

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang mengedepankan sistem informasi, kreativitas, serta mengandalkan ide dari banyak ilmu pengetahuan dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam perekonomiannya. Kreativitas yang mampu diramu dengan nilai seni, teknologi, pengetahuan, dan budaya adalah modal dasar dalam menghadapi persaingan ekonomi, sehingga muncullah Ekonomi Kreatif sebagai alternatif pembangunan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi kreatif digerakkan oleh kapitalis kreativitas dan motivasi dalam menghasilkan produk dan jasa dengan kandungan kreatif yang tinggi terhadap masukan dan keluaran aktivitas ekonomi (Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata 2010). Dari ekonomi kreatif lahir lahir industri kreatif. Pengertian industri kreatif secara umum adalah segala proses penciptaan, kreativitas, ide, dan gagasan dari seseorang atau kelompok yang kemudian dapat menghasilkan karya atau produk setelahnya. Industri kreatif itu sendiri merupakan penggabungan dari dua kata, yakni industri dan kreatif.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, industri merupakan kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, sedangkan kreatif adalah kata sifat yang mencerminkan bahwa seseorang atau kelompok terkait memiliki daya cipta dan kemampuan untuk menciptakan.

Industri kreatif berkontribusi menjadikan Sumber Daya Manusia menjadi lebih baik dan memiliki kualitas yang baik di dalamnya untuk untuk bertujuan memiliki daya gagasan, ide, dan pemikiran kedepannya. Agar SDM ini menjadi barang yang memiliki nilai tinggi dan memiliki kualitas jual yang baik. Ekonomi Kreatif di berbagai Negara berperan besar dalam menciptakan kemajuan dan kesejahteraan. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, bahkan sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Negara-negara maju makin menyadari bahwa saatnya mereka tidak bisa mengandalkan supremasi di bidang industri lagi, tetapi mereka harus lebih mengandalkan sumberdaya manusia (SDM) yang kreatif, sehingga pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru, yang memfokuskan informasi dengan kreatifitas yang populer disebut ekonomi kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif (Kementerian Perdagangan, 2008).

Kreativitas yang dihasilkan oleh seseorang atau kelompok tersebut nantinya diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi serta dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang membutuhkan. Maka dari itu, industri kreatif merupakan bidang penting yang harus terus dikembangkan seiring berjalannya waktu dan perlu dibangun bersama-sama dalam perkembangannya karena merupakan salah satu penopang perekonomian negara.

Pesan besar yang ditawarkan industri kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumberdaya yang bukan hanya terbarukan, tetapi juga tak terbatas yaitu ide, talenta, dan kreativitas. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan (2008), peran industri kreatif dalam ekonomi Indonesia cukup signifikan, dengan kontribusi sebesar 6,3% atau setara dengan Rp. 104,6 trilyun (nilai konstan) dan Rp.152,5 trilyun (nilai nominal), hal ini dilihat dari kontribusi PDB rata-rata pada tahun 2002-2006. Dilihat dari sisi ekspor, berdasarkan estimasi klasifikasi subsektor, maka kontribusi ekonomi kreatif terhadap total ekspor rata-rata sebesar 10,6 % untuk tahun 2002-2006. Berdasarkan data empiris di atas, maka disimpulkan bahwa industri kreatif di Indonesia mempunyai peluang yang signifikan terhadap perekonomian nasional, penciptaan bisnis, dan dukungan pada pencitraan dan identitas bangsa, meskipun disadari ada tantangan yang dihadapi.

Potensi ekonomi kreatif di Kabupaten Karawang cukup besar. Ekonomi kreatif sendiri di Kabupaten Karawang termasuk dalam industri olahan. Ekonomi kreatif pasti berhubungan dengan UMKM, dimana dari jumlah pelaku UMKM menyumbang terhadap industri pengolahan di kabupaten karawang. Saat ini, ada 44.035 Usaha mikro kecil menengah atau (UMKM) yang aktif di Karawang. Hal ini menjadikan industri pengolahan menjadi sector dominan dalam penyumbang PDRB kabupaten karawang, menurut sumber laju pertumbuhan PDRB kabupaten karawang pada tahun 2021 industri pengolahan menjadi penyumbang tertinggi terhadap PDRB kabupaten karawang yaitu sebesar 4,99% dengan nilai Rp.172 568 728.20 atas dasar harga berlaku dan senilai Rp. 118 943 078.40 atas dasar harga konstan. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap industri pengolahan cukup signifikan

sehingga bisa memberikan kontribusi terhadap laju PDRB kabupaten karawang. Terlebih lagi wakil ketua ekraf Kabupaten Karawang, Luthfi Ansori menyebutkan, ada 16 sub sector Ekraf di Karawang. Forum Ekraf itu terdiri dari para pelaku ekonomi kreatif yang berasal dari 16 sub sektor usaha, di antaranya:

Tabel 1.1 Sektor Industri Kreatif di Karawang

No.	Industri Kreatif di Kabupaten Karawang
1.	Periklanan
2.	Arsitektur dan Interior
3.	Penerbit
4.	Kerajinan
5.	Kuliner
6.	Film
7.	Animasi Video
8.	Desain Komunikasi Visual
9.	Televisi dan Radio
10.	Fashion
11.	Aplikasi
12.	Fotografi
13.	Musik
14.	Seni Pertunjukan
15.	Seni rupa

No.	Industri Kreatif di Kabupaten Karawang
16.	Game

Sejumlah akademisi, tokoh masyarakat, purnawirawan dan para praktisi bisnis juga bergabung dalam forum tersebut. Menurut Asep R Sundapura (Ketua Forum Ekraf Karawang), Forum Ekraf Karawang lahir berdasarkan sejumlah kajian. Karawang memerlukan pengembangan industri ekonomi baru setelah pertanian dan industri. Pertanian sudah tidak jadi pilihan bagi anak-anak muda. Kapasitas industri juga terbatas perlu dikembangkan dengan adanya ekraf ini untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Karawang. Jadi kiranya Karawang perlu lebih serius membangun sektor non formal seperti UMKM dan para pelaku industri kreatifnya.

