

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Siti Aisyah (2018) bertujuan menganalisis strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan wisata industri kreatif di daerah perkotaan. Penelitian tersebut menyoroti bagaimana partisipasi aktif masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga. Melalui wawancara mendalam, observasi kegiatan wisata industri kreatif, dan analisis dokumen program pemberdayaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi aktif masyarakat memiliki dampak positif terhadap pengembangan wisata industri kreatif. Partisipasi tersebut memungkinkan masyarakat terlibat dalam perencanaan, pengelolaan, dan promosi destinasi wisata industri kreatif, membentuk kerjasama yang kuat antara pemerintah, pelaku industri kreatif, dan masyarakat.

Astri Wulan Sari (2023) membahas tentang "Strategi Pengembangan Industri Kreatif" di Indonesia, menekankan pada konsep ekonomi kreatif sebagai industri yang menggunakan sumber daya kreativitas, ide, bakat, dan kreativitas. Penelitian ini mencatat bahwa industri tidak dapat bersaing hanya berdasarkan harga atau kualitas produk, tetapi harus mengandalkan inovasi, kreativitas, dan imajinasi. Industri kreatif, khususnya di Desa Wisata Candirejo, Kebonsari, dan Karanganyar, diakui berperan dalam pengembangan perekonomian warga setempat. Inovasi dan kreativitas masyarakat di bidang kerajinan bambu, wisata alam, kuliner, dan seni

pertunjukan di Desa Wisata tersebut memainkan peran penting dalam peningkatan kesejahteraan.

Dini Norma Perwirasari dan Annisa Mu'awanah Sukmawati (2020) membahas strategi-strategi pengembangan kawasan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer melalui hasil observasi lapangan dan wawancara dengan para pemangku kepentingan menggunakan teknik purposive sampling. Sedangkan data sekunder didapatkan dari hasil telaah dokumen terkait. Dalam menganalisis potensi, masalah dan isu yang sedang berkembang akan menggunakan teknik analisis SWOT pendekatan kualitatif serta analisis penguatan isu strategis. Hasil dari analisis SWOT tersebut berupa matriks strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiap kecamatan di Kota Mojokerto memiliki ciri khas produk unggulan yang dapat dijadikan modal untuk dikembangkan dengan konsep One District One Product (ODOP). Rumusan strategi pengembangan dibagi menjadi dua, yaitu strategi spasial dan nonspasial. Elaborasi dari kedua strategi tersebut diharapkan dapat menjadi preskripsi bagi Kota Mojokerto untuk mewujudkan pembangunan yang efisien, produktif dan berkelanjutan.

Agustin Tri Widya Lestiarini (2021) mengenai "Strategi Pengembangan UMKM Sepatu UD Orlando Jaya untuk Meningkatkan Daya Saing dengan Menggunakan Analisis SWOT". Penelitian ini menyoroti strategi pengembangan UMKM di sektor sepatu dan mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT. Hasilnya

menunjukkan bahwa Ud Orlando Jaya dapat membuka lapangan pekerjaan dan membantu perekonomian warganya dengan menjalankan strategi seperti menciptakan modal produk yang unik, promosi online marketing, dan promo menarik.

Mursyid Al Fadhil (2020) mengulas tentang kelompok masyarakat di Pekon Argopeni Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus yang memiliki keahlian dalam tenun sulam tapis. Penelitian ini memaparkan bahwa industri kreatif tenun sulam tapis berbasis pemberdayaan masyarakat dan penggalian nilai-nilai budaya setempat dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan mengintegrasikan konsep triple helix (pemerintah, akademisi, dan industri), penelitian ini mencoba merancang strategi pengembangan berbasis inovasi dan kewirausahaan.

Tabel 2.1 Ringkasan Dari Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Tahun	Tema Penelitian	Fokus Utama
1	Siti Aisyah	2018	Analisis strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan wisata industri kreatif	Partisipasi aktif masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga
2	Astri Wulan Sari	2023	Strategi Pengembangan Industri Kreatif	Peran industri kreatif dalam pengembangan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa wisata
3	Dini Norma Perwirasari dan Annisa Mu'awanah Sukmawati	2020	strategi-strategi pengembangan kawasan wisata industri kreatif di Kota Mojokerto	Mewujudkan pembangunan yang efisien, produktif dan berkelanjutan.
4	Agustin Tri Widya	2021	Strategi Pengembangan	Evaluasi strategi pengembangan

	Lestiarini		UMKM Sepatu UD Orlando Jaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Dengan Menggunakan Analisis SWOT	UMKM sepatu dengan analisis SWOT, menciptakan lapangan pekerjaan dan perekonomian lokal
5	Mursyid Al Fadhil	2020	Pengembangan ekonomi dan industri kreatif berbasis tenun sulam tapis	Pemberdayaan masyarakat dan pengembalian nilai-nilai budaya setempat melalui industri tenun sulam tapis

Sumber : Data Diolah Tahun 2023

B. Pemberdayaan Masyarakat

1. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Payne (1997:266) mengemukakan bahwa sesuatu proses pemberdayaan (empowerment), pada intinya ditujukan guna membantu klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan dilakukan yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimilikinya, antara lain melalui transfer daya dari lingkungannya. Pemberdayaan masyarakat oleh Dharmawan (2002), diterjemahkan sebagai suatu proses pemenuhan energi yang cukup, sehingga masyarakat mampu untuk mengembangkan kemampuan, memperoleh bargaining power yang lebih besar, membuat keputusan mereka sendiri, dan memperoleh akses yang lebih mudah terhadap sumber daya dalam rangka menuju kehidupan yang lebih baik. Oleh karenanya, proses pemberdayaan masyarakat (community

empowerment) pada intinya adalah upaya membantu masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya sendiri sehingga bebas dan mampu untuk mengatasi masalah dan mengambil keputusan secara mandiri. Proses pemberdayaan tersebut dilakukan dengan memberikan kewenangan (power), aksesibilitas terhadap sumber daya dan lingkungan yang akomodatif (Zimmerman, 1995).

