lomba di tingkat lokal, nasional bahkan internasional.

5. Perumahan dan Tata Laksana Rumah Tangga

Melalui program ini PKK menggerakkan upaya pemugaran perumahan dan lingkungan desa terpadu melalui pemugaran rumah layak huni terutama keluarga miskin dan pengungsi dengan asas tri bina (bina usaha, bina manusia dan bina lingkungan) gotong royong serta mengupayakan bantuan dari instansi/dinas terkait, bank, swasta dan masyarakat.

6. Pendidikan dan Keterampilan

PKK memanfaatkan jalur pendidikan non-formal, program “wajib belajar” PKK menganjurkan keluarga untuk dapat memberikan pendidikan bagi putra-putrinya. Anak laki-laki dan anak perempuan

mendapatkan kesempatan belajar yang sama. Sebagai mitra pemerintah PKK juga berperan dalam melaksanakan program Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dan Bina Keluarga Balita (BKB). PKK juga melaksanakan program keaksaraan fungsional, pelatihan yang dilakukan untuk membuat kerajinan tangan, produk makanan dan minuman yang hasilnya dapat dijual untuk meningkatkan penghasilan pendapatan keluarga.

7. Kesehatan

Melaksanakan evaluasi UP2K-PKK dan mengadakan lomba UP2K untuk mengetahui progress pelaksanaan kegiatan UP2K-PKK di daerah-daerah. PKK juga memotivasi keluarga agar menjadi anggota koperasi, memberikan pengetahuan tentang cara pemecahan masalah permodalan untuk kegiatan UP2K-PKK melalui APBD, Lembaga Keuangan Mikro yang ada baik yang bersifat bank seperti BRI Unit Desa, Bank Perkreditan Rakyat, Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pedesaan, Alokasi Dana Desa (ADD), dan lain-lain.

8. Pengembangan Kehidupan Berkoperasi

PKK menggerakkan terwujudnya Keluarga Sadar Gizi (Kadar-zi) dalam upaya menurunkan prevalansi anak balita kurang gizi yang mencakup:

- a. Gizi seimbang pada ibu hamil, ibu menyusui dan balita.
- b. Kualitas gizi pada ibu hamil yang kekurangan energy kronis dengan mengukur lingkaran lengan atas.
- c. Penanggulangan gangguan akibat kekurangan garam yodium.
- d. Suplementasi zat gizi.
- e. Pemberian ASI eksklusif selama enam bulan.
- f. Makanan pendamping ASI.
- g. Pemberian makanan tambahan bagi balita dan lansia di posyandu.

9. Kelestarian Lingkungan Hidup

PKK menanamkan kesadaran tentang pengelolaan kamar mandi dan jamban keluarga, saluran pembuangan air limbah, penghematan air bersih dalam keluarga, pencegahan banjir dengan cara tidak menebang pohon sembarangan, pembuatan lubang resapan untuk mencegah genangan air (biopori).

10. Perencanaan Sehat

PKK meningkatkan kegiatan dalam penyuluhan tentang keluarga berencana, membiasakan menabung, menyelenggarakan peringatan hari keluarga nasional, penyuluhan kesehatan reproduksi bagi remaja dan

calon pengantin, mengatur keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran keuangan keluarga.

Kesepuluh program tersebut telah dilaksanakan oleh seluruh Penggerak PKK yang berada di tingkat pusat sampai dengan tingkat dusun. Dan jelas disini bahwa Penggerak PKK merupakan gerakan perempuan yang mencakup seluruh aspek kehidupan dalam keluarga.

C. Proses Produksi

a. Definisi Proses Produksi

Produksi adalah semua kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang, dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi yang tersedia.²⁷ Dalam aktivitas produksi adalah menambah kegunaan suatu barang, hal ini bisa direalisasikan apabila kegunaan suatu barang bertambah, baik dengan cara memberikan manfaat yang benarbenar baru maupun manfaat yang melebihi manfaat yang telah ada sebelumnya.

