

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF
BIDANG FASHION MELALUI BAURAN PEMASARAN
(STUDI KASUS GRIYA BATIK SRI SIJI NGANJUK)**

SKRIPSI



Oleh :
Binti Nur Hayati
NIM: E20192013

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF
BIDANG FASHION MELALUI BAURAN PEMASARAN
(STUDI KASUS GRIYA BATIK SRI SIJI NGANJUK)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Binti Nur Hayati
NIM: E20192013

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF
BIDANG FASHION MELALUI BAURAN PEMASARAN
(STUDI KASUS GRIYA BATIK SRI SIJI NGANJUK)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Binti Nur Hayati
NIM: E20192013



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M
NIP.197107272002121003

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF
BIDANG FASHION MELALUI BAURAN PEMASARAN
(STUDI KASUS GRIYA BATIK SRI SIJI NGANJUK)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 05 Oktober 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. Roni Subhan, M.Pd.
NIP. 197103062005011001



Nur Hidayat, S.E., M.M.
NIP. 19790552023211015

Anggota :

1. **Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M.**
2. **Prof. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M**

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA
NIP. 196808072000031001

MOTTO

وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى (39) وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى (40)

Artinya : “ Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah dilakukannya, dan bahwasannya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya)”. (QS. An-Najm ayat 39-40)¹



¹ Q.S. An-Najm:39-40

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT, sholawat serta salam saya ucapkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dan saya persembahkan karya tulis ini kepada :

1. Kedua orangtua saya, bapak Supeno dan Ibu Sutini tercinta, yang memberikan semangat, memberikan kasih sayang dan doa yang tulus serta rela bekerja keras demi kesuksesan anaknya, terimakasih banyak atas semua pengorbanannya, yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penulis, semoga kelak menjadi balasan atas kasih sayang dan pengorbanannya selama ini, aamiin.
2. Kakak dan adik Binti Nur Aini, Luthfi Febri Alfianto, M. Sarhan Allathiif tersayang, yang selalu memberikan semangat dan memberikan motivasi serta doanya.
3. Keluarga besar tercinta, yang selalu memberikan motivasi, doanya serta dukungannya selama ini.
4. Segenap guru dan dosen, semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dan barokah, aamiin.
5. Almamater UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan seluruh dosen UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, khususnya dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktunya dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Teman-teman dan sahabat Ekonomi Syariah 1 serta angkatan 2019 Ekonomi Syariah yang menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu.
7. Keluarga besar KOPMA Pandhalungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terima kasih atas semangat dan doanya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya serta kemudahan dan kelancaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sebagai salah satu syarat menyelesaikan Studi Strata satu (S1), Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Dr. Nikmatul Masrurroh, S.H.I., M.E.I selaku Koordinator Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam.
4. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Koodinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Prof. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Isnadi, M. Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
8. Segenap jajaran pemilik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna begitu juga dalam proses penulisan skripsi ini, yang tidak lupa dari

kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca sekalian.

Jember, 13 Maret 2023

Penulis

Binti Nur Hayati

NIM. E20192013



ABSTRAK

Binti Nur Hayati, 2023: *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)*

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Ekonomi Kreatif, Bauran Pemasaran

Sejalan dengan perkembangan industri kreatif yaitu pengembangan kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan kemampuan individu untuk menciptakan daya cipta dan kreativitas individu yang memiliki nilai ekonomi dan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat, khususnya industri kreatif di Kabupaten Nganjuk. Dimana Kabupaten Nganjuk juga memiliki beberapa produk kreatif unggulan, salah satunya produk unggulan fashion yaitu Batik khas Nganjuk dari Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Industri Batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk merupakan salah satu rumah produksi kain batik home made di Kabupaten Nganjuk yang terkenal dengan kualitas dan harga bersaing dengan berbagai motif khas yang menjadi daya tarik masyarakat Kabupaten Nganjuk yang berkembang saat ini. Perkembangan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dikenal cukup berkembang sehingga mampu mempertahankan kualitas yang baik untuk memenuhi permintaan konsumen akan kain batik khususnya kain batik khas Nganjuk.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah : Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)?.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan industri kreatif bidang fashion batik melalui bauran pemasaran yang dilakukan oleh pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

Dalam metode penelitian yang digunakan peneliti, yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Lokasi penelitian ini berada di Perumnas Candi Rejo Megah, EBlog GG No. 10 Desa Gejagan, Kecamatan Loceret, Kabupaten Nganjuk. Subjek penelitian yaitu pemilik, karyawan pemasaran dan konsumen Industri Batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yang diyakini memiliki pengetahuan tentang masalah yang diangkat oleh penelitian. Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian peneliti adalah : 1) Mengembangkan usaha Griya Batik Sri Siji Nganjuk dengan menerapkan keterampilan dalam identifikasi, peramalan, inovasi, evaluasi dan membuat suatu keputusan. 2) Strategi Produk, menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan kualitas bahan, pewarnaan hingga proses produksi sehingga menghasilkan motif ragam kain batik.3) Strategi harga, harga yang diberikan disesuaikan dengan pasar dan dilihat dari kualitas produk, bahan dan tingkat kesulitan.4) Strategi Lokasi dan Distribusi, Griya Sri Siji Nganjuk berada di dalam Perumahan dilihat kurang strategis namun tidak menjadi kendala dalam pemasaran dan produksi. 5) Strategi promosi, menggunakan media sosial dan pemasaran offline, konsumen datang langsung ke Galeri Griya Batik Sri Siji Nganjuk, serta mengikuti kegiatan pameran.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	28
1. Strategi Pengembangan.....	28
2. Ekonomi Kreatif	31
3. Fashion	36
4. Bauran Pemasaran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian	48
C. Subjek Penelitian.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Teknik Analisis Data.....	52

F. Keabsahan Data.....	53
G. Tahap- tahap Penelitian.....	54
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	56
A. Gambaran Objek Penelitian	56
B. Penyajian dan Analisis Data.....	64
1. Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)?	64
C. Pembahasan Temuan.....	79
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan Perekonomian Kabupaten Nganjuk Tahun 2019-2022	2
Tabel 2.1 Mapping Persamaan dan Perbedaan	23



DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Griya Batik Sri Siji Nganjuk 59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam sebuah negara pertumbuhan ekonomi sangat penting di lakukan. Karena laju pertumbuhan ekonomi mempengaruhi kebutuhan yang harus dipenuhi. Saat ini, pertumbuhan ekonomi diperlukan untuk menstabilkan perekonomian daerah, agar tidak terjadi kesenjangan ekonomi. Kesenjangan ekonomi ini akan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut.

Berdasarkan data pertumbuhan perekonomian di Indonesia pada tahun 2018 berkurang dari 5,17%, meningkat menjadi 5,02% pada tahun 2019.² Dibandingkan tahun 2019, pertumbuhan turun 2,07% pada tahun 2020.³ Sebaliknya, pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat sebesar 3,69% pada tahun 2021, melampaui kinerja tahun 2020 yang mengalami penurunan sebesar 2,07%. Selain itu, diperkirakan akan meningkat sebesar 5,31% pada tahun 2022, yang lebih cepat dari pertumbuhan 3,70% yang diprediksi pada tahun 2021. Tingkat pertumbuhan ekonomi Jawa Timur meningkat sebesar 5,52% pada tahun 2019.⁴ Pada tahun 2020, perekonomian Jawa Timur turun sebesar 2,39%. Pada triwulan IV 2021 dibandingkan triwulan IV 2020, ekonomi Jawa Timur tumbuh sebesar 4,59%. Pada triwulan III 2022 dibandingkan triwulan III 2021, ekonomi Jawa Timur tumbuh sebesar 5,58%.

² <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen-.htm>, Diakses pada 08 Januari 2023 pukul 11.00

³ <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/-5/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>, Diakses pada 08 Januari 2023 pukul 10.50

⁴ <https://jatim.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1139/ekonomi-jawa-timur-tahun-2019-tumbuh-5-52-persen.html>, diakses pada 08 Januari 2023 pukul 11.10

**Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Nganjuk
Tahun 2019-2022**

Kabupaten	Laju Pertumbuhan Ekonomi			
	2019	2020	2021	2022
Nganjuk	5.36	-1.71	3.61	4.84

Sumber : nganjukkab.bps.go.id laju pertumbuhan ekonomi⁵

Tabel 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Nganjuk Tahun 2019-2022. Dari informasi di atas terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Nganjuk mengalami peningkatan dan penurunan. Tingkat pertumbuhannya adalah 5,36% pada tahun 2019. Ini menyusut sebesar 1.71% tahun 2020. Pada tahun 2021, ekonomi Kabupaten Nganjuk tumbuh sebesar 3.61% dan tahun 2022 tumbuh mencapai 4.84%. Sementara itu, dampak virus Covid-19 terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Nganjuk dari tahun 2019 hingga 2022 membuatnya tidak stabil dan menghambat kemajuan ekonomi. Terbukti bahwa meskipun pertumbuhan ekonomi melambat pada 2020, pertumbuhan ekonomi pulih pada 2021–2022. Hal ini dipengaruhi oleh campur tangan pemerintah yaitu dukungan terhadap usaha masyarakat khususnya di Kabupaten Nganjuk salah satunya di bidang industri kreatif.

Keberadaan industri kreatif merupakan salah satu upaya untuk menghindari kesenjangan ekonomi di daerah. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh ekonomi kreatif dan mengutamakan peran kekayaan intelektual.⁶

Berdasarkan Inpres No. 6 Tahun 2009 tentang Pemerintah mendukung kebijakan pengembangan ekonomi yang didasarkan pada kreativitas,

⁵ <https://nganjukkab.bps.go.id/indicator/52/210/1/laju-pertumbuhan-ekonomi.html> diakses pada 08 Januari 2023 pukul 11.12

⁶ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal.4.

keterampilan, dan kemampuan individu rakyat untuk menghasilkan kreativitas individu serta kreativitas yang memiliki nilai ekonomi dan mempengaruhi kesejahteraan rakyat Indonesia melalui tujuan, arah, dan strategi.⁷ Ini merupakan kebijakan pemerintah untuk mendukung perekonomian ekonomi saat ini, kehadiran industri kreatif, dan sumber daya manusia yang inovatif dan kreatif. Saat ini peran industri kreatif di berbagai sektor sangat berpengaruh terhadap perekonomian. Dimana industri kreatif memiliki 16 sektor, salah satunya adalah sektor fashion. Industri fashion merupakan salah satu bidang dari dunia fashion yang menghadirkan produk fashion. Seperti kain batik, kain pakaian daerah dan busana lainnya yang merupakan karya kreativitas individu. Oleh karena itu, ekonomi kreatif industri fashion harus dikembangkan untuk membantu industri fashion mengembangkan bisnisnya.

Sejalan dengan perkembangan industri kreatif yaitu pengembangan kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan kemampuan individu untuk menciptakan daya cipta dan kreativitas individu yang memiliki nilai ekonomi dan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Khususnya industri kreatif di Kabupaten Nganjuk. Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur. Yang mana Kabupaten Nganjuk mempunyai beberapa produk kreatif unggulan, salah satu produk unggulan fashion yaitu Batik khas Nganjuk. Pada taun 2005, mantan Presiden Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan tentang pentingnya penngembangan industri kreatif pada sektor yang bersumber pada

⁷ Intruksi Presiden No.6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

kerajinan dan kreativitas bangsa.⁸

Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Nganjuk terus berupaya menumbuhkan ekonomi melalui sektor kreatif. Salah satunya Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Industri Batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk merupakan salah satu rumah produksi kain batik home made di Kabupaten Nganjuk yang terkenal dengan kualitas dan harga bersaing dengan berbagai motif khas yang menjadi daya tarik masyarakat Kabupaten Nganjuk yang berkembang saat ini. Terbuat dari bahan serat alami, bukan plastik, kain batik ini pastinya adem dan nyaman dipakai. Selain itu, awet, tidak mudah luntur dan tahan lama.

Banyak ragam motif kain batik yang sudah diproduksi oleh industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk diantaranya ragam motif khas Nganjuk dan ragam motif kuno. Untuk ragam motif khas Nganjuk seperti ragam motif brambang, batu jaya stamba, prasasti anjuk ladang, kicir angin, dan nyawiji. Kemudian untuk ragam motif kuno seperti motif lereng, kawung, sulung, dan grinsing. Dari semua ragam motif yang diproduksi, ragam motif khas Nganjuk yang banyak diminati konsumen. Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk tidak hanya menyediakan ragam kain motif batik saja melainkan mengolah kain batik tersebut menjadi berbagai macam fashion seperti baju, kemeja dan kaos seiring dengan permintaan konsumen. Dalam hal ini, dilihat perkembangan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dikenal cukup berkembang sehingga mampu mempertahankan kualitas yang baik untuk memenuhi permintaan konsumen akan kain batik khususnya kain batik khas Nganjuk.

⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *“Ekonomi Kreatif Pilar Pengembangan Indonesia”* (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 14.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas alasan peneliti mengambil penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penulis mengambil judul penelitian Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk).

B. Fokus penelitian

Bagian ini mencantumkan semua pertanyaan penelitian yang perlu dijawab sebagaimana dijelaskan pada bagian latar belakang penelitian “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)”. Berdasarkan permasalahan di atas, maka pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran (studi kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah suatu gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian.⁹ Tujuan penelitian ini harus terkait dan konsisten dengan masalah yang dirumuskan dalam rumusan masalah.

- Mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

⁹ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2019), 45.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah melakukan penelitian.¹⁰

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca kajian ekonomi terkait strategi ekonomi kreatif dan juga bermanfaat bagi para peneliti baru sebagai bahan referensi untuk membahas teori-teori yang dapat digunakan untuk menambah atau memperluas pengetahuan terkait penelitian.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini sangat penting, diharapkan para mahasiswa dan masyarakat khususnya pemerintah kabupaten mengetahui bahwa pengembangan ekonomi kreatif harus lebih dikembangkan untuk mendukung perekonomian daerah untuk kepentingan masyarakat.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah dimaksud peneliti.¹¹

1. Strategi Pengembangan

Strategi adalah serangkaian upaya untuk mencapai tujuan tertentu.¹² Strategi adalah rencana yang difokuskan pada masa depan yang jauh dan memungkinkan organisasi untuk berinteraksi dengan

¹⁰ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2019), 45.

¹¹ Tim Penyusun IAIN Jember, 51.

¹² Saida Zainurossalamia Z.A, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), hal.31.

lingkungannya dalam lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi yang bersangkutan.¹³ Sedangkan, Pengembangan ialah suatu serangkaian perubahan yang dilakukan untuk menjaga agar organisasi tetap dalam kondisi yang stabil ketika harus menghadapi perubahan yang terjadi dilingkungannya.¹⁴ Pengembangan adalah untuk memberi karyawan keterampilan yang dibutuhkan perusahaan di masa depan.¹⁵ Jadi, strategi pengembangan adalah rencana yang digunakan untuk menghadapi pencapaian tujuan perusahaan serta menangani masalah yang mungkin timbul di masa depan.

2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi berbasis ekonomi kreatif yang mengutamakan peran kekayaan intelektual.¹⁶ Sedangkan menurut Menteri Pariwisata, ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai berbasis ide yang dihasilkan dari kreativitas sumber daya manusia berdasarkan pemanfaatan pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.¹⁷ Jadi, ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi didasari oleh kreativitas individu dengan memanfaatkan pengetahuan serta teknologi.