Kegiatan penguatan masyarakat Secara umum , Marudi Yatomo Futomo (2000:7-10) bisa dibagi menjadi beberapa aktivitas.

- a. Dukungan masyarakat terhadap permodalan Pemberdayaan modal merupakan hal yang biasa. Untuk memberdayakan warga, aspek modal ini mutlak diperlukan. Suatu komunitas tidak dapat menjaga dirinya sendiri atau lingkungannya tanpa uang, sehingga mereka tidak dapat berbuat apa-apa.
- b. Pendukung Infrastruktur Adanya dukungan infrastruktur buat pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk memfasilitasi pemberdayaan masyarakat. Ketersediaan infrastruktur pada kalangan masyarakat kurang bisa mendorong serta menginspirasi mereka untuk menggali potensi yang mereka miliki. Selain itu, infrastruktur yg ada membentuk pekerjaan sebagai lebih praktis.
- c. Tentu perlu dan signifikan adalah dukungan masyarakat. Memfasilitasi proses pembelajaran atau refleksi dan berkembang menjadi fasilitator warga adalah kiprah utama fasilitator. Sumbangan mengacu pada proyek yang diyakini orang dapat membantu orang

miskin mencapai tingkat penentuan nasib sendiri tertinggi mereka. Putusnya hubungan antara pemberian amal dan bantuan inilah yang mendorong kebutuhan akan bantuan. Diferensiasi dapat dihasilkan dari berbagai faktor, termasuk batasan yang dipaksakan oleh norma sosial, budaya, dan ekonomi. Karena itu, mitra tingkat lokal harus siap menguasai sumber formal dan informal (Gunawan Sumodiningrat, 2009: 106).

- d. Pemberdayaan kelembagaan, lebih khusus lagi adanya pemberdayaan kelembagaan. Sangat penting bahwa lembaga dan organisasi ada di masyarakat. Lembaga-lembaga ini hadir untuk melayani masyarakat dan mempermudah masyarakat untuk mengakses modal, sumber penyuluhan, dan lain-lain.
- e. Kemitraan harus diperkuat karena hubungan baik hanya berkembang pada kasus kecil dan menengah, dan buruk hanya pada kasus besar dan menengah. Hanya ketika ada korelasi yang kuat antara bisnis besar, menengah, dan kecil, daya saing tinggi dapat tercipta. Karena efisiensi hanya dapat diciptakan dengan korelasi yang adil. Setiap pihak mendapat manfaat dari kemitraan.

2. Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Dengan landasan Sri Najiati, Agus Asmana, dan I Nyoman N, terdapat empat prinsip pemberdayaan masyarakat. Suryadiputra (2005: 54), yaitu:

- a. Prinsip Kesetaraan Gender Kesetaraan gender antara masyarakat dan forum pelaksana kegiatan pemberdayaan masyarakat merupakan prinsip utama yang perlu diperhatikan. Mekanisme berbagi pengetahuan, pengalaman, dan keahlian dikembangkan untuk menciptakan dinamika yang berkeadilan. Untuk memfasilitasi proses saling belajar, setiap orang menerima kelebihan dan kekurangan satu sama lain.
- b. Acara pemberdayaan partisipatif yg bisa mendorong kemandirian rakyat merupakan acara yang dibuat, dilaksanakan, dipantau serta dievaluasi secara partisipatif oleh masyarakat. Akan tetapi untuk mencapai level ini membutuhkan waktu dan proses pendampingan yang melibatkan pendamping profesional sangat terlibat dalam pemberdayaan masyarakat..
- c. Kemandirian ataupun swasembada memiliki Prinsip kemandirian terdiri dari menghargai kemampuan masyarakat dan mengutamakan bantuan pihak ketiga. Konsep ini melihat sebagian orang miskin sebagai subjek yang tidak mampu (punya sedikit) daripada barang yang tidak mampu (punya sedikit). Mereka mempunyai tabungan, memiliki pengetahuan yg mendalam perihal kendala bisnis, mengetahui syarat lingkungan, siap serta mau bekerja, serta mempunyai norma sosial yg mapan.
- d. Berkelanjutan, program pemberdayaan yg berkelanjutan harus dibuat secara berkelanjutan, meskipun di awalnya peran fasilitator lebih

mayoritas dibandingkan peran masyarakat itu sendiri. di akhirnya akan dihapus sebab komunitas dapat membentuk kontrol aktivitasnya sendiri.

3. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Ambar Teguh Sulistiyani (2004:80), tujuan yang akan kita capai menggunakan pemberdayaan merupakan kemandirian individu dan masyarakat, meliputi kemandirian pada pola berpikir, bertindak, dan mengendalikan sikap. Kemandirian masyarakat adalah keadaan yang akan dialami oleh warga dengan ditandai menggunakan kemampuan berpikir, menetapkan ataupun akan melakukan apa yang dianggapnya cocok buat mencari solusi persoalan yang akan berkaitan dengan kekuatan kompetensi. memperoleh. sumber daya yang dimiliki oleh lingkungan internal perusahaan juga masyarakat sangat berperan dalam pemberdayaan masyarakat

4. Tahap-tahap Pemberdayaan

Ambar Teguh Sulistiyani mengemukakan konsep tahap-tahap pemberdayaan masyarakat pada tahun 2014 dalam bukunya yang berjudul "Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Aplikasi". Menurut Sulistiyani, terdapat empat tahap dalam proses pemberdayaan masyarakat, yaitu:

- a. Tahap Persiapan Tahap ini merupakan tahap awal dalam proses pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada pemahaman terhadap kondisi dan potensi masyarakat serta penyusunan rencana kerja dan strategi pemberdayaan yang tepat. Pada tahap ini, dilakukan dengan

mencari masalah dan kebutuhan masyarakat, serta pendekatan awal terhadap masyarakat untuk membangun hubungan kerja sama yang baik.