Industri kreatif memang saat ini menjadi salah satu peran yang sangat penting dalam mengatasi permasalahan-permasalahan ekonomi seperti kemiskinan dan pengangguran. Dengan adanya ekonomi kreatif dapat merubah masyarakat yang awalnya hanya sebagai SDM yang biasa saja, akan menjadi SDM yang memiliki nilai tinggi di dalamnya. Sehingga masyarakat yang dulunya kalah akan persaingan dapat bersaing dalam segi peningkatan pendapatan. Dari Ekonomi kreatif masyarakat mendapatkan inovasi, sehingga masyarakat di harapkan dapat menciptakan sesuatu yang dapat diminati oleh masyarakat maupun daerah maupun luar daerah.

Industri kreatif sangat berperan dalam penggerak dan pertumbuhan ekonomi alasannya Industri kreatif dapat mendorong terciptanya pendapatan, lapangan pekerjaan, dapat mempromosikan aspek-aspek sosial, kebudayaan, dan mengembangkan sumber daya manusia. Karena peran industri kreatif sendiri bisa menciptakan suatu inovasi ide yang kreatif dalam menciptakan suatu produk yang bernilai wirausaha, sehingga masyarakat bisa mendirikan usaha untuk menambah pendapatan mereka. Berdasarkan peran Ekonomi kreatif tersebut membuktikan bahwa ekonomi kreatif bisa meningkatkan perekonomian masyarakat di daerah.

Pengembangan industri kreatif saat ini tentu saja sebaiknya memanfaatkan inovasi teknologi agar lebih cepat merambah pasar yang lebih luas dan mendorong masyarakat melek teknologi. Penggunaan aplikasi yang dapat diunduh dan laman untuk informasi sangat berperan penting dalam mengenalkan produk dan jasa. Inilah peranan pemerintah daerah untuk ikut terus melakukan sosialisasi dan edukasi di tengah masyarakat agar segera menangkap peluang ekonomi kreatif dengan cepat.

Industri kreatif di Kabupaten Karawang cukup berkembang pesat, hal ini dibuktikan dengan berdirinya beberapa UMKM berbasis ekonomi kreatif. Di Kabupaten Karawang juga terdapat Forum Ekonomi Kreatif yang di dalamnya merupakan perkumpulan para pelaku usaha UMKM di bidang Ekonomi Kreatif. Di kecamatan klari sendiri memiliki banyak pelaku UMKM, jumlah pelaku UMKM yang terdapat di kecamatan klari menurut Badan Pusat Statistika sebesar 3.010 pada tahun 2020. Dari jumlah UMKM tersebut banyak didominasi usaha dari bidang Ekonomi Kreatif. Salah satunya pengrajin kerajinan dari Bunga Kering (Bunga

Tekan Karawang) di desa Kutanegara Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang. Dari 16 sektor Industri kreatif di kabupaten Karawang pengrajin Bunga Kering ini termasuk craft. Pengrajin Bunga Kering memproduksi berbagai motif kerajinan dengan memanfaatkan tanaman seperti daun kering, bunga kering, dan rumput liar yang dikeringkan. Dari hasil karyanya sang pengrajin hingga saat ini telah memiliki galeri seni yang disebut Galeri BUTEKA (Bunga Tekan Karawang) di Desa Kutanegara Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang. Hasil karyanya tersebut telah dipasarkan ke beberapa kota diluar Karawang seperti, Yogyakarta, Bandung dan sebagainya.

Perkembangan olahan kerajinan bunga kering sudah berlangsung dari tahun 2011. Sehingga keberlangsungan produk industri rumahan ini sebagai salah satu upaya dalam pemenuhan atau tambahan pendapatan yang dapat membantu ekonomi keluarga, dengan datangnya ekonomi kreatif di harapkan agar dapat memberikan tambahan ide dan inovasi yang dapat menghasilkan karya baru, sehingga secara tidak langsung dapat memberikan pengaruh dalam segi penjualannya yang dapat meningkat.

Namun dalam pengoptimalan industri kreatif ini masih belum maksimal karena banyaknya kendala-kendala di dalamnya seperti kurangnya rumah pelatihan skill ataupun kurangnya pemahaman tentang industri kreatif, baik dalam pengelolaan pengiklanan maupun pembuatan produknya, seperti susahnya dalam mengikuti trend yang ada. Lebih tepatnya Kerajinan Bunga Kering/Tekan di desa Kutanegara Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang ini masih tergolong industri kreatif yang masih potensial yang perlu dikembangkan dalam nilai ekonominya seperti sisi

supply nya yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja, dan nilai expert budayanya. Begitupun pada sisi demand nya yang berkaitan dengan persaingan pasar kompetitor dan harga produknya.

Maka dari itu, dalam penelitian perlu adanya komparasi dengan UMKM Industri Kreatif yang unggul untuk dijadikan pembanding untuk mengetahui seperti apa perkembangan UMKM yang unggul dalam sisi nilai ekonomi. Dengan mengambil contoh industry kreatif Tas Kain Perca Bandung. Dimana UMKM Tas Kain Perca di Bandung ini sudah lebih berkembang dan populer di kota Bandung. Kerajinan berbahan dasar kain perca ini sudah sering dipamerkan dalam pameran pelaku usaha industry kreatif yang populer oleh Dinas UMKM Kota Bandung. UMKM Tas Kain Perca ini sudah banyak diminati oleh konsumen. Ini menjadi alasan pembanding untuk nantinya bisa mencari strategi peningkatan nilai ekonomi potensi industri kreatif pengrajin Bunga Kering di desa Kutaneegara kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang.