¹³ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hal. 17.

¹⁴ Dickdick Sodikin, Djaka Permana, suhenda Adia, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Paradigma Baru* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), Hal. 32.

¹⁵ Kaswan, *Pelatihan Dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Kinerja SDM* (Bandung: Alfabeta, 2016) hal. 3

¹⁶ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 4.

¹⁷ Sri Hardianti, Mashud, Muhammad Hasan, *Ekonomi Kreatif (Yayasan Kita Menulis, 2022)*, hal. 52.

3. Fashion

Fashion berasal dari bahasa Latin, *factio* yang artinya membuat atau melakukan. Kata asli *fashion* mengacu pada sesuatu yang dikenakan seseorang.¹⁸ Fashion merupakan sesuatu bagian dalam hidup manusia yang dikenakan dari penampilan dan gaya keseharian sebagai identitas diri dan sebagai penutup tubuh.¹⁹ Jadi, Fashion merupakan sesuatu yang dibuat atau dirancang untuk dikenakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari sebagai gaya hidup, cerminan diri pada setiap individu.

4. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah suatu variabel yang digunakan perusahaan untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen.²⁰ Sedangkan menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dimulai dengan perencanaan, pengarahannya, penetapan harga, pendistribusian, dan promosi suatu produk atau jasa dengan tujuan membantu suatu organisasi mencapai tujuannya.²¹ Jadi, bauran pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh bisnis untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen melalui barang yang diinginkan, harga, distribusi, dan promosi yang mendukung tujuan bisnis.

¹⁸ Retno Hendrariningrum, M. Edy Susilo, "Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi", Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.6, No.2,(2008): 25.

¹⁹ Retno Hendrariningrum, M. Edy Susilo, 25.

²⁰ Alvien Septian Haerisma, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran", *jurnal Al-Amwal*, Volume 1, (2018): 96.

²¹ Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, volume 1 Nomor 3, (2013): 72.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka, yang berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan pada saat ini serta memuat tentang kajian teori.

BAB III Metode Penelitian, yang berisi tentang metode yang digunakan peneliti yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan yang terakhir tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, yang berisi tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

BAB V Kesimpulan dan Saran, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui keaslian hasil penelitian ini, perlu dikemukakan penelitian-penelitian sebelumnya yang fokus penelitiannya terkait strategi pengembangan ekonomi kreatif di bidang fashion melalui bauran pemasaran (studi kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk). Berikut beberapa penelitian sebelumnya:

- a. Ayu Sukmawati, 2021, "*Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slarang Kesugihan Cilacap*"²²

Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui Pasar Pangkok di Desa Slarang Kesugihan Cilacap. Untuk Jenis penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah pencipta ide pasar Pangkok, organisasi kepemudaan, pedagang dan pembeli. Penelitiannya berfokus pada strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui Pasar Pangkok Desa Cilacap Slarang Kesugihan. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian dan verifikasi data. Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui Pasar Pangkok Desa Cilacap di Slarang Kesugihan menggunakan kreativitas budaya, kreativitas teknologi dan pengembangan makanan

²² Ayu Sukmawati, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slarang Kesugihan Cilacap" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerta, 2021).

tradisional, yang secara efektif menerapkan dan menerapkan kreativitas dan inovasi.

Kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah pertama karena sama-sama membahas tentang strategi pengembangan industri kreatif. Kedua, metode yang digunakan sama metode deskriptif kualitatif. Dan juga terdapat perbedaan yaitu pertama target penelitian peneliti sebelumnya adalah pasar paggok yang termasuk dalam bidang kuliner, sedangkan target penelitian peneliti adalah kerajinan batik yang termasuk dalam bidang fashion. Kedua, lokasi penelitian sebelumnya berada di pasar Panggok desa Slerang Cilacap sedangkan penelitian dilakukan pada pengrajin batik khas di Nganjuk yaitu Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

- b. Fera Agus Dwiyaningsih, 2021, "*Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Industri Kerajinan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari, Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas)*"²³

Tujuan penelitian peneliti fokus pada pertanyaan strategi apa yang dapat digunakan untuk membangun ekonomi sangkar burung yang menguntungkan di masa pandemi Covid-19. Kemudian, pada November 2020 hingga Juni 2021 dilakukan penelitian lapangan (*field research*) di lokasi penelitian di desa Banjarsari. Kemudian metode

²³ Fera Agus Dwiyaningsih, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Industri Kerajinan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari, Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Agama Islam Negeri Purwakerta, 2021).

wawancara, observasi dan dokumentasi digunakan sebagai metode pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Analisis SWOT juga digunakan sebagai identifikasi strategi untuk mengembangkan industri kreatif Sangkar Burung Jaya di masa pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri kreatif di masa pandemi Covid-19 adalah industri kerajinan sangkar burung jaya yaitu meningkatkan produksi, meningkatkan akuntansi dan pelatihan profesional karyawan, meningkatkan promosi dengan media sosial. Dan dengan adanya industri kerajinan sangkar burung yang luar biasa ini dapat memberikan kontribusi bagi kehidupan masyarakat.

Kemiripan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti terletak pada metode pengumpulan data yang mirip dengan penerapan metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Kedua, teknik analisis data yang digunakan sama menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti pertama-tama terletak pada objek penelitiannya. Hal inilah yang menjadi pokok bahasan penelitian sebelumnya di bidang kerajinan yaitu kerajinan sangkar burung. Sedangkan objek penelitian peneliti adalah industri fashion yaitu batik khas Nganjuk. Kedua, terletak di tempat penelitian. Lokasi penelitian sebelumnya berada di Desa Banjarsari, Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas. Sementara itu, lokasi penelitian peneliti berada

di Perumnas Candirejo, Desa Gegajan, Kecamatan Loceret, Kabupaten Nganjuk. Ketiga, analisis data menggunakan penelitian sebelumnya menggunakan analisis SWOT sedangkan peneliti menggunakan strategi bauran pemasaran.

- c. Raudhi Ahmad Azizi Siregar, 2021, "*Strategi Pengembangan Usaha Fashion Lokal Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Medan*",²⁴

Fokus tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang pengusaha fesyen lokal berbasis industri kreatif di Kota Medan dan keterbatasan yang dihadapi oleh pengusaha fesyen lokal berbasis industri kreatif di Kota Medan. Subjek penelitian ini adalah bisnis fashion yaitu bisnis fashion "Street Wear". Dimana penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah Kota Medan. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan fesyen lokal berbasis industri kreatif di Medan tergolong usaha mikro. Permasalahan perusahaan fesyen lokal berbasis ekonomi kreatif ini adalah harga bahan baku, kualitas produk, tenaga penjual, kapasitas produksi atau persediaan, produk bersaing, kondisi dan pendapatan penjualan, daya saing, kecelakaan, kejadian yang tidak diharapkan. Strategi pelaku industri fashion lokal ini adalah *backward integration, market entry, market development, product development, concentric diversification, horizontal diversification*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti

²⁴ Raudhi Ahmad Azizi Siregar, "Strategi Pengembangan Usaha Fashion Lokal Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Medan", (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Sumatera Utara Medan, 2021).

adalah, pertama, subjek penelitiannya adalah industri fashion atau industri kreatif industri fashion. Kedua, menggunakan model analisis data kualitatif. Sementara itu, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. Dimana penelitian sebelumnya berada di kota Medan sedangkan tempat penelitian peneliti berada di kota Nganjuk.

- d. Ugin Setyani, 2020, “*Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novitha Di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponoroho*”²⁵

Fokus penelitian ini adalah menganalisis strategi apa yang diterapkan oleh usaha mikro berbasis industri kreatif Sumali Novitha dan menawarkan alternatif strategi yang sesuai dengan status dan situasi bisnis saat ini. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam hal ini, data primer yaitu data yang menginformasikan bertindak sebagai sumber data. Kemudian teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan teknik analisis data menggunakan model analisis SWOT. Teknik ini digunakan sebagai alat bantu dalam analisis penelitian untuk menentukan posisi dan alternatif strategi pengembangan usaha pada usaha pengrajin kulit Sumali Novitha. Hasil dari penelitian ini adalah strategi produk usaha Sumali Novitha pengrajin kulit berdasarkan metrik IE pada IV yaitu. dalam fase hati-hati dengan strategi stabil. Untuk strategi promosi menurut matrik analisis SWOT berdasarkan matrik IE terdapat pada sel V yaitu

²⁵ Ugin Setyani, “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novitha Di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponorogo” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020).

fase pertumbuhan atau stabilitas, dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas. Sebaliknya, di sel 1, yaitu. Pada fase pertumbuhan terletak strategi penjualan menurut analisis matriks IE, strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah, pertama, jenis penelitiannya sama dengan penelitian kualitatif. Kedua, teknik pengumpulan data sama dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian mengenai perbedaan yaitu pertama objek penelitian dimana objek penelitian sebelumnya adalah kerajinan kulit Sumali Novitha. Objek penelitian peneliti saat ini adalah batik khas Nganjuk. Kedua, di tempat penelitian. Lokasi peneliti sebelumnya di Kabupaten Ponorogo. Sedangkan penelitian peneliti berada di Kabupaten Nganjuk.

- e. Mega Krisdayani, Dkk, 2020, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar)*”²⁶

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Sentra Kerajinan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar. Pendekatan yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Pengumpulan data melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini Teknik analisis menggunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada usaha Sentra Kerajinan

²⁶ Mega Krisdayani, Dkk, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar)”, *Indonesian Journal of Social and Education Studies*, Vol. 1, No. 1, (2020).

Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar yaitu strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih menitikberatkan pada strategi SO (Strength-Opportunities), yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi SO adalah: Memaksimalkan produksi cinderamata dengan ragam yang berbeda, mengembangkan usaha dengan bantuan modal pemerintah, mempertahankan keunikan produk untuk menguasai pasar, memaksimalkan promosi agar lebih akrab dengan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar selalu memberikan kesan yang baik kepada pembeli.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti pada strategi pengembangan ekonomi kreatif dan juga teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Sementara itu perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti adalah pertama penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan analisis SWOT. Peneliti menggunakan analisis bauran pemasaran. Kedua, tempat penelitian. Peneliti sebelumnya berada di Kabupaten Kepulauan Selayar sedangkan tempat penelitian peneliti berada di Kabupaten Nganjuk.

- f. Rina Utari Saputri, 2019, *“Strategi Social Entrepreneurship Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Local Wisdom (Studi Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok “Melati” Plaju Kota Palembang)”*,²⁷

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan

²⁷ Rina Utari Saputri, “Strategi Social Entrepreneurship Dalam Pengembangan Eonomi Kreatif Berbasis Local Wisdom (Studi Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok “Melati”Plaju Kota Palembang)”, (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Srwijaya, 2019).

menganalisis faktor eksternal yang dapat menciptakan peluang dan ancaman serta faktor internal yang mewakili kekuatan dan juga keuntungan bagi pelaku kewirausahaan sosial untuk menerapkan strategi kewirausahaan sosial dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif. Jenis metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Kemudian teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha sosial pada pengrajin eceng gondok menggunakan strategi kompetitif, emosional, dan perilaku.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah pertama, metode penelitian kualitatif digunakan dalam jenis penelitian ini. Kedua, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, catatan dan dokumentasi. Jika perbedaannya yang pertama pada objek penelitiannya. Dimana penelitian sebelumnya objek penelitiannya adalah di bidang kerajinan eceng gondok, dan objek penelitian peneliti adalah di bidang fashion batik Nganjuk. Kedua, tempat penelitian. Lokasi penelitian sebelumnya berada di kota Palembang, sedangkan lokasi penelitian peneliti berada di kota Nganjuk.

- g. Tadjuddin, Nur Mayasari, 2019, "*Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo*"²⁸

Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi pengembangan yang dilakukan oleh pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo dari perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan metode purposive sampling untuk menentukan sampel dalam penelitian. Teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian pertama menyajikan gambaran umum tentang UMKM berbasis ekonomi kreatif kota Palopo Saat ini masih belum memungkinkan untuk memberikan predikat untuk kota Palopo karena memiliki keterbatasan dan kesulitan dalam pengembangan usaha. Kedua, strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo akan dilaksanakan oleh pelaku UMKM ekonomi kreatif yaitu perlunya sinergi antar pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk dan layanan, serta dukungan dari pemerintah dan Swasta untuk meningkatkan permodalan. Ketiga, pandangan Islam tentang ekonomi kreatif, yaitu perusahaan yang berbasis kreativitas dan inovasi memperbaharui sumber daya alam yang ada dengan jalan Al-Qur'an, yang secara jelas menyatakan bahwa perniagaan adalah jalan yang diperintahkan oleh Allah SWT.

²⁸ Tadjuddin Nur Mayasari, "Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo," *Dinamis, Journal of Islamic Management and Bussiness*, Vol. 2 No.1 (2019).

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah yang pertama pada jenis penelitian dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Kedua, dalam teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaan pertama terletak pada tujuan penelitian, dimana penelitian sebelumnya adalah UMKM ekonomi kreatif, sedangkan penelitian peneliti adalah bidang ekonomi kreatif bidang fashion. Kedua pada tempat penelitian, dimana penelitian sebelumnya berada di kota Palopo, sedangkan peneliti berada di kota Nganjuk.

- h. Alvien Septian Haerisma, 2018, "*Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran*"²⁹

Tujuan dari penelitian terdahulu ini adalah untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekonomi kreatif bidang fashion dan faktor apa saja yang mendukung dan menghambat berkembangnya industri kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran (studi kasus batik EB Tradisional Cirebon). Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu triangulasi (gabungan). Lokasi penelitian ini adalah Kampung Batik Tradisional EB di Cirebon. Objek penelitian adalah ekonomi kreatif bidang fashion di batik EB Tradisional Cirebon. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberadaan ekonomi kreatif berbasis industri batik di Trusmi Cirebon

²⁹ Alvien Septian Haerisma, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran", *Jurnal Al-Amwal*, Vol. 10 No. 1, (2018).

sangat bermanfaat bagi kesejahteraan warga desa Trusmi dan sekitarnya. Bauran pemasaran merupakan batasan dari strategi pengembangan ekonomi kreatif yang diterapkan oleh Batik EB Tradisional Cirebon. Ada faktor pendukung yaitu desa Trusmi menjadi sentra industri batik di Cirebon, dan faktor penghambat yaitu penanganan limbah atau pewarna batik yang berbahaya, rendahnya minat masyarakat terhadap pengajaran membuat.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah pertama, membahas strategi pengembangan ekonomi kreatif di bidang fashion melalui bauran pemasaran. Kedua, pada jenis penelitian sama menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan metode deskriptif. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dimana penelitian sebelumnya berlokasi di Cirebon sedangkan penelitian peneliti berlokasi di Kabupaten Nganjuk.