- b. Tahap Pengorganisasian (Tahap Organisasi) Tahapan ini meliputi pembentukan kelompok-kelompok masyarakat yang akan diberdayakan, serta penyusunan dan pelaksanaan program-program pemberdayaan yang tepat dan relevan dengan kondisi masyarakat. Pada tahap ini, dilakukan pelatihan dan pendampingan terhadap kelompok-kelompok masyarakat agar mampu mengorganisir diri dan membangun kapasitas.
- c. Tahap Implementasi (Tahap Implementasi) Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan program pemberdayaan yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, kelompok-kelompok masyarakat diberdayakan melalui berbagai macam kegiatan, seperti pelatihan, pendampingan, penyediaan modal, serta akses informasi dan teknologi.
- d. Tahap Evaluasi dan Pemantauan (Tahap Evaluasi dan Monitoring) Tahap ini merupakan tahap akhir dalam proses pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada evaluasi dan pembinaan terhadap hasil pemberdayaan yang telah dilakukan. Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap pemberdayaan program yang telah dilaksanakan, dan dilakukan pembinaan terhadap kemajuan dan perkembangan yang telah dicapai oleh kelompok-kelompok masyarakat yang telah

diberdayakan. Tahap ini penting untuk mengevaluasi program keberhasilan dan memberikan masukan untuk perbaikan di masa mendatang.

5. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Untuk mencapai suatu keberhasilan dalam usaha pemberdayaan ekonomi dibutuhkan faktor pendorong yang dapat mendorong terjadinya pemberdayaan. Faktor pendorong terjadinya pemberdayaan ekonomi yakni sebagai berikut:

- a. Sumber daya manusia Pengembangan sumber daya manusia merupakan salah satu komponen untuk setiap program pemberdayaan ekonomi. Untuk itu, pengembangan sumberdaya manusia dalam rangka pemberdayaan ekonomi harus mendapat penanganan yang serius. Sebab sumberdaya manusia adalah unsur paling fundamental dalam penguatan ekonomi.
- b. Sumber daya alam Sumber daya alam merupakan salah satu sumber daya pembangunan yang cukup penting dalam proses pemberdayaan ekonomi yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sumber daya alam ini telah dimanfaatkan sejak jaman dahulu dari masa kehidupan nomaden sampai dengan industrialisasi.
- c. Permodalan Permodalan merupakan pemberian modal yang tidak menimbulkan ketergantungan kepada masyarakat serta dapat

mendorong usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah supaya berkembang ke arah yang maju.

- d. Prasarana produksi dan pemasaran pendorong produktifitas dan tumbuhnya usaha diperlukan sebagai sarana prasarana produksi pemasaran. Apabila hasil produksi tidak dipasarkan dengan maksimal maka usaha akan sia-sia. Untuk itu hal ini menjadi komponen penting dalam pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi adalah tersedianya prasarana produksi dan pemasaran sebagai langkah untuk mendukung terlaksanannya pemberdayaan

C. Partisipasi Masyarakat

1. Konsep Partisipasi Masyarakat

Menurut Mowforth dan Munt (2015), partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata merupakan suatu proses di mana masyarakat lokal berpartisipasi secara aktif dalam perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan pariwisata di daerah mereka. Partisipasi masyarakat bukan hanya dianggap sebagai suatu bentuk partisipasi pasif dalam kegiatan pariwisata, tetapi sebagai suatu bentuk partisipasi yang aktif dan terlibat dalam semua tahap pengembangan pariwisata. Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan, memperkuat ikatan sosial dalam masyarakat lokal, serta meningkatkan penerimaan dan dukungan masyarakat terhadap program-program pariwisata yang dikembangkan. Namun partisipasi masyarakat juga memiliki tantangan, seperti kesulitan dalam membangun keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata, serta kesulitan dalam mencapai

konteks dalam pengambilan keputusan yang melibatkan berbagai kepentingan dan kepentingan yang beragam. Dalam konteks pengembangan wisata industri kreatif berbasis partisipasi di kawasan Kampung Sepatu Kota Mojokerto Jawa Timur, konsep partisipasi masyarakat seperti yang dijelaskan oleh Mowforth dan Munt dapat menjadi pedoman dalam merancang dan mengelola program-program wisata yang melibatkan masyarakat secara aktif dan terlibat dalam semua tahap pengembangan pariwisata.

2. Prinsip-Prinsip Partisipasi Masyarakat

Menurut UNDP (2002), prinsip-prinsip partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan yang efektif dan inklusif meliputi:

- a. Kebebasan dan hak asasi: memberikan akses dan hak bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan hidup mereka.
- b. Kesetaraan dan inklusi: menjamin bahwa semua kelompok masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan.
- c. Transparansi dan akuntabilitas: memastikan bahwa informasi dan data yang dibutuhkan masyarakat tersedia dan mudah diakses, dan bahwa pelaksanaan program dan proyek diawasi dan dicapai.
- d. Keterlibatan dan keterbukaan: memastikan bahwa masyarakat terlibat dalam setiap tahap proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi program dan proyek.
- e. Keterkaitan dan pembelajaran: mempromosikan interaksi dan pembelajaran antara masyarakat dan pihak yang terkait dalam proses pengambilan keputusan.