Proses produksi merupakan suatu rangkaian cara atau teknik bagaimana menambah manfaat atau penciptaan faedah baru dalam perusahaan atau dengan kata lain menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan

²⁷ Mariani, 'Manajemen Operasional Pada Proses Produksi Perusahaan', *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2022).

menggunakan faktor-faktor yang ada agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.²⁸

Proses menciptakan kualitas produk yang berkualitas tinggi tidak terlepasnya dari adanya proses produksi yang baik dan tepat. Proses produksi tersebut tidak hanya sebatas proses mengubah input menjadi output, tetapi juga proses menemukan suatu cara untuk memproduksi produk yang memenuhi persyaratan dari pelanggan dan spesifikasi produk yang ada dalam batas biaya yang ada dan batas material lainnya.²⁹

Kelancaran dalam pelaksanaan proses produksi ditentukan oleh sistem produksi yang ada di dalam perusahaan tersebut. Baik buruknya sistem produksi dalam suatu perusahaan akan mempengaruhi pelaksanaan proses produksi dalam perusahaan yang bersangkutan. Jika proses produksi yang terjadi dalam perusahaan baik, maka akan menghasilkan barang atau jasa dengan kualitas yang baik, demikian sebaliknya. Untuk menghindari hal tersebut maka perlu adanya pengendalian dalam suatu proses produksi. Pengendalian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menjamin agar kegiatan produksi dan

²⁸ Sulistyarini dan egy Pebrianti, 'Analisis Pengawasan Proses Produksi Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Produk (Studi Kasus Pada UD . Bintang Antik Sejahtera Di Tulungagung)', *Jurnal Benefit*, 6.1 (2019), 11–22.

²⁹ Hichmaed Alfisahri dan Khusnul, 'Pengaruh Proses Produksi Dan Pengendalian Kualitas Terhadap Kualitas Produk Spun Pile', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2.1 (2023), 91–103.

operasi yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang telah direncanakan, dan apabila terjadi penyimpangan, maka penyimpangan tersebut dapat dikoreksi, sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai.³⁰

b. Tahapan Proses Produksi

Proses produksi memiliki beberapa tahapan yang perlu direncanakan dan dilakukan produsen, diantaranya:³¹

1. Planning

Planning adalah menentukan produk yang akan dibuat, banyaknya bahan baku yang dibutuhkan, besarnya biaya untuk produksi dan jumlah tenaga kerja untuk melakukan kegiatan produksi.

2. Routing

Routing adalah menentukan dan menetapkan tahapan suatu produksi dari tahap pertama hingga tahap terakhir.

3. Scheduling

Scheduling adalah menentukan waktu untuk melakukan proses produksi setelah melakukan beberapa persiapan dan perencanaan di awal berdasarkan keseimbangan jumlah karyawan dan jam

³⁰ NK Budiatriami, 'Analisis Pengendalian Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada CV. Cok Konveksi Di Denpasar', *Jurnal MBE*, 5.2 (2019), 161–66.

³¹ Dhimas Mangalaning Sejati, 'Pengaruh Proses Produksi Dan Kualitas Bahan Baku Terhadap Kualitas Produk Pada Usaha Tape Ketan 38 Magelang', (*Skripsi: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 2021), h.11–12.

kerja masing – masing karyawan, hingga durasi waktu pengerjaan dari setiap proses produksi.

4. Pelaksanaan Produksi

Pelaksanaan produksi adalah proses pengerjaan suatu produk sejak dimulainya perintah untuk melakukan produksi tahap pertama hingga tahap jadinya suatu produk sesuai dengan perencanaan dan penetapan di awal.

c. Jenis Proses Produksi

Jenis proses produksi dikelompokkan, proses produksi satuan, proses produksi masa, proses produksi seri satuan, proses produksi seri masa. Proses produksi dapat dibedakan atas dua jenis yaitu :³²

1. Proses produksi yang terus-menerus (*countinuous processes*). Dalam proses seperti ini terdapat waktu yang pendek dalam persiapan peralatan untuk perubahan yang cepat guna dapat menghadapi variasi produk yang berganti-ganti Seperti pabrik kapal, atau bengkel besi / las.
2. Proses produksi yang terputus-putus (*intermittent processes*). Dalam proses ini terdapat waktu yang panjang tanpa adanya perubahan-perubahan dari pengaturan dan penggunaan mesin serta peralatannya

³² Wulan Wahyuni Jasmadeti, 'Peranan Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Bahan Baku Dalam Menunjang Kelancaran Proses Produksi', *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 8.15 (2019), 1–8.

proses seperti ini terdapat dalam pabrik yang menghasilkan produknya untuk pasar (produksi masa) seperti pabrik susu dan pabrik ban.