Sebagai salah satu contoh peran dari komparasi ini penting dalam dalam segi kreatifitas bentuk produk ataupun pengiklanan dan juga dalam segi kemasan sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Sehingga pengaplikasian industri kreatif ini akan sangat berpengaruh dalam penjualan maupun pemasaran Kerajinan Bunga Kering/Tekan di desa Kutaneegara.

Berdasarkan penjelasan di atas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan nilai ekonomi dari potensi dari kerajinan Bunga Kering/Tekan. Oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian **“STRATEGI**

PENINGKATAN NILAI EKONOMI POTENSI INDUSTRI KREATIF BUNGA KERING DI KECAMATAN CIAMPEL KABUPATEN KARAWANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perbandingan nilai ekonomi umkm industri kreatif unggul tas kain perca Bandung dengan umkm potensi Pengrajin Kerajinan Bunga Kering kecamatan Ciampel kabupaten Karawang ?
2. Bagaimana srategi peningkatan nilai ekonomi potensi Industri Kreatif Kerajinan Bunga Kering di Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana perbandingan nilai ekonomi umkm industri kreatif unggul tas kain perca bandung dengan UMKM potensi pengrajin Bunga Kering/Tekan di desa Kutanegara Kecamatan Ciampel.
2. Untuk mengetahui Bagaimana srategi peningkatan nilai ekonomi potensi Industri Kreatif Kerajinan Bunga Kering/Tekan di desa Kutanegara Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini dapat berguna dan memberikan kontribusi. Adapun kegunaan penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Agar dapat tambahan referensi dan menambah ilmu pengetahuan penulis tentang ekonomi kreatif dan peningkatan pendapatan rumah tangga melalui usaha eceng gondok.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini merupakan suatu hal yang dapat memberikan manfaat bagi penulis, maupun bagi pembaca pada umumnya. Adapun manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
2. Sebagai pengalaman untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan sesuai disiplin ilmu yang dipelajari.
3. Sebagai acuan penelitian pada penelitian sejenis dimasa mendatang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Industri Kreatif

Industri Kreatif merupakan kumpulan individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan dimasa depan, kepada berbagai individu dan golongan masyarakat.

Menurut Betti Alisjahbana terdapat tiga hal potensial dalam ekonomi kreatif, yaitu Knowledge Creative (Pengetahuan yang kreatif), Skilled Worker (pekerja yang berkemampuan), Labor Intensive (kekuatan tenaga kerja) untuk dapat dipergunakan kepada begitu banyak ruang dalam industri produk kreatif yang terus berkembang di Indonesia. Banyak jenis ekonomi kreatif seperti crafts, advertising, publishing dan printing, televisi, radio, music, fashion dan design.

Kreativitas pada intinya memiliki makna kemampuan umum untuk menciptakan suatu yang baru, sebagai kemampuan untuk mendapatkan gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru dan unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya.

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu, ide, gagasan, bakat dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti di era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing dipasar dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan kreativitas, inovasi dan imajinasi.

1. Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Secara sederhana ekonomi kreatif (creative economy) merupakan talenta (ide kreatif-inovatif) dengan nilai ekonomi yang mampu merubah kualitas hidup manusia menjadi lebih sejahtera. Ekonomi kreatif lebih mengandalkan kreativitas individu melalui gagasan, daya kreasi, dan daya cipta untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi karyanya, sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan. Merespon transformasi perekonomian tersebut, Pemerintah Indonesia secara resmi meluncurkan Program Ekonomi Kreatif (Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif) yang wajib dilaksanakan oleh beberapa kementerian/lembaga dan seluruh pemerintahan daerah (provinsi dan kabupaten/ kota). Presiden juga mencanangkan Tahun 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif.

Menyimak besarnya penyerapan sumberdaya manusia (SDM) yang mencapai kurang lebih 7,5 juta pekerja di subsektor industri kreatif, menandakan

besarnya potensi anak negeri bertalenta kreatif. Sumberdaya manusia (SDM) kreatif merupakan syarat untuk mengisi peranan dalam industri kreatif. Industri kreatif adalah jalan untuk membangun ekonomi kreatif atau ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge based economy). Dan ekonomi model ini merupakan fondasi ekonomi yang dibangun berdasarkan sinergisitas antara talenta SDM dan keunggulan alam, yang ditandai dengan pertumbuhan cepat, penambahan nilai yang tinggi, serta perspektif sosial yang positif.

2. Pokok Ekonomi Kreatif

Menurut Rochmat Aldy Purnomo dalam Jurnalnya menuliskan terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

1) Kreativitas (Creativity)

Kreativitas dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (thinking out of the box). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

2) Inovasi (Innovation)

Inovasi dapat diartikan transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk

menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat.

Inovasi merupakan semua hal baru yang berangkat dari ilmu pengetahuan, serta dapat memberikan manfaat dalam kehidupan manusia. Ilmu pengetahuan sangat dibutuhkan dalam pengembangan inovasi

3) Penemuan (Invention)

Penemuan memiliki istilah lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan aplikasi berbasis android dan IOS juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

3. Tujuan Ekonomi Kreatif

Tujuan ekonomi kreatif adalah meningkatkan kualitas hidup. Ekonomi kreatif dalam sumber daya yang ada akan sangat membantu masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada dalam meningkatkan pendapatan atau kesenjangan hidup. Berdasarkan teori di atas, peneliti memahami bahwa ekonomi kreatif adalah pengembangan konsep berdasarkan modal kreatifitas atau ide dari pemikiran untuk dapat menciptakan suatu hal yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pendapatan.

4. Subsektor Ekonomi Kreatif

Berdasarkan studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Sampai dengan saat ini,

Pemerintah Indonesia sendiri telah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 15 sub- sektor, sebagai berikut:

- 1) Periklanan (advertising) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan media dan sasaran tertentu.
- 2) Arsitektur Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai level mikro (detail konstruksi).
- 3) Pasar Barang Seni Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang- barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang barang musik, percetakan, kerajinan, automobile, dan film.
- 4) Kerajinan (craft) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin.
- 5) Desain Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
- 6) Fashion Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.
- 7) Video, Film dan Fotografi Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film.