Dengan mempraktikkan prinsip-prinsip partisipasi masyarakat, program dan proyek dapat diterapkan secara lebih efektif dan berkualitas karena didukung oleh masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

3. Bentuk-Bentuk Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata

Menurut Mowforth dan Munt (2015) “Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata dapat bervariasi dari bentuk partisipasi pasif hingga partisipasi yang lebih aktif dan terlibat dalam pengambilan keputusan. Beberapa bentuk partisipasi yang umum terlihat dalam pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Informasi: memberikan informasi kepada masyarakat tentang proyek atau program pariwisata dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat atau saran mereka.
- b. Konsultasi: meminta masukan dan saran dari masyarakat terkait pengembangan pariwisata, tetapi keputusan akhir tetap berada di tangan pihak pengelola pariwisata.
- c. Kolaborasi: melibatkan masyarakat secara aktif dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan pariwisata dengan memberikan kekuatan mereka yang lebih besar dalam proses pengambilan keputusan.
- d. Kemitraan: membentuk kemitraan antara pihak pengelola pariwisata dengan masyarakat lokal untuk bekerja sama dalam mengembangkan dan mengelola pariwisata.
- e. Otonomi: memberikan otonomi dan tanggung jawab kepada masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan pariwisata.

4. Partisipasi Masyarakat dalam Mempengaruhi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Industri Kreatif

Menurut Mowforth dan Munt (2015), partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata industri kreatif dapat membantu dalam pemberdayaan masyarakat melalui beberapa cara.

- a. Pertama, partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata industri kreatif dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mempertahankan dan memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan. Dengan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan dan perencanaan wisata, masyarakat dapat memahami pentingnya mempertahankan dan memanfaatkan sumber daya alam dengan cara yang bertanggung jawab.
- b. Kedua, partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata industri kreatif juga dapat membantu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat. Dalam proses pengembangan industri wisata kreatif, masyarakat lokal dapat terlibat dalam pengembangan keterampilan dan pengetahuan dalam berbagai bidang, seperti desain produk, manajemen bisnis, pemasaran, dan lain-lain. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, masyarakat dapat meningkatkan kemandirian ekonomi mereka dan meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan.
- c. Ketiga, partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata industri kreatif juga dapat membantu memperkuat ikatan sosial dalam

masyarakat lokal. Dalam proses pengembangan wisata industri kreatif, masyarakat lokal dapat terlibat dalam proyek bersama dan aktivitas yang dapat memperkuat hubungan sosial antarwarga. Hal ini dapat membantu memperkuat solidaritas dan rasa persatuan dalam masyarakat lokal, serta membantu meningkatkan kepercayaan antara warga dan pihak terkait.

- d. Keempat, partisipasi masyarakat dalam pengembangan industri wisata kreatif juga dapat membantu meningkatkan penerimaan dan dukungan masyarakat terhadap program-program wisata yang dikembangkan. Dengan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan dan perencanaan, masyarakat dapat merasa memiliki dan bertanggung jawab atas program-program wisata yang dikembangkan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap program-program tersebut.

D. Industri Kreatif

1. Pengertian Industri Kreatif

Megawangi (2008) menyatakan bahwa industri kreatif merupakan tumpuan ekonomi kreatif sebagai gelombang keempat sistem ekonomi dunia setelah industri pertanian, manufaktur, dan teknologi mesin. Industri kreatif dianggap sebagai sektor unggulan yang sulit ditiru karena membutuhkan kemampuan manusia yang melibatkan bakat, keahlian, dan kreativitas. Simatupang (2007) memberikan definisi lain bahwa industri kreatif adalah industri yang mengandalkan bakat, kreativitas, dan

keterampilan yang merupakan elemen dasar dari setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan bakat yang berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penyediaan kreasi intelektual. *The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* (2014) mendefinisikan industri kreatif sebagai kegiatan kreatif berbasis pengetahuan yang menghubungkan produsen, konsumen, dan tempat dengan memanfaatkan teknologi, bakat, atau keterampilan untuk menghasilkan produk budaya yang tidak berwujud, konten kreatif dan pengalaman. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* (2008) memberikan penjelasan lebih rinci tentang industri kreatif, yaitu: (1) industri yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utamanya dalam penciptaan, produksi, dan distribusi produk. barang dan jasa, (2) bagian dari rangkaian kegiatan berbasis pengetahuan yang berfokus pada seni dan berpotensi menghasilkan pendapatan dari perdagangan dan hak kekayaan intelektual, (3) terdiri dari produk berwujud dan jasa seni intelektual tidak berwujud dengan konten kreatif, nilai ekonomi, dan tujuan pasar, (4) lintas sektor antara seni, jasa, dan industri, dan (5) bagian dari sektor yang dinamis dalam dunia perdagangan. Sementara itu, Turok (2003) menambahkan bahwa industri kreatif dihasilkan oleh usaha kecil yang beroperasi berdasarkan prinsip kewirausahaan yang fleksibel dalam merespon perubahan pasar.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa industri kreatif merupakan salah satu jenis industri yang modal penggerak utamanya berasal dari pemanfaatan kreativitas dan kreasi individu dalam menciptakan suatu produk. Definisi industri kreatif yang dibahas di atas sejalan dengan konteks industri kreatif di wilayah studi, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas para pengrajin untuk menghasilkan produk kreatif.

2. Jenis-Jenis Industri Kreatif

Ada beberapa subsektor ekonomi kreatif, menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), antara lain:

- a. Iklan: Upaya kreatif yang melibatkan layanan periklanan. Ini termasuk kegiatan mengembangkan, memproduksi, dan menyebarkan iklan yang dihasilkan.
- b. Arsitektur: Desain arsitektur, perencanaan, biaya konstruksi, pelestarian situs bersejarah, dan manajemen konstruksi tsbt.
- c. Pasar seni: kegiatan yang sangat orisinal dan unik dalam perdagangan barang dengan rasa estetika yang kuat.
- d. Kerajinan: Material seperti serat alam, kulit, rotan, bambu, logam, kayu, kaca, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Biasanya, hanya sejumlah kecil produk artisan yang diproduksi.
- e. Konsep: Desain grafis, desain interior, desain produk, dan usaha kreatif terkait desain industri.