D. Pemasaran Syariah

a. Definisi Pemasaran Syariah

Di dalam sebuah bisnis penting menerapkan strategi pemasaran syariah karena nilai-nilai syariah yang terkandung di dalamnya diyakini mampu berlaku secara universal tidak lagi eksklusif tetapi inklusif. Selain itu, terdapat manfaat dari implementasi nilai-nilai syariah yang tidak hanya dirasakan oleh masyarakat atau komunitas muslim saja, tetapi juga dirasakan oleh masyarakat atau komunitas non muslim. Konsep inilah yang dinamakan ‘Islam Rahmatan Lil’ala min (Islam adalah rahmat bagi seluruh manusia). Selain itu, strategi pemasaran yang banyak diterapkan dan dijadikan pedoman bacaan adalah pemasaran bersifat bebas nilai (sekuler) yang dapat merusak pasar, khususnya pada sisi moralitas.³³

Pemasaran menurut perspektif syariah yaitu kegiatan berbisnis yang memungkinkan siapapun melakukannya bertumbuh serta mempergunakan kemanfaatannya yang dilandasi sikap kejujuran, keadilan,

³³ Siti Nafisah, Maya Mustika, and Shinta Nur Khasanah, ‘Strategi Pemasaran Syariah Pada Produk Mikro’, *Jurnal Manajemen STEI*, 06.01 (2023), 22–33.

keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan prinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.³⁴

Secara umum pemasaran islami adalah strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menawarkan, menciptakan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau suatu perusahaan maupun perorangan sesuai dengan ajaran Islam.³⁵ Pemasaran Islami merupakan suatu proses bisnis yang seluruh prosesnya merupakan nilai-nilai Islam. Suatu cara dalam memasarkan suatu bisnis yang mengedepankan nilai-nilai mengagungkan keadilan dan kejujuran. Pemasaran Islami, seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.

Pemasaran Syariah merupakan bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu

³⁴ Mahilda Anastasia Putri and others, 'Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo', 4.November (2021).

³⁵ Rizki Utami Dan Unun Roudlotul Janah, 'Analisis Marketing Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Tempe De Yati Madiun', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2.2 (2022), 211–28.

inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.³⁶

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan konsumen adalah standar syariah. Pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap nilai produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Zalzalah ayat 7-8:

يَرَهُ خَيْرًا ذَرَّةً مِثْقَالَ يَعْمَلُ فَمَنْ ٧
يَرَهُ شَرًّا ذَرَّةً مِثْقَالَ يَعْمَلُ وَمَنْ ٨

Artinya: Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula.

Dari kutipan arti ayat tersebut dapat kita pahami bahwa segala sesuatu yang kita lakukan akan mendapat perhitungan dari Allah SWT, baik yang berhubungan dengan manusia maupun dengan Allah. Bahkan dalam

³⁶ Hajar Swara Prihatta, 'Perkembangan Ekonomi Syariah Sendiri Telah Mampu Konvensional . Karena Sasaran Yang Hendak Dicapai Dalam Permintaan Dan Penawaran . Pasar Yang Mewadahi Interaksi', 8 (2018).

bentuk bermuamalat dengan manusia, kita dianjurkan untuk berlaku sesuai dengan syariah.³⁷

Pemasaran islam mengacu pada aspek yang berorientasi pada pandangan dunia (tasawwur) dan epistemologi. Tasawwur berasal dari konsep iman yang kuat dan takwa. Sedangkan epistemologi mengacu pada Al-Qur'an, Al-Hadits, ijma' dan qiyas sebagai referensi inti. Oleh karena itu pentingnya untuk mengembangkan kerangka teori pemasaran dalam perspektif Islam sesuai dengan paradigma ideal yang mengacu pada kaidah, ajaran dan sumber hukum islam.

b. Prinsip Pemasaran Syariah

Prinsip pemasaran dalam islam meliputi sebagai berikut:³⁸

1. Prinsip Amanah (terpercaya)

Sifat Amanah yang berarti melandaskan ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan perintah Allah SWT. Prinsip Amanah (terpercaya) perilaku amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai pada berbisnisnya ialah adanya kepercayaan ,

³⁷ Ichwan Arifin and Abdurrahman Misno Bambang Prawiro, 'Prinsip-Prinsip Dalam Pemasaran Syariah', *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 5.2 (2022), 261 <<https://doi.org/10.24853/ma.5.2.261-274>>.

³⁸ Rindiani Wulandari, 'Analisis Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Perkembangan UMKM Dapoer Kemas Nyimas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Palembang Tahun 2020-2021', *Jimpa (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah)*, 2.2 (2021), 463-74.

bertanggung jawab, transparan, serta sempurna ketika sikap ini pula sangat dianjurkan dalam aktifitas usaha.

2. Prinsip Fatonah (Cerdas)

Fatonah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai pada usaha mempunyai visi, pemimpin yg cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu serta dapat menjelaskannya. Yang berarti mempunyai pengetahuan luas, nilai pada usaha memiliki visi, pemimpin yg cerdas sadar produk serta jasa serta mengerti akan sesuatu dan bisa menjelaskannya. Kecerdasan yang dimaksudkannya ini bukan hanya kecerdasan intelektual tapi pula kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual.