- 8) Permainan Interaktif (game) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer ataupun android serta iOS maupun video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
- 9) Musik Kegiatan kreatif yang berupa kegiatan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;
- 10) Seni Pertunjukkan (showbiz) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan.
- 11) Penerbitan dan Percetakan Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita.
- 12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software) atau Teknologi Informasi kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;
- 13) Televisi & Radio (broadcasting) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi.
- 14) Riset dan Pengembangan (Research and Development) kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan

teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

5. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif

Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif menurut Deni Dwi Hartono dan Malik Cahyadi adalah sebagai berikut :

a. Produksi

Teori produksi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara tingkat produksi, jumlah faktor produksi, dan hasil penjualan output. Seorang pengusaha dalam melakukan proses produksi untuk mencapai tujuan harus menentukan dua macam keputusan, yaitu:

- 1) Jumlah output yang harus diproduksi
- 2) Berapa dan dalam kombinasi bagaimana faktor-faktor produksi (input) dipergunakan. Dalam teori konvensional, menurut Andriwarman disebutkan bahwa teori produksi ditunjukkan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan (input) untuk produksi. Teori produsen dalam memaksimalkan keuntungan maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya.

a. Pasar dan pemasaran

Pasar merupakan tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonomi mendeskripsikan pasar sebagai

sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu. Selanjutnya pemasaran memiliki makna suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

b. Manajemen dan keuangan

Stoner mengemukakan bahwasanya manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seseorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan sustainability (keberlanjutan usaha bagi perusahaan).

c. Kebijakan pemerintah

Pemerintah memiliki peran sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu Negara. Sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat/ alat Negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan menggunakan otoritas/kekuasaan. Dengan ini, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang diwilayah tertentu. Pemerintah yang dimaksud merupakan pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait

dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan industry kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan industry, tetapi juga merupakan ideologi, politik, sosial dan budaya.

d. Peran Ekonomi Kreatif

Menurut UNCTAD dan UNDP dalam summary creative economics Report, secara potensial ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan:

- 1) Pendapatan (income generation) berdasarkan hasil Bemetam industri kreatif Departemen Perdagangan 2007, menunjukkan bahwa peran industri kreatif cukup signifikan.
- 2) Menciptakan lapangan kerja (job creation) Subsector kerajinan (industri anyaman bambu, batik, termasuk didalamnya) memiliki daya serap tenaga kerja yang tinggi dengan tingkat keterampilan pekerja yang mampu dikuasai oleh seluruh lapisan masyarakat, sehingga apabila industri ini dibenahi dengan bnera, maka ia akan berkontribusi menciptakan lapangan kerja dan dapat turut serta mengurangi angka kemiskinan di Indonesia.
- 3) Menambah kekayaan intelektual (intellectual property) Saat ini globalisasi ekonomi sedang berlangsung, salah satu produk dari globalisasi adalah hakas kekayaan intelektual (HaKi) yang merupakan kapitalisasi dari intelektualitas manusia. Siapa yang memiliki ide atau gagasan yang unik dapat memproduksi idenya.

2.1.2 Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan yang digunakan dalam membuat produk dalam sebuah industri, bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya (atau merupakan bagian terbesar dari bentuk barang). Bahan baku merupakan bahan yang penting dalam suatu perusahaan manufaktur, karena disini terletak langkah pertama dalam melakukan proses produksi.

Menurut Mulyadi (2011: 275) bahan baku adalah : “Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh”.

Menurut Masiyal Kholmi (2013: 29) bahan baku adalah: “Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian besar produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau hasil pengolahan sendiri”.

Sedangkan menurut Suyadi Prawirosentono (2011: 61) bahan baku adalah: “Bahan baku adalah bahan utama dari suatu produk atau barang”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa bahan baku merupakan bahan yang utama didalam melakukan proses produksi sampai menjadi barang jadi. Bahan baku meliputi semua barang dan bahan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk proses produksi (Singgih Wibowo, 2010: 24).

2.1.3 Teori Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan istilah yang digunakan pada semua individu yang terlibat dalam suatu organisasi atau perusahaan, termasuk karyawan,

manajer, pemimpin, dan pegawai lainnya yang bekerja untuk mencapai tujuan organisasi. Secara umum, sumber daya manusia dapat diartikan sebagai sumber daya yang tersedia dalam bentuk tenaga kerja yang diperlukan oleh sebuah pelaku usaha untuk menjalankan operasi dan mencapai tujuan bisnisnya. Sumber daya manusia juga mencakup keterampilan, pengetahuan, pengalaman, kepribadian, dan faktor lainnya yang mempengaruhi kinerja dan kontribusi individu dalam organisasi.

Manajemen sumber daya manusia bisa diartikan disiplin manajemen yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia dalam perusahaan atau sebuah organisasi, yang biasanya didalamnya terdapat rekrutmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan, penghargaan dan pengakuan, manajemen kinerja, manajemen konflik, manajemen perubahan, dan lain-lain. Tentunya manajemen sumber daya manusia bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan memotivasi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuannya dan mengoptimalkan kinerja sumber daya manusia.

2.1.4 Tenaga Kerja

Badan Pusat Statistik mendefinisikan tenaga kerja (manpower) sebagai seluruh penduduk dalam usia kerja (15 tahun keatas) yang berpotensi memproduksi barang dan jasa. BPS (Badan Pusat Statistik) membagi tenaga kerja (employed), yaitu:

1. Tenaga kerja penuh (full employed), adalah tenaga kerja yang mempunyai jumlah jam kerja > 35 jam dalam seminggu dengan hasil kerja tertentu sesuai dengan uraian tugas;
2. Tenaga kerja tidak penuh atau setengah pengangguran (under employed), adalah tenaga kerja dengan jam kerja < 35 jam seminggu; dan
3. Tenaga kerja yang belum bekerja atau sementara tidak bekerja (unemployed), adalah tenaga kerja dengan jam kerja 0 > 1 jam perminggu.