- f. Modus: Kami memberikan saran tentang lini produk fesyen dan distribusi produk fesyen selain kegiatan yang berkaitan dengan desain pakaian, desain sepatu, dan desain aksesoris fesyen lainnya.
- g. Konten film, foto, dan video: Kegiatan yang inovatif dalam industri produksi video/konten, film, dan foto.
- h. Video game interaktif. Pengembangan, dalam produksi, dan distribusi permainan komputer sehingga dapat membuat video yang inovatif, menghibur, dan instruktif.
- i. Musik: Kegiatan yang mempunyai kreativitas dan melibatkan produksi, komposisi, pertunjukan, duplikasi, dan penyebaran rekaman suara.
- j. Seni pertunjukan. Membuat konten, memproduksi pertunjukan, dan melakukan tugas kreatif untuk desain dan pembuatan kostum panggung, set piece, pencahayaan, dll.
- k. Baik percetakan maupun penerbitan. Buku, majalah, surat kabar, majalah, tabloid, dan konten digital semuanya termasuk dalam kategori usaha kreatif.
- l. Layanan perangkat lunak dan komputer: Upaya kreatif yang berhubungan dengan teknologi informasi meliputi pemrosesan catatan, membangun basis informasi, dan menyediakan layanan komputer.
- m. Televisi dan radio: Pengembangan, produksi, dan pengemasan perangkat lunak untuk penyiaran radio dan televisi.

- n. Pengembangan dan penelitian. Proyek inovasi yang memungkinkan penemuan dan penggunaan ilmu pengetahuan dan teknologi terkait dengan upaya kreatif.

Jenis/Subsektor Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008). Industri alas kaki adalah bidang yang diminati untuk penelitian ini. Dari uraian di atas terlihat jelas bahwa dalam industri alas kaki di wilayah studi tersebut dapat dibagi menjadi dua kategori: mesin dan kerajinan tangan. Industri alas kaki di wilayah studi tergolong dari industri mempunyai gaya karena menerima pesanan pengunjung, tetapi juga merupakan subsektor artisanal karena berbasis artisan dan produksinya sedikit. Jelas dari penjelasan di atas bahwa dengan adanya industri alas kaki dapat disimpulkan dari di wilayah studi termasuk dalam kategori industri kreatif.

3. Aspek-aspek yang dapat Mempengaruhi Perkembangan Industri Kreatif

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), pengembangan oleh industri kreatif diperlukan karena mereka akan memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. Penciptaan tempat kerja yang produktif. Menciptakan rasa identitas dan citra bangsa. Sejalan dengan bahan baku yang terbarukan. Jadikan inovasi dan kreativitas keunggulan kompetitif negara. Dan mengerahkan pengaruh sosial. Oleh karena itu, perkembangannya harus dipantau.

Berikut adalah unsur-unsur yang berdampak pada pertumbuhan sektor kreatif.

Berikut adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan industri kreatif di Indonesia menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008).

- a. Dari sudut pandang pemerintahan: Memberikan bimbingan pendidikan, mengakui dan melindungi kreativitas, dan memberikan bonus kepada mereka yang bekerja di industri kreatif.
- b. Berasal dari pihak korporat : Pelatihan kewirausahaan, pelatihan perjuangan, dan pendampingan merupakan hal-hal yang perlu mendapat perhatian. Mencocokkan acara, pemasaran, penggalangan dana, dan komunitas kreatif.
- c. Memperoleh sudut pandang ilmiah dengan cara: Aspek-aspek yang harus diperhatikan termasuk menawarkan kurikulum yang menekankan kreativitas dan kewirausahaan, menjamin kebebasan pers dan akademik, melakukan penelitian interdisipliner dan baru, serta menyediakan fasilitas untuk pengajaran dan pembinaan.

Menurut Bakhtiar dan Sriyanto (2009), penting untuk mengkaji variabel-variabel yang mempengaruhi pertumbuhan industri kreatif dilihat dari empat dimensi pembentuk kreativitas.

- a. Orang Berbakat Kreatif Motivasi, kompetensi, dan minat terhadap bakat merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tumbuhnya industri kreatif.

- b. Informasi latar belakang tentang organisasi mencakup operasi, tata kelola, budaya, dan metode komunikasinya.
- c. Lingkungan: semakin banyak sumber daya eksternal (termasuk modal dan kemitraan), teknologi, persaingan, dan peraturan yang dibuat oleh pemerintah.
- d. Inovasi produk (dalam desain, bahan baku/bahan mentah, peralatan, atau daur ulang limbah).

Banyak faktor, menurut Wu dan Rogerson (2006), yang memiliki dampak dinamis terhadap perkembangan industri kreatif. Kemampuan masyarakat untuk berinovasi, aksesibilitas modal usaha, kerjasama forum, memperoleh keterampilan dan pengetahuan dasar, ataupun kebijakan publik yang akan mendukung perluasan industri kreatif adalah contohnya. Industri artistik. Meethan dan Beer mengklaim dalam Rogerson (2006) bahwa industri kreatif membutuhkan sebuah inovasi, kelincahan, dan fleksibilitas untuk digunakan dalam memenuhi permintaan. Yunidiawati (2014) mengklaim hal tersebut., pengembangan atribut untuk produk baru, standar kualitas, sampel, dan ukuran produk adalah beberapa cara tambahan agar industri kreatif dapat menemukan produk baru. Menurut Evan (2005), perkembangan industri kreatif akan didukung oleh kepercayaan investor terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan pertumbuhan sektor industri kreatif.

Di sisi lain, Ooi (2006) mencantumkan sejumlah faktor yang berdampak pada pertumbuhan industri kreatif.