- i. Murni Retiwiranti, 2018, *“Analisis Peran Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Budidaya Tanaman Biofarmaka Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*³⁰

Fokus penelitian terdahulu ini adalah untuk menunjukkan peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga petani kencur di Desa Fajar Asri Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah dan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan

³⁰ Murni Retiwiranti, “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Budidaya Tanaman Biofarmaka Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

petani dalam perspektif ekonomi islam. Kemudian penelitian sebelumnya ini menggunakan studi lapangan dengan data primer deskriptif kualitatif dan data sekunder. Dalam hal ini metode yang digunakan adalah purposive sampling dan metode pengumpulan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berperan dalam praktik petani kencur di Desa Fajar Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah. Dapat membantu petani meningkatkan pendapatan rumah tangga dibandingkan menjual kencur dalam bentuk rimpang segar. Dari perspektif ekonomi Islam, dimana ekonomi kreatif yang dipraktikkan petani kencur di Desa Fajar Asri Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga ada yang sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam , yaitu keadilan dan khilafah, namun ada juga yang tidak setuju dengan nilai-nilai ekonomi Islam yaitu tidak melaksanakan zakat dengan benar.

Kemiripan dengan penelitian terdahulu ini adalah pertama bahwa metode pengumpulan data sama yang digunakan yaitu dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Kedua, metode penelitian yang digunakan sama yaitu menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sementara itu perbedaannya pertama, terletak pada objek peneliti. Yang mana objek penelitian sebelumnya adalah ekonomi kreatif petani kencur, sedangkan objek penelitian peneliti adalah ekonomi kreatif bidang fashion batik. Kedua, tempat penelitian. Lokasi penelitian sebelumnya berada di Desa Fajar Asri, Kecamatan Seputih

Agung, Kabupaten Lampung Tengah. Sementara itu, lokasi penelitian peneliti berada di Perumnas Candirejo, Desa Gegajan, Kecamatan Loceret, Kabupaten Nganjuk.

- j. Zul Asfi Arroyhan Daulay, 2018, “*Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)*”³¹

Fokus penelitian terdahulu ini adalah menganalisis perkembangan ekonomi kreatif di Kota Medan dan pola strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui analisis SWOT dengan menggunakan model triple helix. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan melakukan survei dan wawancara dengan aktor-aktor yang berpartisipasi dalam model triple helix. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif kerajinan tangan menempati urutan ketiga setelah kuliner dan fashion.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas strategi pengembangan ekonomi kreatif dan metode yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan antara peneliti terdahulu dan penelitian peneliti adalah objek penelitiannya yaitu objek penelitian terdahulu di bidang kriya sedangkan objek penelitian peneliti di bidang fashion. Kedua di tempat penelitian, dimana peneliti sebelumnya melakukan penelitian di Kota Medan sedangkan peneliti melakukan penelitian di Kota Nganjuk.

³¹ Zul Asfi Arroyhan Daulay, “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)”, *Jurnal Tansiq*, Vol. 1 No. 2 (2018).

Tabel 2.1
Mapping Persamaan dan Perbedaan

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ayu Sukmawati, 2021	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slerang Kesugihan Cilacap	Pertama, sama membahas tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif. Kedua, metode yang digunakan sama menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Pertama, pada objek yang diteliti peneliti terdahulu pada pasar pangkok dengan kulinernya termasuk pada sektor kuliner, sedangkan objek penelitian peneliti yaitu pada kerajinan batik yang termasuk pada bidang fashion. Kedua, tempat penelitian terdahulu di pasar pangkok Desa Slerang Cilacap, sedangkan penelitian di pengrajin batik khas nganjuk di Griya Batik Sri Siji Nganjuk.
2.	Fera Agus Dwiyaningsih, 2021	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Industri Kerajinan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari, Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas)	Pertama, pada metode pengumpulan data yaitu sama menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kedua, yaitu pada teknik analisis data yang digunakan yaitu sama menggunakan teknik analisis	Pertama, pada objek yang akan diteliti. Yang mana objek penelitian terdahulu yaitu pada sektor kerajinan yaitu kerajinan sangkar burung. Sedangkan, objek penelitian peneliti yaitu pada sektor bidang fashion yaitu batik khas Nganjuk. Kedua, pada lokasi penelitian. Lokasi penelitian

			deskriptif kualitatif.	terdahulu berada di Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. Sedangkan, lokasi penelitian peneliti berada di Perumnas Candirejo Desa Gegajan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. Ketiga, pada analisis data yang digunakan yaitu penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT, sedangkan penelitian peneliti menggunakan analisis strategi bauran pemasaran.
3.	Raudhi Ahmad Azizi Siregar, 2021	Strategi Pengembangan Usaha Fashion Lokal Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Medan	Pertama, Untuk objek penelitiannya yaitu ekonomi kreatif usaha fashion atau bidang fashion. Kedua, menggunakan model analisis data kualitatif.	Pada lokasi penelitian. Dimana penelitian terdahulu berada di Kota Medan, sedangkan lokasi penelitian peneliti berada di Kota Nganjuk.
4.	Ugin Setyani, 2020	Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novitha Di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponorogo	Pertama, pada jenis penelitian yang diambil yaitu sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Kedua, teknik pengumpulan data sama dengan observasi,	Pertama, pada obojek yang diteliti, yang mana peneliti terdahulu objek penelitiannya yaitu kerajinan kulit Sumali Novitha. Sedangkan, objek penelitian peneliti yaitu kerajinan

			wawancara, dan dokumentasi.	batik khas Nganjuk. Kedua, pada lokasi penelitian. Yang mana penelitian terdahulu berlokasi di Kabupaten Ponorogo. Sedangkan lokasi penelitian berada di Kabupaten Nganjuk.
5.	Mega Krisdayani, Dkk, 2020	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar)”,	Fokus pada strategi pengembangan yang dilakukan dalam ekonomi kreatif dan juga pada teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu sama menggunakan teknik observasi, wawancara dan juga dokumentasi.	Pertama, penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan analisis SWOT. Sedangkan peneliti menggunakan analisis bauran pemasaran. Kedua, pada lokasi penelitian. Dimana peneliti terdahulu berada di Kabupaten Kepulauan Selayar, sedangkan lokasi penelitian peneliti berada di Kabupaten Nganjuk.
6.	Rina Utari Saputri, 2019	Strategi Social Entrepreneurship Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Local Wisdom (Studi Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok “Melati” Plaju Kota Palembang)	Pertama, pada jenis metode penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Kedua, teknik pengumpulan data menggunakan teknik obeservasi, wawancara, catatan lapangan	Pertama, penelitian terdahulu objek penelitiannya pada sektor kerajinan eceng gondok sedangkan onjek penelitian peneliti yaitu pada sektor bidang fashion batik khas Nganjuk. Kedua, pada lokasi penelitian. Lokasi

			dan dokumentasi.	penelitian terdahulu yaitu berada di Kota Palembang, sedangkan lokasi penelitian peneliti berada di Kota Nganjuk.
7.	Tadjuddin, Nur Mayasari, 2019	Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo	Pertama pada jenis penelitian yaitu sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Kedua, pada teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.	Pertama, pada objek yang diteliti, yang mana peneliti terdahulu objeknya pada UMKM berbasis industri kreatif, sedangkan penelitian peneliti pada sektor ekonomi kreatif bidang fashion. Kedua, pada tempat penelitiannya, yang mana penelitian terdahulu penelitiannya di Kota Palopo, sedangkan penelitian peneliti di Kota Nganjuk.
8.	Alvien Septian Haerisma, 2018	Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran	Pertama, sama membahas strategi pengembangan ekonomi kreatif di bidang fashion melalui buaran pemasaran. Kedua, pada jenis penelitian yaitu sama menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif.	Pada tempat penelitian, yang mana penelitian terdahulu di Cirebon sedangkan penelitian peneliti di Kabupaten Nganjuk.
9.	Murni	Analisis Peran	Pertama, pada	Pertama, pada

	Retiwiranti, 2018	Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Budidaya Tanaman Biofarmaka Dalam Perspektif Ekonomi Islam	metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu sama menggunakan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Kedua, jenis metode penelitian yang digunakan sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.	objek yang diteliti. Yang mana peneliti terdahulu objek penelitiannya pada ekonomi kreatif para petani kencur, sedangkan objek penelitian peneliti yaitu ekonomi kreatif bidang fashion batik. Kedua, pada lokasi penelitian. Lokasi penelitian terdahulu berada di Desa Fajar Asri Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah. Sedangkan, lokasi penelitian peneliti berada di Perumnas Candirejo Desa Gegajan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk.
10.	Zul Asfi Arroyhan Daulay,	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)	sama membahas tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif dan juga pada metode yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kualitatif.	Pertama, pada objek yang diteliti, peneliti terdahulu objeknya pada bidang kerajinan, sedangkan objek penelitian peneliti pada bidang fashion. Kedua, pada tempat penelitian, yang mana peneliti terdahulu meneliti di Kota Medan, sedangkan penelitian peneliti di Kota Nganjuk.

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan suatu bagian yang berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai per-spektif dalam melakukan penelitian.³² Dalam memilih kajian teori sangatlah penting untuk memudahkan peneliti dan untuk mengetahui suatu pengetahuan baru sebagai acuan teori dalam memecahkan permasalahan. Oleh karena itu, berikut merupakan acuan teori yang digunakan peneliti sebagai berikut :

1. Strategi Pengembangan

a. Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu.³³ Strategi adalah rencana yang difokuskan pada masa depan yang jauh dan memungkinkan organisasi untuk berinteraksi dengan lingkungannya dalam lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi yang bersangkutan.³⁴ Pengembangan ialah suatu serangkaian perubahan yang dilakukan untuk menjaga agar organisasi tetap dalam kondisi yang stabil ketika harus menghadapi perubahan yang terjadi dilingkungannya.³⁵ Pengembangan adalah untuk memberi karyawan keterampilan yang dibutuhkan perusahaan di masa depan.³⁶

³² Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 46.

³³ Saida Zainurossalamia Z.A, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), hal.31.

³⁴ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hal.17.

³⁵ Dickdik Sodikin, Djaka Permana, suhenda Adia, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Paradigma Baru* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), Hal. 32.

³⁶ Kaswan, *Pelatihan Dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Kinerja SDM* (Bandung: Alfabeta, 2016) hal. 3

Berdasarkan uraian pendapat diatas yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa Strategi pengembangan adalah rencana yang digunakan untuk menghadapi pencapaian tujuan perusahaan serta menangani masalah yang mungkin timbul di masa depan. Strategi pengembangan ini sangat penting dilakukan untuk keberlanjutan hidup sebuah perusahaan kedepannya, apakah usaha tersebut dapat berkembang atau akan mengalami kegagalan. Pengembangan disini bisa dari pengembangan dari pelaku usaha, pengembangan produk, pengembangan saluran distribusi, pengembangan tempat usaha, pengembangan bahan baku produksi dan pengembangan promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, pengembangan ini harus dilandasi dengan pembangunan sumber daya manusia yang terampil, terlatih, dan terberdayakan untuk menumbuhkan pengetahuan dan kreativitas.

Pengetahuan dan kreatifitas sangat dibutuhkan dalam sebuah usaha. Yang mana pengetahuan merupakan suatu ilmu pengetahuan tentang sesuatu hal. Yang mana pengetahuan ini akan menimbulkan suatu kreatifitas. Kreatifitas disini yaitu suatu ide atau gagasan yang tertuang dalam sebuah tindakan seseorang. Oleh karena itu, pengetahuan dan kreatifitas sangat penting dalam sebuah usaha.

b. Keterampilan-Keterampilan Dalam Strategi Pengembangan

Menurut Hastuti, dalam mengembangkan strategi bisnis, harus mempunyai keterampilan-keterampilan sebagai berikut ³⁷:

³⁷ Nasfi Dkk, "*Strategi Pengembangan Bisnis: Teori Dan Implementasi*" (Jakarta, Tahta Media Group, 2021), 105.

a) Keterampilan identifikasi

Pada proses ini analisis strategi memerlukan identifikasi yang bertujuan untuk memastikan apakah semua elemen-elemen penting dalam strategi telah diperhitungkan dengan baik. Oleh karena itu, perlu adanya identifikasi mengenai bagaimana langkah-langkah ke depan apakah elemen- elemen sudah sudah baik atau belum. Elemen-elemen disini yaitu dalam menetapkan harga, bahan baku, promosi yang dilakukan, sumber daya manusia, tempat usaha dan strategi pemasaran yang digunakan. Karena jika seorang pelaku usaha tidak dapat mengidentifikasi akan hal itu, maka tidak akan tahu perkembangan terhadap usahanya ke depan.

b) Kemampuan peramalan

Dimana sebagai pelaku usaha memastikan prediksi-prediksi strategis dalam memperhitungkan masa depan usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, perlu adanya antisipasi terhadap perubahan lingkungan dan menemukan cara untuk mengatasi perubahasan tersebut. Cepat kepastian yang diirikan maka akan cepat pula mengatasi perubahan tersebut.

c) Kemampuan inovasi

Suatu kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi akan produk barang atau jasa yang dijalankan. Kemmapuan inovasi ini akan berdampak pada berkembang usaha ke depannya. Jika tidak dapat berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman, maka usaha tersebut akan tertinggal dan akhirnya bisa menjadi bangkrut.

d) Kemampuan evaluasi

Evaluasi sangat perlu dilakukan untuk memastikan apakah pencapaian target sesuai dengan yang diinginkan. Dalam hal ini, evaluasi menjadi suatu perubahan yang baik untuk kelangsungan hidup usaha yang dijalankan kedepannya.

e) Kemampuan membuat keputusan

Dimana pengambilan keputusan ini berkaitan dengan pilihan strategi yang akan dipilih. Strategi yang dipilih harus berdasarkan hasil evaluasi, bertujuan untuk memastikan kemampuan menghadapi masa depan yang tidak pasti. Oleh karena itu, perusahaan harus sangat mempertimbangkan hasil keputusan tersebut.

2. Ekonomi Kreatif

a. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif yaitu suatu kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual.³⁸ Sedangkan menurut Menteri Pariwisata, Ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari suatu kreatifitas sumber daya manusia dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.³⁹

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi didasari oleh kreativitas individu dengan memanfaatkan pengetahuan serta teknologi.

³⁸Suryana, 2013, "*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Mencipatakan Peluang*" (Jakarta: Salemba Empat), hal. 4.

³⁹Sri Hardianti, Mashud, Muhammad Hasan, "*Ekonomi Kreatif*" (Yayasan Kita Menulis, 2022), hal. 52.

Sebenarnya usaha-usaha secara kreatif sudah ada sejak dahulu, akan tetapi belum disebut sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Misalnya, bergerak terus-menerus untuk mencari sumber makanan segar, bertani, berkebun, berdagang, dan menukar produk dengan barang.

Dengan suatu perkembangan saat ini, mulai tumbuhlah ekonomi kreatif. Yang mana suatu perkembangan ilmu pengetahuan dan kreatifitas dapat mengubah cara pandang, pola pikir, dan pola kehidupan manusia. Manusia saat ini, untuk menghidupi kebutuhan sehari-hari mereka berusaha dengan ide dan kreatifitas yang dimiliki. Dengan memanfaatkan ide dan kreatifitas mereka, mereka mampu membuka pasar baru dan mampu berkembang hingga saat ini. Oleh karena itu, dengan berkembangnya suatu ide dan kreatifitas yang dimiliki mampu membuat perekonomian saat ini berkembang dengan adanya ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif tidak hanya mencakup barang dan jasa saat ini tetapi juga industri kerajinan dan seni budaya. Dan juga produk kreatif tidak hanya berkembang pada usaha kecil dan kerajinan saja, melainkan juga pada usaha diberbagai bidang dan jenis industri, baik kecil, menengah, dan besar. Makanan, pakaian, jasa, elektronik, bangunan, arsitektur, obat-obatan, dan produk pertanian adalah contoh kegiatan ekonomi kreatif.

