

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 imaginasi 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.

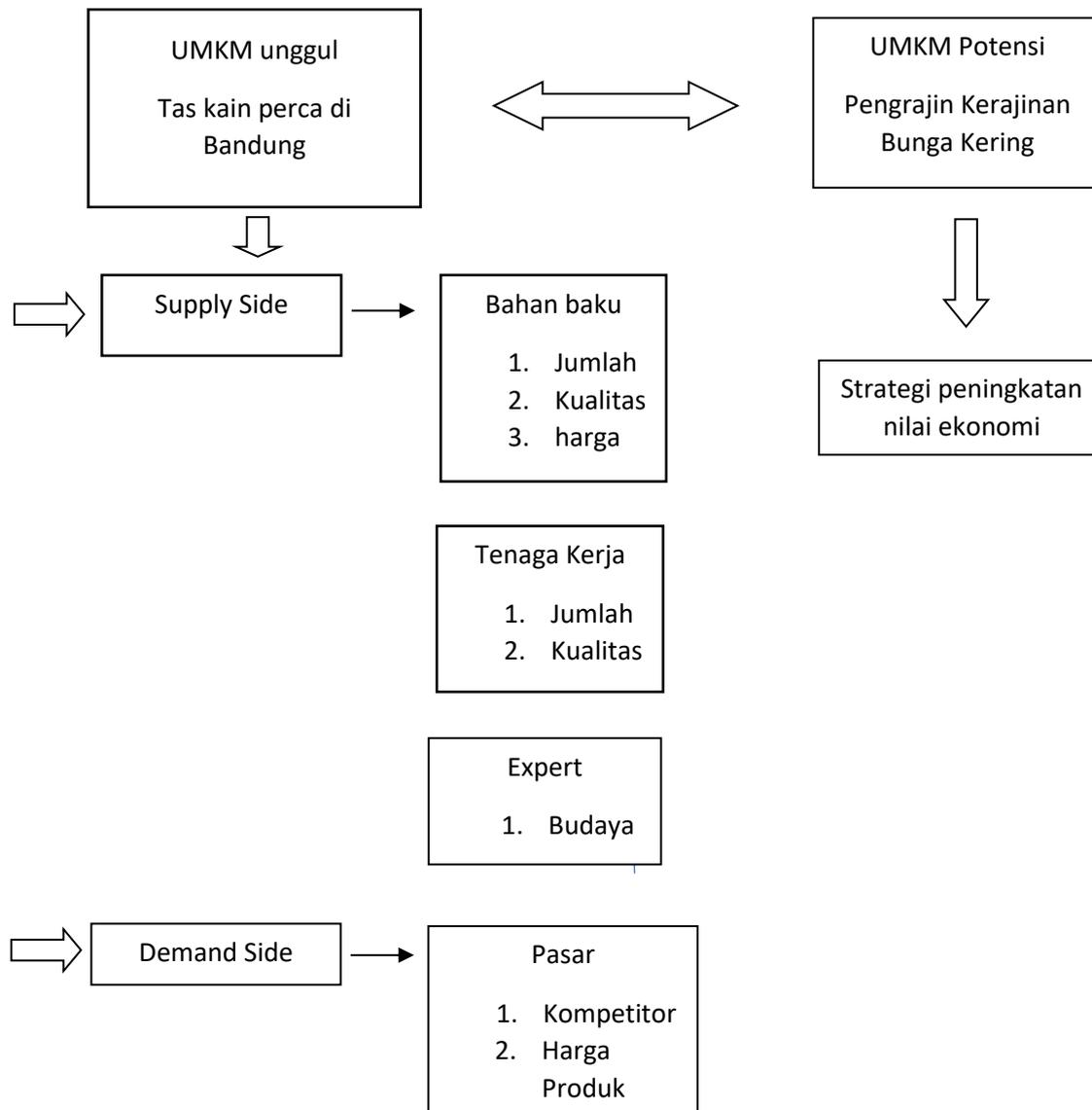
NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	METODE	HASIL
6.	<p>Ahmad Dzikriyansah, M. Nur Hidayah Wiradika, Dimas Taupik Hidayat, M. Benny Alexandri, Raden Marsha Aulia Hakim (2020)</p> <p>ANALISIS KOMPARATIF INDUSTRI KREATIF E-COMMERCE (Studi Kasus Pada JD.ID Dan Blibli.Com)</p>	<p>Kualitatif Komparatif</p>	<p>Menghasilkan 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.