3. Prinsip Tabligh (Komunikatif)

Nabi Muhammad sebagai Rosul terakhir dikaruniai sifat tabligh buat memberikan apa yang perintah oleh Allah SWT, kepada umatnya menggunakan dan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Sifat tabligh nilai dasarnya ialah komunikatif serta nilai bisnisnya artinya supel.

c. Karakteristik Pemasaran Syariah

Adapun karakteristik pemasaran syari'ah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:³⁹

1. Teistis (*rabbaniyah*)

Ini di maksudkan bahwa sumber utama etika dalam islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan.

2. Jiwa seseorang Syari'ah *marketer*

Meyakini bahwa hukum-hukum syari'ah yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling banyak mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.

3. Etis (*akhlesiyyah*)

Keistimewaan lain dari Syari'ah *marketer* selain karena teistis (*rubbaniyyah*) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlaq moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

³⁹ Nur Fadilah, 'Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ' Ah', *SALIMIYA*, 1.2 (2020), 195–211.

4. Realistis (*al-waqiyyah*)

Syari'ah *marketer* adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan Syari'ah Islamiyyah yang melandasinya. Syari'ah *marketer* adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religious, kesalehan, aspek moral dan kejujuran aktifitas pemasaran.

Syari'ah Marketing harus bertumpu pada empat prinsip dasar:

1. Ketuhanan (*Rubbaniyyah*).
2. Menjunjung tinggi akhlak mulia/ Etis (*Akhlaqiyah*).
3. Mewaspadaai keadaan pasar yang selalu berubah/ Realitas (*Waqi'iyah*).
4. Selalu berorientasi untuk memartabatkan manusia/ humanities (*Allnsaniyyah*).

d. Tujuan Pemasaran Syariah

Adapun tujuan utama marketing syariah ini terdapat 2 macam, yaitu:⁴⁰

1. Memarketingkan Syariah

⁴⁰ Hajar Swara Prihatta, 'Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 8.1 (2018), 97-124.

Memarketingkan syariah adalah suatu kegiatan memasarkan barang atau jasa yang telah memiliki unsur syariah di dalamnya. Perusahaan yang pengelolaannya berlandaskan syariah Islam dituntut untuk bisa bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis. Selain itu, tingkat pemahaman masyarakat akan diferensiasi yang ditawarkan perusahaan berbasis syariah masih rendah, sehingga dibutuhkan suatu program pemasaran yang komprehensif salah satunya mengenai value proposition produk-produk syariah yang nantinya diharapkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

2. Mensyariahkan Marketing

Pemahaman yang keliru mengenai peran pemasaran, dibutuhkan suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas. Syariah Islam sebagai syariah yang utuh dan komprehensif mencakup nilai-nilai tersebut, sehingga diharapkan akan mendukung peran pemasaran untuk menjaga integritas, identitas dan image perusahaan. Selain itu, dengan mensyariahkan marketing sebuah perusahaan tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi semata, karena pemasar juga akan berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan

dapat merubah suatu values kepada para stakeholder utamanya.

E. Pendapatan Rumah Tangga

a. Definisi Pendapatan Rumah Tangga

Rumah tangga dalam memenuhi kebutuhannya harus memiliki penghasilan untuk memperoleh barang atau jasa. Sumber pendapatan rumah tangga berasal dari gaji dan penghasilan yang lainnya. Untuk memenuhi kebutuhannya, rumah tangga harus mengeluarkan dana untuk mendapatkan barang atau jasa. Besar kecilnya konsumsi rumah tangga dapat dilihat dari jenis, kuantitas, dan tingkat harga barang atau jasa yang dibutuhkan. Pemenuhan kebutuhan rumah tangga yang rasional didasari oleh akal sehat dan harus bersikap selektif dalam membeli barang atau jasa. Pembeli barang atau jasa, rumah tangga harus memperhatikan kepentingan seluruh anggota rumah tangga dan ketersediaan dana.⁴¹

Pendapatan merupakan satu unsur penting dalam perekonomian yang berperan dalam meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Pendapatan merupakan balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu.

⁴¹ Heny Ratnaningtyas dan Anita Swantari, 'Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga Dan Pengeluaran Rumah Tangga Terhadap Stabilitas Keuangan Rumah Tangga Pada Pelaku Wirausaha Di Obyek Wisata Danau Cipondoh', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7.1 (2021), 35–45.