Oleh karena itu, ekonomi kreatif berkontribusi pada perekonomian suatu negara, terutama dalam hal menghasilkan pendapatan, mendorong pertumbuhan lapangan kerja, meningkatkan

pendapatan ekspor, dan juga mampu memajukan teknologi, menambah kekayaan intelektual, dan mengisi fungsi sosial lainnya. Oleh sebab itu, ekonomi kreatif dipandang sebagai mesin utama pembangunan suatu negara.

1) Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Menurut Ghazali, ciri-ciri ekonomi kreatif yaitu⁴⁰ :

a) Adanya kreasi intelektual

Suatu kreativitas serta keahlian dalam ekonomi kreatif sangat dibutuhkan dan ini salah satu ciri utama dari ekonomi kreatif.

b) Mudah diganti

Dalam ekonomi kreatif, produksi atau inovasi harus terus maju sejalan dengan pertumbuhan kegiatan ekonomi untuk mempertahankan karakter dan daya tarik pasarnya yang berbeda dan menghindari mudah digantikan oleh barang-barang pesaing.

c) Distribusi secara langsung dan tidak langsung

Distribusi secara langsung atau tidak langsung yaitu suatu kebijakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

d) Membutuhkan kolaboratif

Agar dapat bertahan dan tidak merasa sendirian dalam menghadapi persaingan ekonomi, kolaborasi menjadi hal yang

⁴⁰ Sri Hardianti, Mashud, Muhammad Hasan, “*Ekonomi Kreatif*” (Yayasan Kita Menulis, 2022), hal. 52-53.

krusial dalam sektor ekonomi kreatif. Seperti, seorang pengusaha yang kebijakannya diatur oleh pemerintah.

e) Membutuhkan ide dan kreatif

Ide adalah komponen utama yang harus disiapkan dalam ekonomi kreatif karena mereka mendorong pertumbuhan sektor ini dan terkait erat dengan orisinalitas dan kreativitas.

f) Tidak punya batasan

Tidak ada batasan saat merancang suatu produk, sehingga inovasi dan kreativitas selalu terjadi dan tidak memiliki dasar yang jelas.

2) Jenis Ekonomi Kreatif

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia,

jenis-jenis ekonomi kreatif yaitu sebagai berikut ⁴¹:

- a. Periklanaan
- b. Arsitektur
- c. Pasar Barang Seni
- d. Kerajinan
- e. Desain
- f. Fasyen
- g. Film, Video, dan Fotografi
- h. Permainan Internatif
- i. Musik

⁴¹ Mari Elka Pangestu, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*”, berdasarkan hasil Konvesi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008.

- j. Seni Pertunjukan
- k. Penerbitan dan Percetakan
- l. Layanan Komputer & Piranti Lunak
- m. Radio dan Televisi
- n. Riset dan Pengembangan

3) Manfaat Ekonomi Kreatif

Adapun suatu manfaat ekonomi kreatif sebagai berikut ⁴²:

- a. Membuka lapangan pekerjaan baru

Keberadaan ekonomi kreatif dapat menciptakan lapangan kerja karena mendorong kewirausahaan dan penemuan, yang mengarah pada produksi lebih banyak barang baru dan akibatnya kebutuhan tenaga kerja dalam proses produksi.

- b. Mendorong masyarakat jadi lebih kreatif

Orang-orang menjadi lebih kreatif seiring perubahan zaman, yang membuat mereka merasa dituntut untuk melakukannya. Oleh karena itu, memiliki ide akan membantu membentuk masyarakat menjadi individu yang lebih kreatif.

- c. Meningkatkan inovasi diberbagai bidang

Masyarakat akan lebih mudah memenuhi kebutuhannya dan secara tidak langsung akan meningkatkan pemerataan ekonomi di sejumlah bidang yang sudah ada berkat adanya ide atau konsep yang dimiliki dan meningkatkan inovasi di

⁴² Sri Hardianti, Mashud, Muhammad Hasan, “*Ekonomi Kreatif*” (Yayasan Kita Menulis, 2022), hal. 54-55.

berbagai bidang.

d. Menciptakan kompetisi bisnis yang sehat

Pengenalan ide-ide baru dan inovasi dapat menyebabkan persaingan perusahaan yang lebih sehat karena orang akan saling mendukung dan menggunakan ide atau gagasan mereka.

e. Mengurangi angka pengangguran

Tentu saja, seiring dengan pertumbuhan sektor industri ekonomi kreatif, maka membutuhkan sumber daya manusia untuk menurunkan pengangguran.

3. Fashion

Fashion berasal dari bahasa Latin, *factio* yang artinya membuat atau melakukan. Kata asli *fashion* mengacu pada sesuatu yang dikenakan seseorang.⁴³ Fashion merupakan sesuatu bagian dalam hidup manusia yang dikenakan dari penampilan dan gaya keseharian sebagai identitas diri dan sebagai penutup tubuh.⁴⁴ Jadi, Fashion merupakan sesuatu yang dibuat atau dirancang untuk dikenakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari sebagai gaya hidup, cerminan diri pada setiap individu.

Fashion menjadi bagian yang sangat penting dan tidak dapat lepas dari penampilan dan gaya keseharian. Fashion meliputi baju dan aksesoris. Fashion tidak hanya dikenakan sekedar sebagai penutup namun juga sebagai identitas diri setiap individu. Dalam

⁴³ Retno Hendrariningrum, M. Edy Susilo, "Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.6, No.2 (2008): 25.

⁴⁴ Retno Hendrariningrum, M. Edy Susilo, 25.

perkembangan saat ini tren fashion mulai berkembang dengan berbagai macam model dan motif. Dalam hal ini banyak para produsen atau pelaku usaha fashion berlomba untuk membuat barang bukan hanya sekedar fungsi semata, tetapi juga bagaimana barang produksinya dapat mengekspresikan kepribadian si pemakai.

4. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah suatu variabel yang digunakan perusahaan untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen.⁴⁵ Sedangkan menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengarahan, dan pengendalian produk atau jasa, penetapan harga, distribusi dan promosinya dengan tujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarannya.⁴⁶ Jadi, bauran pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh bisnis untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen melalui barang yang diinginkan, harga, distribusi, dan promosi yang mendukung tujuan bisnis.

Berikut strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya adalah sebagai berikut:

1) Strategi Produk

Sebuah perusahaan pertama-tama harus dapat mendefinisikan, memilih, dan membangun produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Produk adalah

⁴⁵ Alvien Septian Haerisma, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran", *jurnal Al-Amwal*, Volume 1, (2018): 96.

⁴⁶ Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, volume 1 Nomor 3, (Juni 2013) : 72.

sesuatu yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁴⁷ Sedangkan menurut Philip Kotler, produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.⁴⁸

Produk dapat mencakup hal-hal seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan banyak lagi. Selain itu, ada layanan atau jasa seperti layanan medis, layanan hotel, layanan pendidikan, layanan sepeda dan perbaikan mobil. Karena persaingan sengit di pasar, merk perusahaan juga berfungsi sebagai identitas. Oleh karena itu, untuk memiliki keunggulan kompetitif bisnis harus berusaha untuk adaptasi produk yang tinggi. Perusahaan harus menyesuaikan produk mereka jika mereka ingin menumbuhkan pasar lokal dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Konsumen menjadi lebih selektif dalam pilihan mereka dan mempertimbangkan beberapa aspek sebelum melakukan pembelian, termasuk kebutuhan, manfaat produk, layanan, dan perbandingan harga. Oleh karena itu, keunggulan produk hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian produk. Menurut Tjipto, keunggulan kompetitif suatu produk adalah salah satu faktor penentu dari suatu kesuksesan produk baru, yang mana kesuksesan produk tersebut diukur

52. ⁴⁷ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2012), hal.

⁴⁸ Kasmir dan Jakfar, hal. 52.

dengan jumlah penjualan produk.⁴⁹ Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi kesempatan atau peluang produk baru antara lain⁵⁰:

- a. Perubahan Ekonomi
- b. Perubahan Sosial dan Budaya
- c. Perubahan Teknologi
- d. Perubahan Politik
- e. Perubahan lainnya

Strategi produk perusahaan dalam mengembangkan produk meliputi⁵¹:

- 1) Penentuan logo dan moto

Logo adalah fitur dari suatu produk, Sementara moto adalah sekelompok kata yang berisi visi dan tujuan perusahaan dalam melayani masyarakat. Logo dan slogan perusahaan harus dibuat dengan hati-hati dan akurat, dan tidak boleh sama dengan yang digunakan oleh bisnis lain.

Karena logo dan moto mempengaruhi konsumen dalam membeli produknya, mereka juga memiliki dampak signifikan pada pembelian.

- 2) Menciptakan merek

Merek merupakan sesuatu hal yang sangat penting

⁴⁹ Cristian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, (2013): hal. 73.

⁵⁰ Kasmir dan Jakfar, 2012, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana), hal. 52.

⁵¹ Kasmir dan Jakfar, hal. 53.

bagi konsumen untuk memahami produk atau layanan yang ditawarkan. Merek dagang adalah nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya. Agar merek dapat dikenal masyarakat, maka dalam penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut:

- a) Mudah diingat
- b) Terkesan hebat dan modern
- c) Mempunyai arti (dalam hal positif)
- d) Menarik perhatian

3) Menciptakan kemasan

Kemasan produk adalah pembungkus suatu produk. Kemasan berfungsi sebagai mempertahankan produk terhadap ancaman atau bahaya. Kualitas, bentuk, warna, dan daya tarik semuanya harus dipertimbangkan saat membuatnya.

4) Keputusan label

Label adalah komponen kemasan produk yang melekat pada produk perusahaan. Penjelasan tentang siapa yang memproduksinya, di mana itu dibuat, kapan dibuat, bagaimana itu digunakan, tanggal kedaluwarsa, isinya, dan rincian lainnya harus disertakan pada label.

2) Strategi Harga

Harga menjadi peran penting dalam operasi bauran pemasaran. Dimana biaya adalah jumlah uang yang dibayarkan

sebagai imbalan atas barang atau jasa. Penetapan harga telah menjadi masalah penting yang perlu ditangani organisasi. Jika harga dipilih secara tidak benar, produk yang ditawarkan akan mengalami efek mematikan dan menjadi tidak dapat dijual. Akibatnya, banyak bisnis mendasarkan strategi penetapan harga mereka pada tujuan yang harus dipenuhi. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan pangsa pasar, menjaga stabilitas harga, dan mencapai laba maksimum.

Langkah-langkah yang digunakan perusahaan dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk yaitu sebagai berikut:

- a) Menentukan tujuan penetapan harga.
- b) Memperkirakan permintaan, biaya dan laba.
- c) Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar.
- d) Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

Adapun tujuan perusahaan dalam melakukan penetapan harga sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup

Dimana tujuan perusahaan adalah menetapkan harga terendah agar barang atau jasa yang diberikan dapat laku di pasar dengan harga murah namun masih dalam kondisi baik.

2. Untuk memaksimalkan laba

Tujuannya adalah ketika penjualan ditingkatkan untuk

meningkatkan laba yang dihasilkan. Dimana harga sering ditentukan dengan membandingkan harga tinggi dan rendah.

3. Untuk memperbesar market share

Pembentukan biaya rendah untuk meningkatkan pelanggan, dan juga diharapkan pelanggan pesaing dapat berpindah ke produk yang ditawarkan.

4. Mutu produk

Penentuan harga digunakan untuk menyampaikan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi atau lebih berkualitas lebih dari pesaing. Ketika perusahaan memberikan harga tinggi, itu perusahaan percaya bahwa produk mereka berkualitas baik dari pesaing.

5. Karena pesaing

Dalam menentukan harga, maka perusahaan akan membandingkan harga dengan harga pesaing. Dengan memastikan bahwa harga yang diberikan tidak melampaui harga pesaing.

Dalam penentuan harga terdapat strategi yang digunakan perusahaan dalam menentukan harga, antara lain⁵²:

a. *Skimming pricing*

Skimming price merupakan penentuan harga awal produk yang ditetapkan perusahaan dengan harga tinggi

⁵² Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana,2012), hal. 53-54.

atau setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa tersebut mempunyai kualitas tinggi.

b. Penetration pricing

Penetration pricing merupakan strategi penetapan harga yang serendah mungkin bertujuan untuk menguasai pasar.

c. Status quo pricing

Status quo pricing merupakan strategi penetapan harga ditetapkan sesuai dengan harga pesaing.

3) Strategi Lokasi dan Distribusi

Distribusi lokasi baik untuk pabrik, gudang, dan kantor utama dan cabang-cabangnya. Selain itu, penentuan lokasi dan layanan tambahan sangat baik, memungkinkan pelanggan untuk menjangkau barang dan jasa ke semua lokasi terdekat dengan mudah. Hasilnya, sarana pendukung dan pemilihan lokasi dapat memberikan semua pelanggan perasaan aman dan nyaman.

Hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi sebagai berikut⁵³:

- a. Dekat dengan kawasan industri.
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran.
- c. Dekat dengan pasar.
- d. Dekat dengan pusat pemerintahan.
- e. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.

⁵³ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2012), hal.

- f. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi
- g. Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dan lain-lain).

Tidak hanya itu terdapat hal yang harus dilakukan dalam penentuan lokasi yaitu antara lain:

1. Lokasi strategis
2. Sesuai dengan target pemasaran
3. Mudah dijangkau
4. *Eye cathing* (menarik dilihat)

Selain itu, ketika memilih teknik dan saluran yang akan digunakan dalam membawa produk ke pasar dengan cara menjangkau target pasar dan menjalankan berbagai fungsi strategi distribusi. Oleh karena itu, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi antara lain:

- a. Pertimbangan pembeli atau faktor pasar

Karakteristik konsumen merupakan faktor untuk memutuskan apakah akan menggunakan strategi distribusi langsung. Dalam hal ini perusahaan akan mempertimbangkan jumlah dan frekuensi pembelian. Selain itu, target pasar konsumen atau pasar industri harus diperhitungkan. Selain itu, juga posisi strategis serta ukuran pasar harus diperhitungkan. Hal ini, salah satu faktor penting yang harus dipertimbangkan perusahaan untuk kehidupan usaha ke depannya.

b. Karakteristik produk

Produk khusus yang kompleks, mahal, didistribusikan melalui saluran langsung yang pendek. dimana saluran distribusi dipengaruhi oleh siklus hidup suatu produk. Produk yang dijual langsung dapat menggunakan layanan perantara selama pengembangannya. Namun, saluran distribusi pendek diperlukan untuk produk yang tidak tahan lama.

c. Faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan

Dimana produsen yang mempunyai sumber daya keuangan, manajerial, dan pemasaran yang besar lebih baik menggunakan saluran langsung. Di sisi lain, usaha kecil dan lemah memanfaatkan layanan perantara dengan lebih baik.

4) Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Keller, promosi digunakan sebagai alat media komunikasi pemasaran yang menggambarkan brand voice untuk dijadikan alat membangun relasi dengan konsumen.⁵⁴ Kegiatan ini sangat penting bagi perusahaan untuk berusaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tujuan promosi yaitu untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan untuk menarik calon konsumen yang baru. Tanpa adanya promosi yang dilakukan perusahaan maka

⁵⁴ Hesty Nurul Utami, Iqbal Fauzi Akbar Firdaus, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis", *Jurnal Ecodemica*, Vo.2, No.1, (2018): 140

konsumen tidak akan mengenal produk yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu, promosi merupakan salah satu cara perusahaan untuk dapat menarik dan mempertahankan konsumennya.

Adapun empat macam sarana promosi yang dapat digunakan diantaranya sebagai berikut⁵⁵:

a. Periklanan (advertising)

Tujuan perusahaan melakukan periklanan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memberitahukan produk yang dimiliki perusahaan, seperti peluncuran produk baru, keuntungan, dan kelebihan produk atau informasi lainnya.
2. Untuk memberitahukan konsumen tentang keberadaan atau keunggulan produk yang ditawarkan.
3. Untuk menarik perhatian dan minat konsumen baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari calon konsumen baru.
4. Mempengaruhi konsumen saingan agar berpindah ke perusahaan yang mengiklankan.

b. Promosi penjualan (sales promotion)

Tujuan promosi penjualan untuk peningkatan

⁵⁵ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2012), hal. 59.

penjualan atau peningkatan pelanggan. Tujuan dari promosi penjualan ini adalah untuk menarik perhatian pelanggan dan membuat mereka membeli barang-barang yang diberikan segera.

c. Publisitas (publicity)

Publisitas adalah jenis kegiatan promosi yang digunakan oleh bisnis untuk menarik pelanggan melalui acara seperti pameran, pekerjaan amal, dan inisiatif lainnya.

d. Penjualan pribadi (personal selling)

Personal selling sering dikenal sebagai private selling yaitu jenis penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjual dan tenaga penjualan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan peneliti yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion batik yang dilakukan oleh pengrajin kain batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion batik yang dilakukan oleh pengrajin kain batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk melalui bauran pemasaran.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif peneliti ingin mengetahui secara langsung strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion batik yang dilakukan oleh pengrajin kain batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi berkembangnya, kemudian peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dengan menggambarkan dan mendeskripsikannya.

Dalam hal ini, jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu jenis penelitian deskriptif. Adapun alasan dipilihnya jenis penelitian adalah karena penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti dan memahami fenomena-fenomena yang ada untuk mendapatkan data yang faktual dan akurat.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan oleh peneliti bertempat di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk, tepatnya di Perumnas Candirejo Megah Blog GG No.

10 Desa Gejagan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena berkembangnya batik khas Nganjuk khususnya kain batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dinilai sangat penting karena industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk merupakan griya kain batik yang berkembang hingga saat ini di Kabupaten Nganjuk yang terkenal dengan pembuatan kain- kain batik khas Nganjuk dengan berbagai motif yang beragam dengan kualitas yang baik dan motif yang penuh dengan filosofi sehingga dapat dilihat usaha pengrajin kain batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini cukup berkembang dan mampu mempertahankan kualitas kain batik yang diproduksi. Dalam hal ini, dapat membantu pemerintah dalam mengembangkan perekonomian melalui ekonomi kreatif bidang fashion batik di Kabupaten Nganjuk melalui Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek peneltian, bagaimana data akan dicari dan dijarang sehingga validitasnya dapat dijamin.⁵⁶ Adapun informan yang akan dipilih yaitu :

1. Pemilik : Sri Suwarsih
2. Bagian Pemasaran dan Humas : Fitria Manggiasih
3. Konsumen : Nur Endah, Siti Nuriyah, Sunarsih

⁵⁶ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 47.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data seperti observasi dan wawancara, yang masing-masing proses tersebut mempunyai peranan penting dalam upaya mendapatkan informasi yang akurat. Berikut pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan dan pencatatan yang dilakukan peneliti secara sistematis terhadap gejala yang muncul pada objek penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan observasi untuk melihat informasi atau data yang muncul dan dilakukan di lapangan.

Teknik observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini yaitu :

- a. Mengenai profil industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.
- b. Letak geografis industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.
- c. Melihat proses produksi yang dilakukan di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan suatu pertanyaan ke informan untuk menggali informasi penelitian terkait masalah penelitian yang akan diteliti. Dalam teknik ini peneliti menggunakan wawancara tak terstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan

datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁵⁷

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman yang hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan, sehingga peneliti tidak banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden. Metode ini, peneliti gunakan untuk memperoleh data secara umum dari pengrajin Kain batik selaku pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk, bagian pemasaran dan konsumen industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion batik yang dilakukan oleh pengrajin kain batik di Griya Batik Sri Siji Nganjuk dan untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion batik yang dilakukan oleh pengrajin kain batik di Griya Batik Sri Siji Nganjuk melalui bauran pemasaran.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵⁸ Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan menjadi lebih terpercaya apabila didukung oleh adanya dokumentasi yang dilakukan.

Dengan menggunakan metode dokumentasi, informasi yang diperoleh peneliti akan semakin mudah dan data yang diperlukan akan semakin valid dan lengkap.

⁵⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2016), 233.

⁵⁸ Sugiono, 240.

Penggunaan metode ini diperlukan peneliti untuk memperoleh data tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif batik yang dilakukan oleh pengrajin kain batik di Griya Batik Sri Siji Nganjuk diantaranya sebagai berikut :

- a. Sejarah industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.
- b. Struktur Organisasi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.
- c. Jumlah karyawan di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.
- d. Dokumen-dokumen lain terkait dengan penelitian tersebut.

E. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif menurut sugiyono adalah penelitian mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan. Dengan ini peneliti menggunakan analisis data yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) dan *conclusion drawing atau verification*.

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu diperlukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan

mencarinya bila diperlukan.⁵⁹ Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka peneliti akan segera melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan.

2. *Data Display (Penyajian Data)*

Setelah data dipilih, maka langkah selanjutnya yaitu menyajikan data. Data yang diperoleh peneliti dari lapangan disajikan dalam bentuk teks narasi. Setelah disajikan, peneliti akan menganalisis data tersebut untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian.

3. *Conclusion Drawing atau Verification*

Setelah melakukan reduksi data dan penyajian data, maka langkah selanjutnya yaitu menarik kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan. Dimana kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.⁶⁰

F. Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitiannya adalah teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber merupakan pengecekan data dengan menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁶¹ Setelah data terkumpul dan sebelum menulis hasil laporan penelitian, maka peneliti harus mengecek data yang telah didapatkan dari hasil observasi dengan hasil wawancara, kemudian membandingkan apa yang dikatakan oleh orang

⁵⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung,: Alfabet, 2016), 247.

⁶⁰ Sugiono, 253.

⁶¹ Sugiono, 273.

didepan umum dan secara pribadi, kemudian peneliti membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan menggunakan apa yang dikatakan orang sepanjang waktu, kemudian peneliti membandingkan keadaan dan perspektif orang tersebut dengan pendapat dan pandangan orang berbeda, dan terakhir membandingkan hasil wawancara tersebut dengan isi dokumen. Dalam hal ini data yang didapatkan dari peneliti dapat diuji keabsahannya dan dapat dipertanggungjawabkan.

G. Tahap-tahap Penelitian

1) Tahap Pra Lapangan

Langkah pertama yang dilakukan peneliti yaitu mencari permasalahan dan mencari referensi terkait dengan tema sebelumnya dengan cara terjun kelapangan. Peneliti mendapatkan gambaran permasalahan mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif batik yang dilakukan oleh pengrajin kain batik di Griya Batik Sri Siji Nganjuk dengan mengangkat judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)”. Adapun tahap pra lapangan sebagai berikut:

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Memilih dan memanfaatkan informasi
- c. Mengurus surat izin penelitian ditempat penelitian
- d. Menyiapkan perlengkapan penelitian

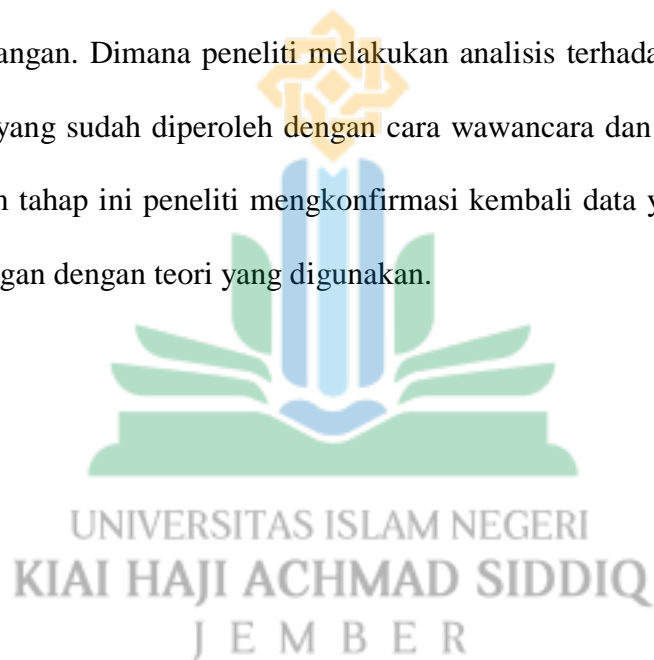
2) Tahap pelaksanaan

Dimana peneliti terjun langsung pada objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan melakukan observasi dan

wawancara ke lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi yang berkaitan strategi pengembangan ekonomi kreatif batik di Griya Batik Sri Siji Nganjuk oleh pengrajin batik, bagian pemasaran dan konsumen Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

3) Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada dilapangan. Dimana peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang sudah diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Maka dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Griya Batik Sri Siji Nganjuk

Latar belakang berdirinya industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini tidak terlepas dari kecintaan pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk terhadap kerajinan batik. Berawal dari hobi atau kecintaan yang dimiliki terhadap seni kerajinan batik sehingga pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk memutuskan untuk memulai memproduksi batik. Pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu bernama Ibu Sri Suwarsih. Menurut ibu Sri Suwarsih, sejak kecil ibu Sri Suwarsih sudah mempunyai keinginan untuk menciptakan batik atau motif batik yang belum pernah dimiliki oleh pembatik lain dengan kata lain *limited edition* atau produk terbatas.⁶²

Pada tahun 1982 setelah menikah, pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk merantau ke Banjarmasin bersama sang suami. Di Banjarmasin pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk bekerja sebagai suplier obat batik. Selain menjadi suplier obat batik, pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk juga mulai membuat batik namun tidak untuk dijual melainkan hanya digunakan sebagai sarana menyalurkan hobi atau kecintaan terhadap seni kerajinan batik di sela-sela menjadi ibu rumah tangga. Batik yang telah dibuat pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk memiliki banyak peminat sehingga

⁶² Hasil wawancara Ibu Sri Suwarsih pada tanggal 04 Desember 2022 pukul 09.30.

pada akhirnya memutuskan untuk memulai memproduksi batik untuk dijual. Dan mulai sejak itu hasil batik yang dibuat sampai diketahui oleh orang dinas di Banjarmasin sehingga pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ditawarkan untuk mengikuti pameran hari jadi Kota Banjarmasin dan ini menjadi pameran pertama kalinya yang diikuti. Dari kegiatan pameran ini semua mulai mengetahui batik yang diproduksi oleh ibu suwarsih di Bnajarmasin namun belum memakai nama Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

Dan pada saat itu suami beliau tidak lama meninggal dan memutuskan untuk pindah pulang ke Jawa yaitu di Kota Nganjuk tepatnya di Perumahan Candirejo Megah No. 10 Blog GG Kecamatan Loceret. Akhirnya pada tahun 1999, ibu Sri Suwarsih memulai lagi memproduksi batik setelah fakum beberapa tahun setelah suaminya meninggal. Ibu Sri Suwarsih memproduksi dengan memulai mengumpulkan beberapa lembar kain motif batik yang diproduksinya. Pada saat itu, di Nganjuk belum ada batik dan ibu Sri Suwarsih memutuskan untuk memulai merintis mengembangkan hobinya terhadap batik untuk dikembangkan di Nganjuk. Ibu Sri Suwarsih merintis dengan membeli baju kaos untuk membuat batik dan mengajari orang-orang di sekitar perumahan untuk membantu dalam memproduksi batik. Dan hasil pembuatan batik dari baju kaos tadi laku terjual dan banyak sekali peminatnya. Akhirnya, ibu Sri Suwarsih memutuskan untuk mencari pemasok kain, dan juga obat batik untuk membuat batik.

Semakin banyaknya peminat konsumen terhadap motif batik yang diproduksi oleh Ibu Sri Suwarsih, maka memutuskan untuk melanjutkan sekolah di Yogyakarta tepatnya di Balai Besar Kerajinan Dan Batik pada tahun 2008. Ibu Sri Suwarsih banyak mendapat ilmu tentang bagaimana membuat batik dengan benar, dengan kualitas yang baik. Dari ilmu yang didapat ibu Sri Suwarsih terapkan pada saat proses produksi. Pada saat itu pemerintahan Kabupaten Nganjuk belum mengetahui bahwa di Nganjuk ada pengrajin batik asli Nganjuk. Mulai mengetahui ketika ada pameran di Yogyakarta Center, dimana dalam pameran tersebut dihadiri banyak para pejabat khususnya para dinas-dinas dari Kabupaten Nganjuk. Dalam pameran tersebut ibu Sri Suwarsih memperkenalkan motif-motif batik khas dari Kabupaten Nganjuk. Dari kegiatan pameran tersebut mulailah dikenal oleh para dinas bahwa di Kabupaten Nganjuk terdapat pengrajin batik khas Nganjuk yaitu Ibu Sri Suwarsih.

Pada akhirnya mulai banyak kunjungan dari dinas Perindustrian dan Pariwisata Kabupaten Nganjuk ke industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dan mengadakan pelatihan untuk pengembangan usaha. Dan juga semenjak dikenal Menurut Ibu Sri Suwarsih, bantuan yang diberikan oleh dinas-dinas terkait Kabupaten Nganjuk sangat membantu dalam pengembangan usahanya dan alhamdulillah masih tetap ada dan berkembang hingga saat ini.⁶³

⁶³ Hasil wawancara Ibu Sri Suwarsih pada tanggal 04 Desember 2022 pukul 09.30.