- a. Kaliber produk: Produk dari industri kreatif diproduksi secara massal untuk memenuhi preferensi wisatawan dan cinderamata dengan latar belakang perkembangan pariwisata. Akibatnya, produk dari industri kreatif dapat kehilangan orisinalitas dan kekhasan.
- b. Komodifikasi dan modifikasi informasi sebagai akibat dari konkurensi sosial. Tujuan wisata komersial yang menawarkan pengunjung ruang sosial dan kehidupan sosial sering digunakan untuk mempromosikan pengembangan industri kreatif melalui pariwisata. Jika Anda tidak mengambil bagian atau bekerja. Hal ini dapat mengakibatkan konflik sosial di kalangan masyarakat. Ini agar wisatawan tidak bisa mengakses ruang pribadi dan sakral milik orang tertentu.
- c. Manajemen industri yang inovatif: Memilih pedoman industri kreatif mana yang boleh dan tidak boleh dibuat merupakan salah satu tanggung jawab seorang manajer yang baik di bidang ini.

Perjuangan industri kreatif dengan keberlanjutan. Karena tren cenderung cepat berubah, pengrajin harus mampu menghasilkan produk yang imajinatif dan mutakhir. Sebaliknya, pengrajin tidak boleh dibatasi oleh preferensi konsumen. Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya orisinalitas dan kekhasan produk (Syahram, 2000). Florida (2002) juga

menyatakan bahwa tiga T—bakat, toleransi, dan keterampilan—sangat penting untuk sukses di industri kreatif.

- a. Faktor bakat meliputi dimensi tenaga kerja kreatif, budaya, dan sumber daya manusia. Karena kreativitas adalah sumber fundamental penemuan, orang-orang kreatif mendukung kelangsungan hidup industri kreatif. Di Florida (2002), ada dua kategori utama untuk pekerja. Pekerja biasa (kelas pekerja) dan pekerja kreatif (kelas kreatif). Industri kreatif tampil lebih baik di destinasi wisata yang memiliki lebih banyak orang kreatif.
- b. Aspek sikap, nilai, dan aktualisasi diri merupakan bagian dari faktor toleransi.
- c. Teknologi yang membantu produksi barang kreatif adalah komponen terakhir.

Tabel 2.2 Kajian Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Perkembangan Industri Kreatif

Departemen perdagangan (2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan instruksi untuk pendidikan. 2. Menawarkan hadiah kepada peserta di industri kreatif. 3. Pemberian pendidikan (pelatihan dan pendampingan usaha, pendidikan kewirausahaan); 4. perijodohan bisnis, pembiayaan, dan strategi pemasaran. 5. Lingkungan setempat 6. Menyediakan kurikulum yang menekankan kreativitas. 7. Melakukan penelitian inovatif.
Bakhtir dan Sriyanto (2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia dengan kreativitas. 2. Efisiensi perusahaan. 3. Modal. 4. Teknis. 5. Aturan administratif.

Ooi (2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang dapat dihasilkan oleh sektor kreatif. 2. Pengelolaannya melibatkan kelompok-kelompok daerah. 3. Manajemen sektor kreatifitas.
Wu dalam Rogerson (2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kapasitas dalam inovasi lokal. 2. Permodalan untuk investasi. 3. Kolaborasi yang dapat berperan dalam kelembagaan. 4. Pengetahuan dan keterampilan yang cukup mendasar.

Sumber : *Data Diolah Tahun 2023*

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tumbuhnya industri kreatif dapat diketahui berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh para ahli di atas. Ada banyak penelitian tentang teori tersebut di atas.

- a. Florida (2002) dan Bakhtiar and Sriyanto (2009) sama-sama merujuk pada bakat kreatif yang sama. Menurut Florida (2002), kinerja industri kreatif meningkat seiring dengan proporsi pekerja kreatif. Di sisi lain, Bakhtiar dan Sriyanto (2009) berpendapat bahwa mereka yang memiliki dorongan, bakat, dan keterampilan adalah mereka yang menciptakan industri kreatif. Ketersediaan talenta dan tenaga kreatif memungkinkan tumbuhnya industri kreatif. Sebagai profesional kreatif, kami memberikan solusi inovatif untuk masalah yang dihadapi pertumbuhan pariwisata kreatif. Kami akan menawarkan.
- b. Selain itu, perkembangan industri kreatif bergantung pada faktor modal (Wu dalam Rogerson, 2006). Menurut Departemen Perdagangan (2008), dukungan pembiayaan bagi industri kreatif dapat diperoleh dengan menawarkan insentif kepada pelaku usaha.

Di sisi lain, modal ditunjukkan oleh Bakhtiar dan Sriyanto (2009) sebagai sumber eksternal yang membantu. Keberlanjutan dan pertumbuhan industri kreatif. Menurut tim pakar industri kami, sektor kreatif membutuhkan modal untuk meningkatkan efisiensi dan kontinuitas produksinya.

- c. Untuk mendorong terciptanya produk kreatif, diperlukan teknologi pendukung. Baik oleh Florida (2002) maupun Bakhtiar dan Sriyanto (2009) membuat klaim yang sama.
- d. Menurut Wu dalam Rogerson (2006) dan Bakhtiar dan Sriyanto (2009) menemukan bahwa dalam faktor politik yang menghambat pertumbuhan lembaga publik merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi perkembangan industri kreatif.
- e. Harus diperhatikan pula partisipasi organisasi dan kelompok daerah. Kolaborasi antara pemerintah, swasta (perusahaan), dan akademisi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan industri kreatif, oleh Departemen Perdagangan (2008). Perspektif ini sejalan dengan argumen Wu dalam Ooi (2006) dan Rogerson (2006), yang berpendapat ketika isu-isu yang berkaitan dengan industri kreatif dikaitkan dengan pembangunan, kolaborasi menyerap ide dan menciptakan solusi. Katakan bahwa ada kebutuhan. Posisi dan fungsi lembaga memungkinkan hal ini.
- f. Unsur-unsur yang mempengaruhi pertumbuhan industri kreatif dikemukakan oleh Bakhtiar dan Sriyanto (2009), Yunidiawati

(2014), dan Meethan and Beer dalam Rogerson (2006). Persyaratan untuk inovasi produk.