Menurut undang-undang No 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan Pasal 1, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melaksanakan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan Pasal 8 mengenai perencanaan tenaga kerja dan informasi ketenagakerjaan meliputi: Kesempatan kerja, Pelatihan kerja, Produktivitas tenaga kerja, Hubungan industrial, Kondisi lingkungan kerja, Pengupahan dan Kesejahteraan tenaga kerja. Masalah ketenagakerjaan terus menerus mendapat perhatian dari berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendidikan, masyarakat dan keluarga. Pemerintah melihat masalah ketenagakerjaan sebagai salah satu bahkan sentral pembangunan nasional, karena ketenagakerjaan itu pada hakikatnya adalah tenaga pembangunan yang banyak sumbangannya terhadap keberhasilan pembangunan bangsa termasuk pembangunan di sektor ketenagaan itu sendiri. Dimana pembangunan ketenagakerjaan bertujuan untuk:

1. Memberdayakan dan mendayagunakan tenaga kerja secara optimum,

2. Menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan penyediaan tenaga kerja yang sesuai dengan pembangunan nasional,
3. Memberikan perlindungan bagi tenaga kerja dalam mewujudkan kesejahteraannya, dan
4. Meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja dan keluarganya.

2.1.5 Pengrajin Kerajinan Bunga Kering/ Bunga Tekan Karawang (BUTEKA)

Kerajinan Bunga kering/tekan adalah sebuah kerajinan yang memanfaatkan bunga yang dikeringkan dengan cara dipress atau ditekan, lalu dirangkai menjadi sebuah kerajinan atau aksesoris. Salah satu inovasi pemanfaatan bagian tanaman tersebut adalah tehnik oshibana. Oshibana merupakan seni bunga tekan (Telesco, 2017) yang berasal dari Jepang sejak abad ke 16 yang diwariskan turun menurun sampai sekarang (Kishigami, 2013-2018; Sri,2012). Awalnya tujuan tehnik oshibana adalah agar masyarakat bisa menikmati keindahan warna bunga tersebut pada saat musim sudah berakhir (Rahayu,2020). Selain itu oshibana merupakan media untuk menuangkan keindahan tanaman yang berada disekitar kita menjadi karya seni tinggi. Oshibana tidak hanya cantik tetapi juga dapat merelaksasi pikiran, melalui kesabaran, memunculkan banyak inspirasi dan imajinasi dalam berkreasi. Oshibana diharapkan dapat menciptakan produk handmade yang bahan bakunya berasal dari alam tentunya juga sangat ramah lingkungan dan bernilai jual tinggi sekaligus mendukung program eco-green dan *save our earth* (Luthfiyah, et all. 2008)

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkaya perspektif penelitian ini maka selain dari kajian teori yang telah dijelaskan, dilakukan juga *review* terhadap beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian yang terkait yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	METODE	HASIL
1.	<p>Aisyah Nurul Fitriani, Irwan Noor, dan Ainul Hidayat (2014)</p> <p>PENGEMBANGAN EKONOMI INDUSTRI KREATIF DI KOTA BATU</p>	Kualitatif	<p>Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kota Batu. Kreativitas pelaku industri mampu meningkatkan hasil produk yang lebih berinovasi. Kreatifitas pelaku industri dapat ditingkatkan melalui pelatihan, pembekalan/pem binaan, serta monitoring yang dilakukan oleh dinas koperndag kota Batu. Faktor pendukung dari industri ini meliputi Dinas Koperindag Kota Batu, SDM, dan potensi Kota Batu</p>

NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	METODE	HASIL
2.	Dwi Ramdani (2020) ANALISIS PERAN INDUSTRI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI DESA TOMPOBULU KECAMATAN RUMBIA KABUPATEN JENEPONTO	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan industry kreatif mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa Tompobulu, Kec. Rumbia, Kab. Jeneponto. Industri kreatif dapat mengurangi jumlah pengangguran dan dapat membantu masyarakat dalam menambah pendapatan mereka sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membiayai pendidikan anak-anaknya serta mampu memenuhi biaya kesehatan mereka.
3.	Ernawati Purwaningsih (2010) PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata Candirejo dapat meningkatkan pendapatan masyarakatnya. Dengan potensi baik

NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	METODE	HASIL
	DESA WISATA CANDIREJO		wisata maupun budaya yang diberdayakan dan dikemas menjadi paket wisata yang menarik, Desa Wisata Candirejo mampu menjadi desa yang ditunjuk sebagai pilot project desa wisata ditingkat nasional.
4.	Novita (2018) PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BIDANG KERAJINAN TRADISIONAL JAMBI	Kualitatif	Pengembangan ekonomi kreatif sangat pesat khususnya di bidang kerajinan tradisional. Dengan potensi ekonomi kreatif di Jambi dengan adanya sentra kerajinan tradisional bisa meningkatkan perekonomian daerah di Jambi.

NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	METODE	HASIL
5.	Mu'tashim Billah Alfawaz (2016) STRATEGI PEMASARAN PRODUK-PRODUK BMT DALAM MENARIK MINAT CALON NASABAH (STUDI KOMPARASI PADA BMT ELTAMANI PANGANDARAN DAN BMT UMY YOGYAKARTA)	Kualitatif Komparatif	KJKS BMT ELTAMANI dalam memasarkan produk-produknya guna menarik minat calon nasabah jika dilihat dari tolak ukur promosi dalam kaitannya dengan Marketing Mix 4P, peneliti rasa sudah cukup mumpuni dan menerapkan unsur-unsur yang terkandung didalam Promosi tersebut. untuk menarik minat calon nasabahnya sudah sesuai dengan lima prinsip-prinsip pemasaran Syariah, Strategis: strategi pemasaran yang dilakukan KJKS BMT ELTAMANI cukup efektif dan tepat sasaran.