2. Profil Griya Batik Sri Siji Nganjuk

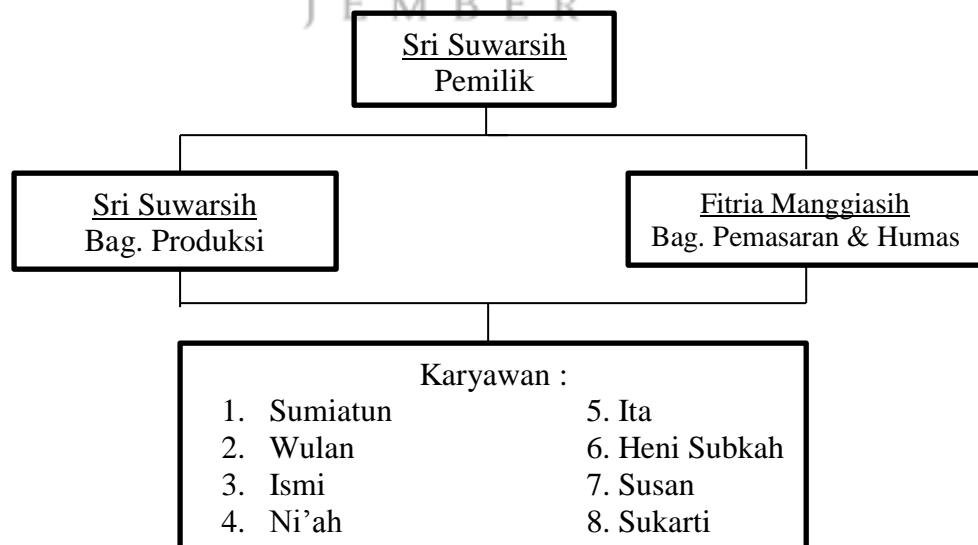
Nama Pemilik : Ibu Sri Suwarsih
 Tanggal Lahir Pemilik : 11 Februari 1957
 Pendidikan Terakhir : SMA
 Nama Usaha : Griya Batik Sri Siji Nganjuk
 Tahun Berdiri : Tahun 1999
 Lama Usaha Berdiri : 23 Tahun
 Luas Tanah Usaha : 10 M2

Ragam Motif Batik Yang Diroduksi :

1. Ragam motif khas Nagnjuk (Prasasti Anjuk Ladang, Batu Jaya Stamba, Nyawiji, Brambang)
2. Ragam motif kuno (Kawung, Mega Mendung, lereng, sulung, grinsing, dan lain-lain)

3. Struktur Organisasi

Bagan 4.1
Struktur organisasi Griya Batik Sri Siji Nganjuk



Sumber : Data Primer

4. Letak Geografis

Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk berada di Perumahan Candirejo Megah Blog GG No.10 Desa Gejagan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. Desa Gejagan merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk.

- a. Utara : Desa Sukorejo
- b. Timur : Desa Candirejo
- c. Barat : Desa Sonopatik
- d. Selatan : Desa Mungkung.

5. Kondisi Pasar

Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk merupakan home industri yang berkecimpung dalam dunia batik yang terkenal dengan motif-motif yang beragam dan penuh dengan filosofi dari Kabupaten Nganjuk. Setiap harinya industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini mampu memproduksi hingga puluhan lembar kain. Ibu Suwarsih mengatakan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mampu memproduksi perharinya bisa 10 sampai 45 lembar kain atau satu bulannya bisa memproduksi sekitar 300 meter hingga 450 meter kain batik. Namun, setelah adanya Pandemi Covid-19 hingga sekarang satu bulan dapat memproduksi sekitar 125 meter kain batik.⁶⁴ Adanya suatu penurunan akibat dampak dari pandemi Covid-19. Namun tidak menyurutkan niat Ibu Sri Suwarsih untuk terus mengembangkan

⁶⁴ Hasil wawancara Ibu Sri Suwarsih pada tanggal 07 Desember 2022 pukul 08.00.

hobinya dalam dunia seni kerajinan batik ini. hingga saat ini ibu Sri Suwarsih masih melayani pesanan yang masuk dari konsumen.

Dalam hal ini membutuhkan karyawan untuk membantu proses pembuatan kain batik hingga sampai pada tangan konsumen. Awal mula industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk merintis mempunyai jumlah karyawan 20 orang. Namun seiring berjalannya waktu terdapat 8 orang yang masih tetap bekerja karena adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan semua aktivitas dibatasi. Ibu Sri Suwarsih mengatakan untuk mempertahankan 8 orang karyawan dimasa pandemi Covid-19 rela untuk memberikan sebagian tabungannya demi kehidupan karyawan dimasa pandemi Covid-19. Hal ini dilakukan untuk menjalin silaturahmi dan kebutuhan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk kedepannya setelah pandemi Covid-19 berlalu.⁶⁵

Dalam hal desain motif masih dari ibu Sri Suwarsih sendiri yang turun tangan karena menurut ibu Sri Suwarsih motif batik merupakan ekspresi dan ide dari jiwa seninya. Untuk karyawan dipercayai membantu dalam tugas bagian menyanting, delujur, lorot dan cuci hingga bagian menggambar. Dalam proses pengerjaannya membutuhkan ketelatenan dan ketelitian dan juga kreativitas untuk menghasilkan kain batik dengan motif ragam warna yang cantik dan khas. Tidak hanya itu, namun juga menggunakan bahan kain yang bagus dan obat batik yang bagus untuk kualitas hasil motif batik. Semua kain motif batik yang diproduksi industri batik Griya Batik Sri

⁶⁵ Hasil wawancara Ibu Sri Suwarsih pada tanggal 04 Desember 2022 pukul 09.30.

Siji Nganjuk selalu menjadi pilihan konsumen. Oleh karena itu, kualitas yang menjadikan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dapat berkembang hingga saat ini.

Dalam hal pemasaran ibu Sri Suwarsih mempercayakan pada salah satu karyawannya yang menjadi bagian marketing industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu ibu Fitria Manggiasih. Ibu Fitria ini tugasnya memasarkan hasil produksi kain batik kepada konsumen melalui media sosial dan juga dengan mengikuti acara pameran di berbagai kota. Hal ini membuktikan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dapat berkembang dengan menjaga kualitas kain batik yang diproduksi mulai dari bahan kain, obat batik hingga kain batik sampai ke tangan konsumen.

Ragam motif yang diproduksi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sangat beragam mulai ragam motif khas Nganjuk dan ragam motif kuno. Untuk ragam motif khas Nganjuk seperti ragam motif parasasti anjuk ladang, nyawiji, batu jaya stamba, brambang dan kincir angin. Sedangkan untuk ragam motif kuno seperti kawung, lereng, sulung dan grinsing. Selain dari kain motif yang diproduksi, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk menjadikan kain batik menjadi fashion yang diminati konsumen. Dengan mengolah kain motif batik menjadi baju, kemeja, dan kaos sesuai dengan permintaan konsumen. dalam hal ini konsumen bisa memesan kain batik sekaligus menjadikan kain batik menjadi fashion.

Adapun dalam perkembangannya, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mengalami perkembangan yang sangat pesat pada tahun 2009. Faktor yang menjadikan pada tahun 2009 merupakan perkembangan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu setelah UNESCO menetapkan batik menjadi warisan budaya kemudian mulailah kantor-kantor Dinas di Nganjuk seperti kantor Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian yang datang ke industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk untuk mengajak pameran di Simpang Lima Gumul Kediri dan di GOR Nganjuk. Dengan mengikuti pameran proses penjualan dan pemasaran batik saat itu menjadi lancar atau banyak batik yang terjual. Selama puluhan tahun dari tahun 2010 sampai tahun 2019 akhir tetap saja tidak menemui hambatan yang dirasa sangat fatal, dalam proses produksi dan penjualan tidak mengalami peningkatan maupun penurunan dengan kata lain dalam kondisi stabil.

Namun, pada tahun 2020 terjadinya pandemi virus Covid-19 yang mengalami usaha industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mengalami penurunan yang sangat drastis. Berdasarkan keterangan Ibu Sri Suwarsih pada saat wawancara mengatakan bahwa hal pertama yang membuat usahanya mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu saat terjadinya pandemi virus Covid-19 yang tak kunjung usai.⁶⁶ Dalam hal ini menyebabkan proses produksi tidak sebanyak sebelum pandemi virus Covid-19. Memproduksi dengan jumlah sedikit hanya

⁶⁶ Hasil wawancara Ibu Sri Suwarsih pada tanggal 07 Desember 2022 pukul 09.30

berdasarkan permintaan konsumen.

Hingga tahun 2022 sampai sekarang, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk masih terdampak namun sedikit mengalami perkembangan setelah adanya dampak pandemi virus Covid-19. Terbuktinya penjualan masih tetap ada, proses produksi masih berjalan dan sedikit mengalami peningkatan. Perharinya bisa memproduksi 5 sampai 10 kain batik bahkan bisa lebih. Saat ini sudah mulai kegiatan-kegiatan dapat digelar, acara-acara pernikahan bisa digelar yang mana biasanya memesan souvenir atau kain batik untuk melengkapi acara spesialnya. Hal ini membuktikan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mampu mempertahankan usahanya walaupun dalam keadaan mengalami penurunan.

B. Penyajian dan Analisis Data

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Setiap penelitian harus disertai dengan metode analisis data yang digunakan sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Pertama, observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

Kedua, wawancara dilakukan secara langsung dengan bertanya kepada narasumber yang dianggap tahu informasi mengenai strategi

pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

Ketiga, dokumentasi dilakukan dengan cara pencatatan selama kegiatan penelitian baik dokumentasi secara manual maupun secara digital yang nantinya dari dokumentasi ini dapat diperoleh data dari rekaman, dan catatan hasil wawancara.

Peneliti berusaha memaparkan gambaran tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk, dengan fenomena dan data yang telah diperoleh di lapangan dan setelah mengalami proses berbagai metode yang digunakan akhirnya sampai pada pembuktian data, karena data yang diperoleh sudah dianggap representatif untuk dijadikan sebuah laporan. Berikut adalah hasil penelitian dan strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

1. Strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)

Dalam hal ini untuk mengetahui upaya strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh pelaku industri Griya Batik Sri Siji Nganjuk maka peneliti mencoba menggali dari pemilik dan bagian pemasaran industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk untuk dilakukan penelitian seperti wawancara serta observasi berkaitan pengembangan batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yang hubungannya dengan ekonomi kreatif.

Menurut ibu Sri Suwarsih, selaku pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk saat wawancara 04 Desember 2022 mengatakan bahwa :

“ Pengembangan batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sudah dilakukan selama 42 tahun lamanya. Diawali semenjak ibu Sri Suwarsih berada di Banjarmasin sampai pindah ke Nganjuk. Yang berawal dari hobi kecintaan terhadap seni kerajinan batik hingga memproduksi untuk dijual dan hingga mempunyai karyawan sampai saat ini masih bertahan untuk memenuhi permintaan konsumen akan kain batik.”

Ditambahkan oleh ibu Fitria Manggiasih selaku bidang pemasaran industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk saat wawancara 08 Januari 2023:

“ Saya bekerja bersama industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mulai tahun 2009. Dimana pada saat itu industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk lagi banyaknya permintaan akan kain batik. Khususnya kain batik motif khas Nganjuk. Mulai dari situ saya bekerja dan kemudian diberi amanah untuk menjadi bagian pemasaran untuk membantu pemasaran kain batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Bagaimana perkembangan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk pada saat itu dibidang berkembang cukup pesat. industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini berdiri berawal dari hobi kecintaan pemilik yaitu ibu Sri Suwarsih terhadap seni kerajinan batik. Dimana orang-orang mulai mengenal dan mengetahui bahwa ada pengrajin kain batik di Kabupaten Nganjuk, berbondong-bondong memesan mulai dari batik tulis sampai batik khas Nganjuk.”

Berdasarkan pernyataan ibu Sri Suwarsih dan ibu Fitria diatas dapat disimpulkan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mampu berkembang hingga saat ini. yang mana berawal dari hanya sekedar hobi kecintaan pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk terhadap kerajinan seni batik yang membuat hobi tersebut dikenal banyak orang dan menjadi pilihan konsumen untuk acara resmi maupun non resmi. Dalam hal ini pastinya terdapat strategi yang

dilakukan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sehingga dapat berkembang hingga sekarang dan menjadi pilihan para konsumen.

Dijelaskan juga oleh ibu Sri Suwarsih pada wawancara 04 Desember 2022 mengatakan bahwa :

“ Dalam mengembangkan usaha itu juga memerlukan suatu keterampilan. Yang mana keterampilan dalam mengidentifikasi, meramal, mampu berinovasi, mampu mengevaluasi usahanya, dan membuat suatu keputusan terkait bahan baku, menetapkan harga, bagaimana cara mempromosikan dengan baik kepada konsumen diluar agar laku terjual dan bagaimana solusinya ketika usaha kita mengalami suatu penurunan. Hal ini harus ada dalam usaha, khususnya di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk selalu saya terapkan.”

Ditambahkan juga oleh ibu Fitria Manggiasih selaku bidang pemasaran pada wawancara 08 Januari 2023 ,menyatakan bahwa :

“Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk belum pernah mengalami suatu keadaan dimana pada pandemi virus Covid-19 mengalami penurunan. Dimana proses produksi tetap berjalan namun tidak sebanyak seperti sebelumnya. Dibalik keadaan ini, kami terus berusaha agar industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini masih tetap memproduksi kain batik dan masih menerima pesanan dari konsumen, oleh karena itu betul apa yang dikatakan ibu Sri Suwarsih keterampilan-keterampilan itu yang mampu membuat usaha batik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk masih tetap bisa bertahan.”

Berdasarkan penjelasan diatas bahwasannya industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk selalu berusaha menerapkan keterampilan-keterampilan sebagai seorang pengusaha yaitu keterampilan dalam mengidentifikasi, meramal, mampu berinovasi, mampu mengevaluasi usahanya, dan membuat suatu keputusan terkait bahan baku, menetapkan harga, bagaimana cara mempromosikan dengan baik kepada konsumen diluar agar laku terjual dan bagaimana solusinya ketika usaha kita mengalami suatu penurunan.

Dalam hal ini untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion batik yang dilakukan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk, maka penulis mencoba mengetahui melalui analisa bauran pemasaran yang dilakukan pada saat wawancara dan juga observasi. Berikut penjelasan pada saat wawancara :

1. Strategi Produk

Berdasarkan wawancara pada 11 Desember 2022, menurut ibu Sri Suwarsih selaku pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk menyatakan bahwa :

“Untuk produk industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk memproduksi sendiri. Dimana menggunakan kain dengan kualitas baik seperti kain sutra premium dan standart, bahan obat batik yang bagus sehingga menghasilkan motif kain batik yang bagus.”

Dilanjut oleh ibu Fitria Manggiasih selaku bagian pemasaran pada wawancara 08 Januari 2023 menyatakan bahwa :

“Setiap proses produksi kain batik selalu adanya konsultasi dengan ibu Sri Suwarsih. Karena, betul-betul ibu Sri Suwarsih menjaga kualitas selama ini. Mulai dari produksi beliau yang pegang dan para karyawannya hingga desain motif kain batik beliau yang desain sendiri.”

Dalam hal ini dikatakan juga oleh salah satu konsumen industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu ibu Siti Nuriyah pada wawancara 08 Januari 2023 mengatakan bahwa :

“Saya menemukan batik khas nganjuk dengan kualitas yang bagus di Griya Batik Sri Siji Nganjuk. kainnya adem ketika digunakan dan mampu menyerap keringat”.

Berdasarkan pernyataan diatas disimpulkan bahwa mulai dari desain hingga proses produksi ibu Sri Suwarsih tetap ikut

mengawasi. Dalam hal ini mulai dari bahan-bahan hingga proses produksi berlangsung cukup diperhatikan oleh pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu ibu Sri Suwarsih.