- g. Menurut Ooi (2006), kualitas produk yang akan dihasilkan industri kreatif dapat meningkatkan minat atau keinginan pengunjung, sehingga kualitas produk yang akan dihasilkan harus disesuaikan dengan preferensi/standar yang dibutuhkan pengunjung.

Beberapa faktor-faktor berikut yang mempengaruhi pertumbuhan industri kreatif.

- a. Sumber kegiatan produksi dalam industri kreatif adalah sumber daya manusianya. Bantuan SDM dengan mengembangkan produk asli. Kuantitas dan kualitas pekerja kreatif merupakan indikator talenta yang mendorong tumbuhnya industri kreatif. Rincian ini menunjukkan bahwa ketersediaan tenaga kerja inventif dan penguasaan keterampilan merupakan variabel yang dirumuskan untuk indikator sumber daya manusia.
- b. Kesuksesan dan penciptaan produk inovatif didukung oleh teknologi. Mesin yang digunakan dalam konteks ini adalah teknologi karena membantu menghasilkan barang-barang artistik. Dari penjelasan tersebut akan dapat dilihat bahwa variabel indikator teknologi adalah ketersediaan alat dan teknologi yang digunakan untuk mendukung terciptanya karya orisinal.
- c. Pesawat modal ini membantu mendapatkan semua dana yang dibutuhkan untuk produksi di industri kreatif. Oleh karena itu, ada

kebutuhan mendesak untuk menggalang dana guna mendukung industri kreatif di seluruh tahapan produksi. Dengan membaca uraian tersebut, jelaslah bahwa variabel yang akan digunakan untuk menghitung besarnya permodalan adalah ketersediaan pembiayaan bagi industri kreatif.

- d. Pemerintah daerah dan pemilik otoritas lainnya mengeluarkan kebijakan yang dapat memberikan peluang bagi pemilik usaha inovatif digunakan untuk mengembangkan usahanya. Penjelasan ini memperjelas bahwa variabel yang akan dibuat dalam indikator kebijakan adalah inisiatif pemerintah untuk mendorong pertumbuhan/perkembangan.
- e. Pelibatan organisasi serta kelompok daerah akan menjadi wadah pertukaran pengetahuan untuk mendukung kreativitas dalam industri kreatif. Dari sini terlihat bahwa inisiatif pelatihan yang dilakukan oleh lembaga dan masyarakat merupakan variabel yang dikembangkan sebagai indikator keterlibatan mereka.
- f. Pengembangan produk inovatif bertujuan untuk menjawab permasalahan yang sudah ada. Pasar dan konsumen tertarik pada jenis produk yang dapat dihasilkan oleh industri kreatif. Akibatnya, industri kreatif harus mempertimbangkan apa yang diinginkan pasar dalam hal inovasi produk baru. Penjelasan ini memperjelas bahwa variabel yang akan digunakan untuk menghitung indikator inovasi produk adalah pengembangan produk baru.

g. Kualitas suatu barang atau Produk yang dihasilkan industri kreatif merupakan faktor lain akan mempengaruhi perkembangannya. Konsumen dan pasar tertarik pada suatu produk yang dihasilkan oleh industri kreatif. Jadi, barang tersebut harus memiliki kualitas yang sangat baik. Jelas dari uraian bahwa ketersediaan produk berkualitas tinggi merupakan kuantitas yang digunakan untuk menghitung Indeks Kualitas Produk.

E. Kesejahteraan Keluarga

1. Konsep Kesejahteraan Keluarga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kemakmuran adalah keadaan bahagia, aman, tenteram, dan tenteram. Karena kesejahteraan merupakan konsep yang relatif, maka setiap anggota keluarga atau individu akan memberikan nilai yang berbeda terhadap variabel yang menentukan tingkat kesejahteraan seseorang berdasarkan kebijakan, tujuan, dan gaya hidup masing-masing (BKKBN, 2015).

Kemampuan untuk memenuhi semua kebutuhan fisik dan mental rumah tangga sesuai dengan standar hidup adalah kondisi yang disebut kesejahteraan (Kantor Pusat Statistik, 2014). Keluarga sejahtera adalah keluarga yang dapat memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani anggotanya serta hidup rukun dengan Tuhan Yang Maha Esa. Keluarga yang demikian adalah keluarga yang dibentuk atas dasar perkawinan yang sah. Memiliki hubungan yang sehat antar dan diantara para anggotanya serta mengabdikan pada kehidupan yang rukun dan harmonis.

Keluarga dengan masyarakat dan sekitarnya. (UU RI No 52 Tahun 2009).

2. Bentuk Kesejahteraan Keluarga

Bentuk kesejahteraan keluarga yang diharapkan dapat meningkat melalui pengembangan wisata industri kreatif berbasis partisipasi, yaitu:

- a. Kesejahteraan ekonomi: pengembangan industri kreatif diharapkan dapat memberikan peluang kerja bagi masyarakat setempat sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi keluarga.
- b. Kesejahteraan sosial: partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata industri kreatif dapat memperkuat ikatan sosial dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan sosial keluarga.
- c. Kesejahteraan lingkungan: pengembangan wisata industri kreatif berbasis partisipasi diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian lingkungan dan sumber daya alam, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan kesehatan keluarga.
- d. Kesejahteraan budaya: pengembangan wisata industri kreatif juga dapat membantu memulihkan dan mengembangkan budaya lokal, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan budaya keluarga.