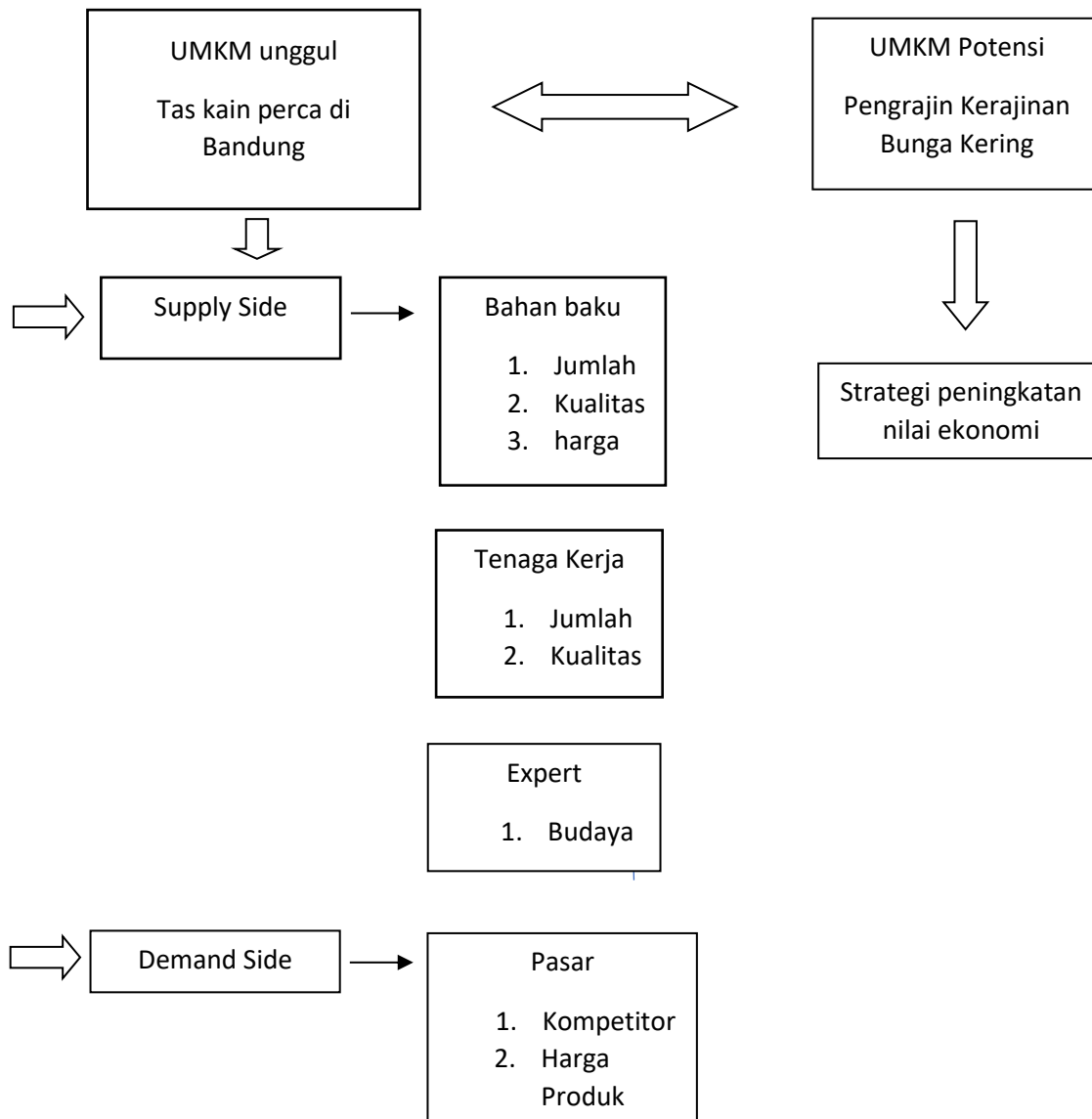
NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	METODE	HASIL
6.	<p>Ahmad Dzikriyansah, M. Nur Hidayah Wiradika, Dimas Taupik Hidayat, M. Benny Alexandri, Raden Marsha Aulia Hakim (2020)</p> <p>ANALISIS KOMPARATIF INDUSTRI KREATIF E-COMMERCE (Studi Kasus Pada JD.ID Dan Blibli.Com)</p>	<p>Kualitatif Komparatif</p>	<p>Menghasilkan dan menjelaskan perbandingan variabel dengan menggunakan dua analisis, yaitu analisis SWOT dan analisis Porter's Five Forces Model. Baik Blibli.com maupun JD.ID mempunyai keunggulan dalam fokus yang sama yaitu dalam pelayanan terhadap penggunaanya dengan strategi customer satisfaction first yang sama-sama menggunakan kecerdasan buatan atau artificial intelligent. Berdasarkan analisis SWOT, baik Blibli.com maupun JD.ID memiliki kelemahan yaitu pengiriman barang yang cenderung lama, namun hal ini dapat diatasi dengan jaminan dari kedua e-commerce ini yang menyediakan barang yang asli dan berkualitas, Kebijakan pemerintah yang akan membuat regulasi yang mengatur aktivitas dari -e-commerce merupakan tantangan</p>

NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	METODE	HASIL
			dari Blibli.com dan JD.ID, akan tetapi kedua e-commerce ini memiliki peluang yaitu potensi pasar di Indonesia yang terus bertumbuh.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan gambaran alur penelitian yang akan dilakukan nantinya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian lapangan dengan tujuan untuk mengetahui “Strategi peningkatan nilai ekonomi potensi industry kreatif kerajinan bunga kering di kecamatan ciampel karawang”.