Dilanjutkan juga pernyataan dari ibu Sri Suwarsih pada saat wawancara pada 04 Desember 2022 mengatakan bahwa :

“Kualitas produk merupakan salah satu kunci dari keberhasilan. Yang mana konsumen puas pasti akan kembali lagi ke toko kita. Jika tidak, maka konsumen kecewa dan hanya sekali saja datang ke toko kita dan tidak akan kembali berkunjung dan membeli produk kita. Dalam hal ini ketelatenan, ketelitian, ketrampilan karyawan diuji. Maka dari itu saya masih ikut turun tangan dalam hal desain hingga produksi.”

Pada wawancara 08 Januari 2023 dari ibu Fitria Manggiasih menyatakan bahwa :

“Memang kualitas yang selalu industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk pertahankan. Dan saya melihat dan tau sendiri bagaimana industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini. Dimana setelah selesai mendesain ibu Sri Suwarsih memberikan desainnya kepada karyawan bagian menggambar. Kemudian, selesai menggambar karyawan harus menunjukkan ke ibu Sri untuk dilihat bagaimana apakah sudah sesuai atau belum. Jika sudah diacc lanjut ke proses penyantingan. Dalam penyantingan ini juga harus ditunjukkan ke ibu Sri hingga pada proses pewarnaan. Oleh karena itu bisa bertahan hingga saat ini. karena kualitas merupakan jalan keberhasilan mempertahankan usaha.”

Berdasarkan uraian diatas disimpulkan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sangat menjaga kualitas dan kepuasan konsumen. Hal ini terlihat bahwa Ibu Sri Suwarsih benar-benar memantau dalam proses produksi harus memerlukan ketelitian, ketelatenan dan kreativitas.

Dilanjutkan juga oleh ibu Sri Suwarsih saat wawancara pada 11 Desember 2022 menyatakan bahwa :

“ Untuk ragam motif kami memproduksi berbagai macam motif diantaranya ada motif batik khas Nganjuk dan motif kuno. Yang mana motif batik khas Nganjuk terdiri dari motif prasasti anjuk ladang, bawang merah, batu jaya stamba, nyawiji, dan kincir angin. Selain itu, untuk motif kuno seperti kawung, lereng, sulung, grinsing.”

Ditambahkan oleh ibu Fitria Manggiasih pada wawancara

22 Januari 2023 menyatakan :

“Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mempunyai banyak ragam motif kain batik yang diproduksi seperti batik khas Nganjuk yaitu brambang, nyawiji, batu jaya stamba, anjuk ladang dan juga ragam motif kuno seperti motif kawung, sulung, grinsing.”

Hal ini juga dikatakan oleh ibu Sunarsih salah satu konsumen industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk pada saat wawancara 22 Januari 2023 mengatakan bahwa :

“Batik di Griya Batik Sri Siji Nganjuk banyak sekali pilihan motif, warna dan bahan. dan bisa custom sesuai dengan permintaan konsumen.”

Berdasarkan uraian diatas disimpulkan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mempunyai ragam motif batik yang diproduksi mulai dari motif ragam batik khas Nganjuk hingga ragam motif batik kuno. Ragam motif batik khas Nganjuk meliputi ragam motif anjuk ladang, batu jaya stamba, brambang, nyawiji dan kincir angin. Selain itu, ragam motif batik kuno seperti ragam motif batik kawung, sulung, grinsing, lereng.

Dilanjutkan pernyataan ibu Sri Suwarsih pada wawancara

11 Desember 2022 menyatakan :

“Semua ragam motif batik yang diproduksi di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sangat diminati konsumen. Terutama ragam motif batik khas Nganjuk yang merupakan icon dari Kabupaten Nganjuk. Ragam motif batik khas

nganjuk ini biasanya digunakan sebagai souvenir dari dinas ketika ada tamu datang, seragam dinas dan sekolah hingga acara pernikahan. Dan tidak hanya kain batik saja namun juga mengolah kain ini menjadi kaos, kemeja, dan baju.”

Ditambahkan oleh ibu Fitria Manggasih dalam wawancara

22 Januari 2023 menyatakan :

“Banyak sekali ragam motif yang diminati para konsumen industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Yang paling diminati itu motif khas Nganjuk seperti motif brambang, batu jaya stamba, anjuk ladang. Biasanya dibuat untuk souvenir para tamu dari dinas, seragam sekolah, seragam dinas bahkan acara pernikahan. Saru lagi, kain-kain batik yang sudah diproduksi di Griya Batik Sri Siji Nganjuk diolah dijahit menjadi baju, kaos, dan kemeja ”

Dikatakan juga oleh ibu Nur Endah salah satu konsumen

Griya Batik Sri Siji Nganjuk pada wawancara 22 Januari 2023

mengatakan bahwa :

“Di Griya batik Sri Siji Nganjuk melayani pesanan baju, kemeja dan kaos dari kain batik yang diproduksi. Hal ini sesuai dengan permintaan konsumen.”

Berdasarkan uraian diatas menjelaskan bahwa ragam motif yang diproduksi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yang paling diminati yaitu ragam motif batik khas Nganjuk. Adapun ragam motifnya yaitu ragam motif brambang, anjuk ladang, batu jaya stamba, nyawiji, kincir angin. Ragam motif batik khas Nganjuk sangat diminati karena sebagai seragam sekolah, seragam dinas, souvenir acara pernikahan. Tidak hanya kain batik yang diproduksi melainkan juga mengolah kain batik tersebut menjadi baju, kaos dan kemeja sesuai dengan permintaan konsumen akan kain batik. Oleh karena itu, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk terkenal dengan pengrajin kain batik khas Nganjuk.

Wawancara pada 4 Desember 2022 oleh ibu Sri Suwarsih mengatakan bahwa :

“ Untuk nama dari industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini belum menggunakan nama ini pada awal merintis. Namun menggunakan “Nusantara Indah”. Yang mana pada saat mulai banyak dikenal orang dari dinas menyarankan untuk segera membuat surat izin usaha. Pada saat itu mengajukan nama “Nusantara Indah” namun ditolak oleh pengadilan dikarenakan nama tersebut sudah ada yang memakai yang bergerak dibidang spre. Dan hal ini juga disarankan oleh dinas untuk mengganti. Dan akhirnya terinspirasi dengan nama Griya Batik Sri Siji Nganjuk.”

Ditambahkan wawancara oleh ibu Fitri Manggiasih pada 08 Januari 2023 menyatakan bahwa :

“Iya dulu belum memakai nama Griya Batik Sri Siji Nganjuk namun Nusantara Indah. Dimana kesulitan untuk surat izin usaha hanya karena nama tersebut sudah digunakan oleh usaha di Surabaya yang bergerak dibidang spre. Namun, sekarang sudah berganti dengan nama Griya Batik Sri Siji Nganjuk.”

Berdasarkan uraian penjelasan diatas bahwa dahulu ibu Sri Suwarsih dalam merintis usaha belum memakai nama Griya Batik Sri Siji Nganjuk melainkan dengan nama Nusantara Indah. Namun, sekarang sudah memakai nama Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

Dilanjutkan pernyataan ibu Sri Suwarsih saat wawancara 11 Desember 2022 menyatakan bahwa :

“Alhamdulillah, selama kurang lebih 48 tahun saya bergelut dengan batik, dalam proses produksi saya tidak ada kendala apapun. Mulai dari desain saya sendiri yang turun tangan hingga proses produksi pada saat pewarnaan saya juga ikut turun tangan. Dan dibantu oleh para karyawan dibagian masing-masing. Jadi, tidak ada kendala.”

Ditambahkan juga oleh ibu Fitria Manggiasih pada saat wawancara 22 Januari 2023 menyatakan :

“Bahwasannya tidak ada kendala ya dalam hal produksi ini. mulai dari bahan juga tidak ada permasalahan karena ibu Sri Suwarsih sendiri sudah mempunyai reseller kain dan juga obat. Jadi, aman semua. Namun, yang perlu itu seharusnya terdapat pelatihan untuk mengolah limbah air batik hasil sisa produksi. Untuk limbah organik dari proses pewarnaan alami masih bisa ditangani. Namun, untuk limbah pewarnaan dari obat yang mengandung kimia kami masih belum faham betul. Semoga dari dinas juga memberikan pelatihan kami tentang hal tersebut.”

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan bahwa dari industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sendiri tidak ada kendala dari segi proses produksi. Namun, yang menjadi permasalahan yaitu belum ada pelatihan khusus dari dinas kepada industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk terkait dengan pengolahan limbah sisa hasil proses produksi yang dari bahan obat batik yang ada zat kimia. Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk berharap dari dinas ada pelatihan khusus terkait hal tersebut.

2. Strategi Harga

Berdasarkan wawancara 11 Desember 2022 oleh ibu Sri Suwarsih selaku pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk menyatakan :

“ Dalam hal harga ya saya melihat kondisi pasar. Dimana industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk di berada di Kabupaten Nganjuk, jadi harus disesuaikan dengan kantong masyarakat di Nganjuk. Hal ini harga mulai dari 55.000 sampai 1.000.000 lebih. Yang mana harga 55.000 sampai 300.000 ini dengan bahan kain biasa, harga ini untuk kaos dan kain batik prima. Berbeda dengan yang harga 500.000 sampai 1.000.000 lebih ini menggunakan kualitas premium

dengan bahan kain sutra.”

Dari ibu Fitria Manggiasih menambahkan pada saat wawancara 22 Januari 2023 menyatakan :

“Harga yang ditawarkan sangat bervariasi ya. Mulai dari harga 55.000 hingga 1.000.000 juta lebih. Yang mana harga 1.000.000 lebih untuk kain batik premium, hal ini juga mempertimbangkan tingkat kesulitan dari kain batik yang dipesandan menggunakan bahan kain sutra. Dan juga untuk harga segitu pasti juga disertai menjual seni ya. Karena dalam membuat motif batik membutuhkan kreatifitas yang penuh. Dan harga 55.000 ini dengan bahan kain biasa, namun juga memperhatikan tingkat kesulitan dari motif batik yang diminta konsumen.”

Hal ini juga dikatakan oleh ibu salah satu konsumen Griya Batik Sri Siji Nganjuk pada wawancara 08 Januari 2023 mengatakan bahwa :

“Harganya cukup terjangkau dan beragam mulai dari 55.000 sesuai dengan kualitas kain batik.”

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk cukup beragam harganya. Mulai dari 55.000 untuk kaos batik dan kain batik prima dengan menggunakan kain biasa atau sutra berkualitas rendah, hingga harga mencapai 1.000.000 untuk kain batik premium dengan bahan kain sutra. Harga yang ditawarkan cukup beragam karena melihat kondisi pasar di Kabupaten Nganjuk dan juga tingkat kesulitan pada saat proses produksi kain batik. Jadi, tidak hanya asal menentukan harga saja, melainkan dengan mempertimbangkan beberapa hal.

3. Strategi Lokasi dan Distribusi

Berdasarkan wawancara oleh ibu Sri Suwarsih pada 11

Desember 2022 menyatakan :

“Untuk lokasi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk berada di Perumnas Candirejo Megah bloh GG No. 10 Desa Gejagan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. Dimana industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk berada didalam perumahan. Untuk lokasi aslinya kurang strategis dan tempat produksinya pun kecil. Namun, tidak mempersulit dalam pemasaran dan juga produksi. Dimana orang-orang banyak yang mengenal dan lokasinya pun mudah untuk ditemukan.”

Dilanjutkan oleh ibu Fitria Manggiasih pada saat wawancara 22 Januari 2023 menyatakan bahwa :

“Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini tempatnya kita mengetahui kurang strategis ya. Berada didalam perumahan. Tapi tidak membuat kita sulit dalam hal memasarkan produk dan juga produksi. Dina-dinas lembaga Kabupaten nganjuk pun sudah mengetahui dan langsung berkunjung kesini. Begitu juga dengan konsumen langsung datang ke tempat kami.”

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwasannya lokasi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk berada di Perumnas Candirejo Megah blog GG No. 10 Desa Gejagan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. Dan dilihat lokasi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk kurang strategis, dimana berada di dalam perumahan. Namun, tidak menjadi permasalahan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dalam hal pemasaran dan juga proses produksi. Banyak para dinas-dinas Kabupaten Nganjuk dan para konsumen yang langsung datang ke industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk.

Ditambahkan oleh ibu Sri Suwarsih pada saat wawancara

11 Desember 2022 menyatakan :

“Target pasar kami yaitu para kantor dinas di Kabupaten Nganjuk dan kantor dinas diluar kota Nganjuk, masyarakat Kabupaten Nganjuk dan masyarakat diluar Kabupaten Nganjuk, dan juga sekolah-sekolah di Kabupaten Nganjuk”

Kemudian, ditambahkan juga oleh ibu Ftria Manggiasih

pada wawancara 22 Januari 2023 menyatakan :

“Target pasar kami pastinya seluruh msyarakat Kabupaten Nganjuk, dinas-dinas Kabupaten Nganjuk dan luar Nganjuk, dan juga masyarakat yang ada diluar Kabupaten Nganjuk, dan juga sekolah-sekolah di Kabupaten Nganjuk”

Berdasarkan uraian penjelasan diatas dapat disimpulkan

bahwa Target pasar industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu para kantor dinas di Kabupaten Nganjuk dan kantor dinas diluar kota Nganjuk, masyarakat Kabupaten Nganjuk dan masyarakat diluar Kabupaten Nganjuk, dan juga sekolah-sekolah di Kabupaten Nganjuk.

Dikatakan juga oleh ibu Sri Suwarsih dalam wawancara 11

Desember 2022 mengatakan bahwa :

“Untuk pemasaran kami melakukan sendiri dibantu bagian pemsaran dan juga dibantu oleh Dinas Perindustrian dan Pariwisata. Untuk konsumen yang berada didalam Kota Nganjuk kami dapat mengantarnya ke rumah konsumen ketika tidak sedang ada pekerjaan, juga ada konsumen yang langsung mengambil di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. dan untuk konsumen diluar kota Nganjuk kami menggunakan jasa ekspedisi seperti JNT, JNE, dan Kantor POS untuk mengantar ke tempat konsumen.”

Ditambahkan juga oleh ibu Fitria Manggiasih saat

wawancara 22 Januari 2023 menyatakan :

“Kami melayani konsumen dengan senang hati ya. Misal kami tidak sibuk ada produksi, kami mengantarkan

langsung ke rumah konsumen dan juga konsumen bisa datang langsung ke industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk untuk mengambil pesenannya itu untuk yang berada di kota Nganjuk. Nah, untuk yang diluar kabupaten Nganjuk.”

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk melayani konsumennya dengan baik. Dimana industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk melayani mengantarkan pesenan kain batik ke rumah konsumen langsung ketika tidak ada pekerjaan memproduksi. Dan juga konsumen dapat langsung ke industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk untuk mengambil pesenannya. Ini berlaku untuk konsumen yang berada di dalam kota Nganjuk. Sedangkan yang berada di luar kota Nganjuk industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk menggunakan jasa ekspedisi seperti JNT, JNE dan Kantor POS untuk mengantarkan pesenan hingga sampai ketangan konsumen dengan baik.