Bentuk kesejahteraan keluarga dijelaskan sebagai berikut:

“Bentuk kesejahteraan keluarga yang diusahakan dalam penelitian ini meliputi peningkatan pendapatan keluarga, peningkatan kesehatan dan gizi keluarga, peningkatan akses pendidikan anak, peningkatan keterampilan dan pengetahuan keluarga, dan peningkatan hubungan sosial antar keluarga dan masyarakat sekitar.” Kutipan yang relevan dari Mowforth dan Munt (2015) terkait hal ini adalah sebagai berikut: "Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, termasuk peningkatan pendapatan, kesehatan, pendidikan, dan keterampilan, serta memperkuat hubungan sosial dalam masyarakat lokal" (halaman 219). Menurut Mowforth dan Munt (2015), partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata industri kreatif berbasis partisipasi dapat memberikan manfaat bagi kesejahteraan keluarga, seperti "menghasilkan pendapatan tambahan, meningkatkan kepercayaan diri, memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan meningkatkan kebanggaan dalam identitas lokal" (hal.222).

3. Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Keluarga

a. Faktor Internal

- 1) Ada lebih banyak keluarga saat ini dari pada sebelumnya, dan sebagai akibatnya, kebutuhan keluarga meluas tidak hanya untuk kebutuhan hidup (makanan, pakaian, perumahan, dan pendidikan), tetapi juga kebutuhan untuk hiburan, rekreasi,

akses ke tempat ibadah. transportasi, lingkungan yang damai, dan lain-lain. Tingkatkan, keluarga yang lebih kecil memiliki kesempatan yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan ini.

- 2) Perumahan Suasana perumahan sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan suatu keluarga. tempat tinggal yang mengutamakan estetika, kebersihan, serta keamanan membangun ruang yang hening. di satu sisi, hunian yang tak rapi dan kotor tak jarang menimbulkan suasana yang membosankan. Ketegangan tak jarang muncul di antara anggota keluarga karena tempat tinggal mereka tidak membentuk mereka merasa nyaman atau hening, serta pikiran mereka kacau.
- 3) kondisi sosial ekonomi di dalam rumah kondisi sosial di dalam tempat tinggal dikatakan baik atau rukun Jika antar anggota keluarga terjalin hubungan yang baik sesuai kesetiaan serta kasih sayang. korelasi yang dilandasi kejujuran serta kepedulian sesama sejati diwujudkan dengan adanya perilaku saling menghargai, toleransi, saling membantu serta saling percaya. Ekonomi keluarga mencakup keuangan serta sumber daya yg menaikkan taraf hidup keluarga. Semakin banyak dana dan sumber pendapatan, semakin tinggi standar hidup keluarga. sumber pendanaan/pendapatan dapat asal asal sewa lahan, aktivitas nirlaba lainnya, dll. (BKKBN, 2015)

b. Faktor Eksternal

Kesejahteraan keluarga dapat mempengaruhi kenyamanan hidup serta kesejahteraan keluarga, sehingga harus dijaga dan terus dikembangkan bebas berasal gejala serta ketegangan emosi pada antara anggota keluarga. Faktor-faktor yang dapat menimbulkan gejala emosi serta kenyamanan batin pada keluarga yang berasal asal luar lingkungan dari keluarga diantaranya:

- 1) Faktor manusia yang disebabkan oleh Kecemburuan serta fitnah, ancaman fisik, pelanggaran istiadat
- 2) Faktor alam bencana alam dan kerusuhan sosial serta banyak sekali jenis virus penyakit.
- 3) Faktor Ekonomi Negara yang terjadi karena Pendapatan per kapita rendah atau pendapatan per kapita, inflasi.

4. Indikator Kesejahteraan Keluarga

Menurut Yusuf (2018), indikator kesejahteraan keluarga adalah sebagai berikut:

- a. Kesehatan Keluarga: Indikator ini mencakup kesediaan air bersih, sanitasi dan higienitas, kebiasaan hidup sehat dan akses layanan kesehatan. Hal ini meliputi pola makan, aktivitas fisik dan kebiasaan tidur.
- b. Pendidikan: Indikator ini mencakup tingkat pendidikan, kualitas pendidikan, partisipasi dalam pendidikan, dan akses ke pendidikan. Tingkat pendidikan keluarga merupakan faktor penting dalam

- peningkatan kesejahteraan keluarga karena dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan akses ke pekerjaan yang lebih baik.
- c. Ekonomi Keluarga: Indikator ini mencakup penghasilan keluarga, pekerjaan dan akses ke sumber daya ekonomi lainnya seperti rumah, lahan, dan modal usaha. Tingkat penghasilan keluarga yang mencukupi dan stabilitas ekonomi sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.
 - d. Lingkungan Sosial: Indikator ini mencakup faktor lingkungan sosial seperti akses ke pelayanan dasar seperti air bersih dan sanitasi, akses ke transportasi, keamanan dan ketersediaan fasilitas umum.
 - e. Agama dan Budaya: Indikator ini mencakup nilai-nilai agama dan budaya keluarga dianut. Nilai-nilai agama dan budaya dapat membentuk perilaku dan pola pikir keluarga yang dapat mempengaruhi kesejahteraan keluarga.
 - f. Aspek pendidikan: indikator pendidikan keluarga dapat dilihat dari tingkat pendidikan anggota keluarga, akses keluarga terhadap pendidikan, dan kemampuan keluarga dalam memberikan pendidikan pada anak.

Secara keseluruhan, indikator kesejahteraan keluarga yang dijelaskan oleh Yusuf (2018) meliputi aspek-aspek penting dari kehidupan keluarga yang dapat mempengaruhi kesejahteraan dan kualitas hidup keluarga secara keseluruhan