Pendapatan juga di artikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu, pendapatan terdiri dari upah hasil penerimaan kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden serta pembayaran transfert atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaanya.⁴²

Pendapatan rumah tangga dapat diketahui dengan menjumlahkan pendapatan keluarga dari semua sumber pendapatan. Pendapatan yang diperoleh oleh rumah tangga dapat beragam, hal ini disebabkan disamping kegiatan utama sebagai petani atau nelayan juga dari kegiatan-kegiatan lain seperti dagang, usaha jasa dan lainnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Badan Pusat Statistik berpendapat bahwa pendapatan dan penerimaan keluarga adalah seluruh pendapatan dan penerimaan yang diterima oleh seluruh anggota keluarga. Pendapatan itu sendiri terdiri atas:⁴³

1. Pendapatan dari upah/gaji yang mencakup upah/gaji yang diterima seluruh anggota rumah tangga ekonomi

⁴² Saleh Nurul, Wahab, 'Telaah Hukum Ekonomi Islam Terhadap Pendapatan Istri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pada Kelurahan Manggala Kecamatan Manggala Kota Makassar)', *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 17.2 (2019), 223–44.

⁴³ Januari, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat Pada Wisata Pantai Lakey Hu'u Kabupaten Dompu', (*Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*), 2019, 18–19.

yang bekerja sebagai buruh dan merupakan imbalan bagi pekerjaan yang dilakukan untuk suatu perusahaan/majikan/instansi tersebut baik uang maupun barang dan jasa.

2. Pendapatan dari hasil usaha seluruh anggota rumahtangga yang berupa pendapatan kotor yaitu selisih jual barang dan jasa yang diproduksi dengan biaya produksinya.
3. Pendapatan lainnya yaitu pendapatan di luar gaji/upah yang menyangkut usaha yang lain dari:
 - a. perkiraan sewa rumah milik sendiri.
 - b. bunga, deviden, royalty, paten, sewa, kontrak, lahan, rumah, gedung, bangunan, dan peralatan.
 - c. buah hasil usaha (hasil sampingan yang dijual).
 - d. pensiunan dan klaim asuransi jiwa.

Sumber pendapatan rumah tangga digolongkan ke dalam dua kelompok besar, yaitu pendapatan sektor pertanian dan nonpertanian. Sumber pendapatan dari sektor pertanian terdiri atas pendapatan dari usaha tani, ternak, buruh petani, menyewakan lahan, dan bagi hasil. Sumber pendapatan dari sektor nonpertanian dibedakan menjadi pendapatan dari industri rumah tangga, perdagangan, pegawai, jasa, buruh nonpertanian serta buruh subsektor pertanian lainnya. Pendapatan rumah tangga merupakan salah satu indikator kesejahteraan

ekonomi secara langsung, di samping pangsa pengeluaran pangan, nilai tukar petani, kemiskinan, dan kecukupan kalori.

Ukuran pendapatan yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan keluarga adalah pendapatan keluarga yang diperoleh dari bekerja.⁴⁴ Tiap anggota keluarga berusia kerja yang ada di tiap keluarga akan terdorong bekerja untuk kesejahteraan keluarganya. Pendapatan rumah tangga atau pendapatan keluarga adalah total dari pendapatan setiap anggota rumah tangga yang diperoleh sebagai gaji, usaha sendiri dan sumber lain.

b. Jenis-Jenis Pendapatan

Jenis-Jenis pendapatan terbagi menjadi tiga bentuk, yaitu:⁴⁵

1. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

⁴⁴ Selfian Abdurahman and others, 'Analisis Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Jagung Di Desa Karyamukti Kecamatan Mootilango', *AGRENSIA*, 5.1 (2018), 66–72.

⁴⁵ Erliandi Syahman, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam)', (*Skripsi: Universitas Teuku Umar*), 2022, 19.

2. Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

3. Pendapatan Personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang terdiri dari .⁴⁶

1. Modal

Modal dagang adalah seluruh modal seorang pedagang pada saat menyediakan barang dagangan per bulan dengan satuan rupiah. Modal ini terdiri dari dua, yaitu modal uang dan modal barang dagangan. Modal uang ialah modal yang digunakan pedagang untuk belanja sayuran kepada petani

⁴⁶ Calvin Vianus Sihura, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Mayur Di Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Raya MMTc Medan, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)', (*Skripsi: Universitas Medan Merdeka*), 2019, 16–17.

langsung yang bersumber dari milik pribadi atau pinjaman dari pihak lain.

2. Jam Kerja

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.

3. Lama Usaha

Lama usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Lama usaha juga dapat diartikan sebagai lamanya waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha.

4. Lokasi Usaha

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi atau ilmu menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruh lokasi terhadap berbagai macam usaha/ kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.