Gambar 2.1 Bagan Kerangka



- a. Supply Side adalah sisi penawaran kebijakan ekonomi dimana fokus utama adalah penawaran agregat. Bertujuan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kapasitas potensial dari sebuah perekonomian
- b. Bahan baku adalah sebuah komponen yang dibutuhkan dan digunakan dalam membuat suatu produk di sebuah industri. Bahan atau komponen yang dimaksud akan tampak pada produk yang siap dipasarkan.
- c. Tenaga Kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat.
- d. Expert adalah pakar ahli dibidang tertentu dengan kemampuan untuk menilai dan memutuskan sesuatu dengan benar, baik, sesuai dengan aturan.
- e. Demand Side adalah sisi permintaan dari jumlah keseluruhan barang dan jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai macam tingkat harga.
- f. Pasar adalah sebagai tempat transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli dapat terbentuk dengan adanya syarat-syarat sebagai berikut, adanya penjual, pembeli, barang dan terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.
- g. Strategi peningkatan nilai ekonomi ialah cara bagaimana meningkatkan nilai ekonomi dalam unsur persaingan dalam bisnis.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Berdasarkan objek penelitian serta permasalahan yang di kaji, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan.

Sedangkan merujuk pada masalahnya penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif secara komparatif, yaitu jenis penelitian yang berupaya mendiskripsikan, mencatat, menganalisis, menginterpretasikan fakta-fakta yang ditemukan melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi untuk selanjutnya melakukan analisis untuk mencari dan menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan fenomena.

Obyek utama dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari data yang bersumber dari masyarakat khususnya pada industri kreatif pengrajin kerajinan bunga tekan/kering di desa kutanegara kecamatan ciampel kabupaten karawang dan industri kratif Tas Kain Perca Bandung

Dengan melakukan pendekatan kualitatif secara komparatif, bisa meneliti peristiwa- peristiwa yang ada dilapangan sebagaimana adanya. Namun tidak bisa terlepas juga dan penelitian kepustakaan (*library research*) karena dapat menjadi rujukan untuk menjadi literature-literatur dalam menumpulkan data yang berbicara tentang ekonomi kreatif. Dalam penelitian ini, penerapan model kualitatif dilakukan secara deskriptif, yakni data dianalisis dan hasil analisisnya

berbentuk fenomena deskriptif. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan komparatif yaitu menggambarkan permasalahan peristiwa melalui responden ataupun sumber data lainnya yang berkaitan dengan Industri kreatif Pengrajin Kerajinan Bunga Kering/Tekan Karawang dan Industri kreatif Tas kain Perca Bandung.

Dalam penelitian ini peneliti juga akan mendeskripsikan beberapa permasalahan pokok dengan cara:

1. Mendeskripsikan perbandingan nilai ekonomi antara Industri kreatif potensial dan Industri kreatif yang unggul dengan mengungkapkan:
 - a. Mendeskripsikan kondisi supply side diantara dua UMKM tersebut diantaranya berkaitan dengan bahan baku, tenaga kerja, dan expert(budaya)
 - b. Mendeskripsikan kondisi demand side diantara dua UMKM tersebut diantaranya berkaitan dengan pasar persaingan usaha dengan kompetitor, permintaan terhadap konsumen, harga produk dan keuntungan penjualan.
2. Mendeskripsikan strategi peningkatan nilai ekonomi terhadap Industri kreatif yang masih potensial yaitu Pengrajin Kerajinan Bunga Kering di Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang.

Kemudian peneliti ingin mengetahui kiprah dari kedua UMKM ini untuk di komparasikan. Karena memang kedua UMKM ini termasuk industri kreatif yang bergerak di bidang usaha kerajinan.

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan bahan baku • Jenis bahan baku • Kualitas bahan baku • Harga bahan baku
Tenaga Kerja	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah karyawan • Kualitas karyawan • Upah karyawan
Nilai budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Ciri khas produk • Inovasi produk
Pasar	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetitor usaha • Harga produk • Metode pemasaran • Konsumen • Keuntungan penjualan

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Galeri Bunga Tekan Karawang (BUTEKA), Di desa Kutanegara Kecamatan Ciampel, Kabupaten Karawang dan di Yuridi Craft Tas Kain Perca di desa Margasuka, Kecamatan Babakan Ciparay, Kota Bandung.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 (dua) bulan lamanya.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini memfokuskan kepada Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pedapatan Masyarakat di Desa Walahar Kecamatan Klari Kabupaten Karawang (Studi Pengrajin Eceng Gondok).

Tabel 3.2 Fokus Penelitian

Fokus	Deskripsi Fokus
Supply side	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku 2. Tenaga kerja 3. Expert
Demand side	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar 2. Harga produk
Industri kreatif	UMKM Tas kain perca bandung dan UMKM Pengrajin Kerajinan Bunga Tekan Karawang (BUTEKA)
Bahan	Bunga Kering dan Kain Perca

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah sebuah keterangan yang didapat dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya yang berguna untuk keperluan penelitian. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan data primer.

1. Data primer

Data primer adalah jenis data secara langsung dari pihak responden dan informasi melalui wawancara serta observasi secara langsung dilapangan. Responden merupakan orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan dari penelitian. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan pemilik pengrajin Bunga Tekan/Kering yang ada di Desa Kutanegara Kecamatan Ciampel Karawang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu mengumpulkan data langsung di lokasi penelitian, yaitu di Galeri Kerajinan Bunga Tekan Karawang. Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan berbagai metode:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi dengan berinteraksi secara langsung antara dua orang yang saling bertemu, dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai suatu objek. Pada dasarnya wawancara merupakan Teknik yang sering digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi terhadap suatu penelitian.

Adapun metode wawancara yang digunakan ialah wawancara tidak terstruktur.

- a. Pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan. Tentu saja kreativitas peneliti sangat diperlukan, bahkan hasil wawancara dengan jenis pedoman ini lebih banyak tergantung dari peneliti. peneliti sebagai pengemudi jawaban dari responden. Pedoman wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara yang tidak terstruktur yang banyak digunakan dan lebih mudah menanyakan serentetan pertanyaan dapat dijawab oleh narasumber, kemudian satu per satu di perdalam dalam mengorek keterangan dan jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan dengan sengaja, sistematis mengenai kondisi yang terjadi dilokasi penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipasi yaitu penulis yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Observasi yang peneliti gunakan yaitu observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati. Dalam observasi ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua feneomena yang terjadi, pengamatan akan fenomena itu dikhususkan kepada 2 (dua) Industri Kreatif Yuridi Craft dan BUTEKA (Bunga Tekan Karawang)

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menghimpun dokumen-dokumen berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah penelitian khususnya yang berkaitan dengan pengrajin Bunga Kering di desa Kutanegara kecamatan Ciampel kabupaten Karawang.

3.5 Uji Keabsahan Data

1. Uji Kredibilitas (Credibility)

Uji kredibilitas berfungsi untuk: Pertama, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; Kedua, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

Uji keabsahan data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Dalam penelitian ini yang digunakan penulis adalah triangulasi melalui sumber. Triangulasi melalui sumber artinya membandingkan hasil dari wawancara dengan hasil pengamatan, membandingkan apa yang di katakan orang atau informan tentang situasi penelitian dengan hasil perapanjangan keikutsertaan yang di lakukan oleh peneliti, membandingkan data perspektif yang berbeda yaitu antara warga masyarakat biasa, tokoh masyarakat, orang pemerintah atau bukan, dan tidak lupa untuk membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen atau arsip serta pelaksanaannya.

Selanjutnya, uji kepastian (confirmability) data. Uji kepastian data merupakan uji untuk memastikan bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang. Jika disepakati oleh beberapa atau banyak orang, barulah dikatakan objektif. Dalam melakukan uji kepastian data, peneliti menguji keabsahan dari data berbagai sumber yaitu beberapa informasi yang berbeda dalam hal itu pengrajin Eceng Gondok di desa walahar kecamatan klari kabupaten karawang untuk di minta keterangan tentang kebenaran data yang didapatkan di lapangan.

3.6 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif secara komparatif. Dengan metode analisis deskriptif kualitatif, data yang diperoleh dari wawancara, observasi maupun studi dokumentasi akan dianalisis secara kualitatif, yaitu mengkaji, memaparkan dan menjelaskan data-data yang diperoleh mengenai proses dan tahapan yang dilakukan dari komparasi perbandingan nilai ekonomi dari Industri Kreatif Pengrajin Bunga Kering/Tekan di Desa Kutanegara dan Industri Kreatif Tas Kain Perca di Bandung. Perbandingan nilai ekonomi dari Industri Kreatif dalam penelitian ini dilihat dari kondisi supply side dan demand side diantara 2 (dua) UMKM yang didalamnya terdapat beberapa indikator yang menjadi fokus penelitian.

Berbicara kondisi Supply side yang artinya berkaitan dengan sisi penawaran kebijakan ekonomi khususnya dari Industri Kreatif dimana fokus utama adalah penawaran agregat. Bertujuan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kapasitas

potensial dari sebuah perekonomian. Dalam penelitian ini terdapat beberapa hal indikator yang menjadi fokus penelitian seperti:

a. Bahan Baku

Menurut Rudiana (2014) bahan baku merupakan barang-barang yang diperoleh untuk digunakan dalam proses produksi, beberapa bahan baku diperoleh secara langsung dari sumber-sumber alam. Bahan baku juga dapat diperoleh dari sumber lainnya.

b. Tenaga Kerja

Menurut Mulyadi (2003) tenaga kerja adalah penduduk usia kerja atau jumlah penduduk suatu negara yang dapat menghasilkan barang atau jasa jika ada permintaan tenaga kerja dan mau melakukan kegiatan tersebut.

c. Expert (Budaya)

Expert/pakar dalam budaya ialah orang yang ahli di bidang tertentu dengan kemampuan untuk menilai dan memutuskan sesuatu dengan benar, baik, sesuai dengan aturan. Dimana indikator ini bertujuan untuk mengetahui dalam produknya adakah nilai inovasi dan budayanya.

Selanjutnya kondisi Demand Side yang berkaitan dengan adalah sisi permintaan dari jumlah keseluruhan barang dan jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai macam tingkat harga. Berkaitan dengan indikator seperti:

a. Pasar

Menurut Niko (2017) pasar menurut ilmu ekonomi disebut sebagai pasar abstrak. sebagai tempat transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli dapat

terbentuk dengan adanya syarat-syarat sebagai berikut, adanya penjual, pembeli, barang dan terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan penelitian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Mereduksi data bisa berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Dalam teknik reduksi data hal pertama yang peneliti lakukan adalah memilih hal-hal pokok yang dianggap valid dalam penelitian. Kemudian membuang data yang dianggap tidak valid.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan data informasi yang tersusun secara sistematis, berbentuk diagram alur, uraian naratif, tabel dan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, dimana data diarahkan agar tersusun pola hubungan. Data yang diperoleh dari penelitian dari lapangan (data primer) dan dianalisis secara deskriptif kualitatif komparatif dengan memaparkan nilai-nilai ekonomi melalui industri kreatif pengrajin bunga kering di desa Kutanegara kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang dan industri kreatif tas kain perca di Bandung.

3. Penarikan Kesimpulan (verifikasi)

Penarikan kesimpulan menurut Miles dan Huberman dalam rasyid mengumpulkan bahwa verifikasi data dan penarikan kesimpulan adalah upaya

untuk mengartikan data yang ditampilkan dengan melibatkan pemahaman penulis. Pengumpulan data pada tahap awal (studi pustaka) menghasilkan kesimpulan sementara apabila dilakukan *verifikasi* (penemuan bukti-bukti atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan) dapat menguatkan kesimpulan awal. Kesimpulan- kesimpulan dapat di tangani dengan mudah dan tetap di verifikasi pada saat penelitian.