Pada wawancara 11 Desember 2022 dikatakan oleh ibu Sri Suwarsih yaitu :

“Dalam hal memproduksi kami masih menggunakan alat tradisional seperti canting, dan bahan berupa malam atau lilin. Untuk pewarnaan kami menggunakan pewarna alami dan pewarna sintesis atau buatan. Untuk proses pewarnaan masih mengandalkan musim sedangkan musim sendiri masih tidak menentu. Kendalanya itu.”

Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk masih menggunakan alat tradisional dalam proses produksi. Alat yang digunakan berupa canting, dan bahan seperti lilin atau malam. Dan juga pada saat

proses pewarnaan bergantung pada musim atau dapat dikatakan sinar matahari untuk mengeringkan. Dan kendalanya musim terkadang tidak menentu sehingga terkadang menghambat proses pewarnaan.

4. Strategi Promosi

Berdasarkan wawancara pada 11 Desember 2022 oleh ibu Sri Suwarsih menyatakan bahwa :

“Terkait promosi kain batik itu dilakukan oleh ibu Fitri Manggiasih, merupakan salah satu karyawan saya bagian pemasaran. Untuk promosi kami menggunakan media sosial salah satunya dan juga melalui dinas Perindustrian dan Pariwisata yang membantu misal ada pameran kita disuruh ikut seperti itu.”

Dilanjutkan oleh ibu Fitri Manggiasih selaku bagian pemasaran pada saat wawancara 22 Januari 2023 menyatakan :

“ Untuk promosi saya yang handle. Melalui media sosial seperti website, Facebook dan Instagram. Dan juga dibantu oleh dinas Perindustrian dan Pariwisata kabupaten Nganjuk misal terdapat pameran kami selalu diundang untuk mengikuti acara pameran tersebut.”

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya terkait pemasaran produk industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dilakukan oleh ibu Fitri Manggiasih selaku karyawan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk bagian pemasaran. Pemasaran produk-produksi kain yang batik yang diproduksi dipasarkan melalui media sosial seperti website, Facebook dan Instagram. Tidak sampai disitu, dinas Perindustrian dan Pariwisata turut ikut serta dalam hal pemasaran produk-produk kain batik yang diproduksi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu ketika ada acara pameran-pameran industri batik

Griya Batik Sri Siji Nganjuk diundang untuk ikut memasarkan produknya dipameran. Dalam hal ini sangat membantu industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dalam memepluas pasarnya.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini akan dibahas temuan-temuan tentang Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk. untuk mengetahui data tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk maka peneliti memperoleh data tersebut dari wawancara, pengamatan, dan dokumentasi.

Data yang diperoleh bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk argumentasi dan dokumentasi. Dalam bentuk argumentasi antara lain, yaitu informasi yang diperoleh dari pemilik dan bagian pemasaran industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk serta data yang diperoleh dari hasil pengamatan yang dilakukan. Sedangkan untuk dokumentasi, peneliti memperoleh data strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk antara lain melalui foto-foto yang didokumentasikan.

1. Strategi Pengembangan

Strategi merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu.⁶⁷ Strategi adalah rencana yang difokuskan pada masa depan yang jauh dan memungkinkan organisasi untuk berinteraksi dengan lingkungannya dalam lingkungan yang

⁶⁷ Saida Zainurossalamia Z.A, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*, (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), hal.31.

kompetitif untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi yang bersangkutan.⁶⁸ Pengembangan ialah suatu serangkaian perubahan yang dilakukan untuk menjaga agar organisasi tetap dalam kondisi yang stabil ketika harus menghadapi perubahan yang terjadi dilingkungannya.⁶⁹ Pengembangan adalah untuk memberi karyawan keterampilan yang dibutuhkan perusahaan di masa depan.⁷⁰ Dalam hal ini, strategi pengembangan adalah rencana yang digunakan untuk menghadapi pencapaian tujuan perusahaan serta menangani masalah yang mungkin timbul di masa depan.

Sedangkan dilapangan, strategi pengembangan yang dilakukan oleh industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sudah dilakukan selama 42 tahun lamanya. Diawali semenjak ibu Sri Suwarsih berada di Banjarmasin sampai pindah ke Nganjuk. Yang berawal dari hobi kecintaan terhadap seni kerajinan batik hingga memproduksi untuk dijual dan hingga mempunyai karyawan sampai saat ini masih bertahan untuk memenuhi permintaan konsumen akan kain batik. Khususnya permintaan akan kain batik Khas Nganjuk. Ibu Sri Suwarsih terus berusaha mempertahankan kualitas selama ini dengan menggunakan bahan kain berkualitas bagus yaitu kain sutra premium dan kain biasa dengan kualitas bagus. Dan juga menggunakan bahan obat batik untuk pewarnaan yang dapat menghasilkan motif kain batik yang bagus dan indah. Hal ini untuk mencapai tujuan yaitu untuk

⁶⁸ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hal.17.

⁶⁹ Dickdick Sodikin, Djaka Permana, suhenda Adia, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Paradigma Baru* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), Hal. 32.

⁷⁰ Kaswan, *Pelatihan Dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Kinerja SDM* (Bandung: Alfabeta, 2016) hal. 3

kepuasan konsumen. Jadi, antara teori strategi pengembangan dengan strategi pengembangan yang dilakukan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sama.

Berbeda dengan penelitian terdahulu oleh Ayu Sukmawati tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui pasar pangkok Desa Selarang Kasugihan Cilacap yang mana menemukan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif menggunakan kreativitas budaya, kreativitas teknologi dan pengembangan makanan tradisonal yang secara efektif menerapkan dan menerapkan kreatifitas dan inovasi.

Menurut Hastuti, dalam strategi pengembangan, harus mempunyai keterampilan-keterampilan sebagai berikut :

a. Keterampilan identifikasi

Pada proses ini analisis strategi memerlukan identifikasi yang bertujuan untuk memastikan apakah semua elemen-elemen penting dalam strategi telah diperhitungkan dengan baik. Oleh karena itu, perlu adanya identifikasi mengenai bagaimana langkah-langkah ke depan apakah elemen- elemen sudah sudah baik atau belum. Elemen-elemen disini yaitu dalam menetapkan harga, bahan baku, promosi yang dilakukan, sumber daya manusia, tempat usaha dan strategi pemasaran yang digunakan. Sedangkan dilapangan, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sangat memperhatikan semua mulai dari proses produksi seperti menggambar, menyanting, hingga proses pewarnaan selalu diperhatikan.

Sehingga mampu menghasilkan kain batik yang bagus dengan kualitas baik, awet dan tahan lama. Tidak hanya itu, dalam hal harga juga industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mampu melihat kondisi pasar pasaran. Untuk promosi juga mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media sosial. Dalam sumber daya manusia, industri batik Griya Batik Sri Nganjuk sangat memperhatikan berapa jumlah karyawan yang harus dibutuhkan. Sampai strategi pemasaran yang digunakan terdapat bagian pemasaran yang ditunjuk oleh ibu Sri Suwarsih sebagai sarana pemasaran kain batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Jadi antara teori dengan praktik lapangan sama.

b. Kemampuan peramalan

Dimana sebagai pelaku usaha memastikan prediksi-prediksi strategis dalam memperhitungkan masa depan usaha yang dijalankan. Sedangkan dilapangan, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mampu mempertahankan usahanya ketika adanya pandemi Covid-19 yang melanda sejak tahun 2020. Keadaan tersebut membuat industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mengalami penurunan yang sangat drastis namun tidak fatal. Yang mana, adanya pandemi Covid-19 industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk masih melakukan produksi kain batik namun memperoleh pesanan tidak sebanyak sebelum adanya pandemi Covid-19. Bagaimana pun keadannya ibu Sri Suwarsih tetap mempertahankan para karyawannya agar industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk

masih tetap memproduksi. Jadi antara teori dengan praktek dilapangan sama.

c. Kemampuan inovasi

Suatu kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi akan produk barang atau jasa yang dijalankan. Sedangkan dilapangan, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk selalu melandasi pekerjaan selama proses produksi memang membutuhkan inovasi. Dalam mendesain, menggambar, hingga proses pewarnaan membutuhkan inovasi yang dilakukan. Dan tidak sampai disitu, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk tidak hanya memproduksi kain batik saja namun mengolah kain batik menjadi kaos, kemeja dan souvenir seperti dompet, tempat alat make up dan lain sebagainya. Jadi antara teori dengan praktek di lapangan sama.

d. Kemampuan evaluasi

Evaluasi sangat perlu dilakukan untuk memastikan apakah pencapaian target sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan di lapangan, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk selalu mengevaluasi dari kinerja-kinerja yang sudah dilakukan. Dimana ibu Sri Suwarsih ikut turun tangan langsung untuk melihat kinerja yang dilakukan karyawan, apakah gambarnya sudah benar, rapi dan apakah sudah sesuai. Begitu juga pada saat proses penyantingan hingga proses pewarnaan. Jadi antara teori dengan praktek lapangan sama.

e. Kemampuan membuat keputusan

Dimana pengambilan keputusan ini berkaitan dengan pilihan strategi yang akan dipilih. Strategi yang dipilih harus berdasarkan hasil evaluasi, bertujuan untuk memastikan kemampuan menghadapi masa depan yang tidak pasti. Oleh karena itu, perusahaan harus sangat mempertimbangkan hasil keputusan tersebut.⁷¹ Sedangkan dilapangan, yang dilakukan oleh ibu Sri Suwarsih untuk menggaji para karyawan pada saat kondisi pandemi Covid-19. Dimana rela mengeluarkan tabungannya untuk tetap menggaji karyawan dengan tujuan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk masih akan tetap membutuhkan karyawan kedepannya selama pandemi Covid-19 dan seterusnya. Tidak ada karyawan maka tidak akan adanya proses produksi batik di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Jadi, antara teori dengan praktek dilapangan sama.

2. Ekonomi Kreatif J E M B E R

Ekonomi kreatif yaitu suatu kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual.⁷² Sedangkan menurut Menteri Pariwisata, Ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari suatu kreatifitas sumber daya manusia dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan

⁷¹ Nasfi Dkk, “*Strategi Pengembangan Bisnis: Teori Dan Implementasi*” (Jakarta: Tahta Media Group,2021), 105.

⁷²Suryana, “*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*”, (Jakarta: Salemba Empat,2013), hal. 4.

teknologi.⁷³ Jadi, ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi didasari oleh kreativitas individu dengan memanfaatkan pengetahuan serta teknologi. Sedangkan dilapangan, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk merupakan ekonomi kreatif yang berkecimpung didunia fashion yaitu fashion batik. Yang mana industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dalam proses produksi membutuhkan ide dan kreatifitas untuk membuat motif kain batik yang beragam, cantik, dan kualitas bagus.

3. Fashion

Fashion berasal dari bahasa Latin, *factio* yang artinya membuat atau melakukan. Kata asli *fashion* mengacu pada sesuatu yang dikenakan seseorang.⁷⁴ Fashion merupakan sesuatu bagian dalam hidup manusia yang dikenakan dari penampilan dan gaya keseharian sebagai identitas diri dan sebagai penutup tubuh.⁷⁵ Jadi, Fashion merupakan sesuatu yang dibuat atau dirancang untuk dikenakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari sebagai gaya hidup, cerminan diri pada setiap individu.

Fashion menjadi bagian yang sangat penting dan tidak dapat lepas dari penampilan dan gaya keseharian. Fashion meliputi baju dan aksesoris. Fashion tidak hanya dikenakan sekedar sebagai penutup namun juga sebagai identitas diri setiap individu. Dalam perkembangan saat ini tren fashion mulai berkembang dengan berbagai

⁷³ Sri Hardianti, Mashud, Muhammad Hasan, “*Ekonomi Kreatif*”, (Yayasan Kita Menulis,2022),hal. 52.

⁷⁴ Retno Hendrariningrum, M. Edy Susilo, “Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.6, No.2,(2008): 25.

⁷⁵ Retno Hendrariningrum, M. Edy Susilo, 25.

macam model dan motif. Dalam hal ini banyak para produsen atau pelaku usaha fashion berlomba untuk membuat barang bukan hanya sekedar fungsi semata, tetapi juga bagaimana barang produksinya dapat mengekspresikan kepribadian si pemakai.

Dalam hal ini, di lapangan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk memenuhi permintaan konsumen seiring dengan perkembangan tren fashion. Yang mana industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk tidak hanya memproduksi ragam kain motif batik saja, melainkan mengolah kain batik tersebut menjadi berbagai fashion seperti baju, kemeja, hingga kaos. Jadi, industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk tidak hanya melayani pemesanan ragam kain motif kain batik namun juga melayani pemesanan fashion seperti baju, kemeja hingga kaos dari kain batik yang diproduksi.

4. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran adalah suatu variabel yang digunakan perusahaan untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen.⁷⁶ Sedangkan menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengarahan, dan pengendalian produk atau jasa, penetapan harga, distribusi dan promosinya dengan tujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarannya.⁷⁷ Jadi, bauran pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh bisnis untuk memahami

⁷⁶ Alvien Septian Haerisma, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran", *jurnal Al-Amwal*, Volume 1, (2018): 96.

⁷⁷ Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, volume 1, Nomor 3, (Juni 2013): Hal. 72.

kebutuhan dan keinginan konsumen melalui barang yang diinginkan, harga, distribusi, dan promosi yang mendukung tujuan bisnis. Berikut strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Strategi Produk

Sebuah perusahaan pertama-tama harus dapat mendefinisikan, memilih, dan membangun produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Produk adalah sesuatu yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁷⁸ Sedangkan menurut Philip Kotler, produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.⁷⁹ Sedangkan di industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yang mulanya hanya memproduksi kain batik, namun seiring berjalannya waktu dengan permintaan konsumen industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk juga memproduksi kain batik menjadi baju atau kaos, dan juga souvenir. Sudah banyak ragam motif kain batik yang diproduksi oleh industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk diantaranya ragam motif khas Nganjuk dan ragam motif kuno. Ragam motif kain batik khas Nganjuk antara lain ragam motif brambang, nyawiji, batu jaya stamba, kincir angin, prasasti anjuk ladang. Sedangkan ragam motif kuno seperti kawung, sulung, lereng, grinsing. Dari semua ragam

52. ⁷⁸ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2012), hal.

⁷⁹ Kasmir dan Jakfar, 52.

motif yang diproduksi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sendiri yang mendesain yaitu ibu Sri Suwarsih. Dimana menurut ibu Sri Suwarsih hal tersebut merupakan suatu ekspresi dan ide dari jiwa seninya.

Dari semua ragam motif yang diproduksi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yang banyak diminati konsumen yaitu ragam motif khas Nganjuk. Peminatnya dari dinas-dinas Kabupaten, sekolah-sekolah dan juga masyarakat yang mempunyai acara pernikahan sebagai seragam atau souvenir. Dan banyak diminati juga produk fashion dari industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk seperti baju, kemeja hingga kaos yang berasal dari kain motif batik yang diproduksi.

Dalam hal ini, semua ragam motif kain batik yang diproduksi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk sangat menjamin kualitasnya. Dimana mulai dari kain yang digunakan sampai bahan obat yang digunakan. Bahkan pada saat proses produksi, ibu Sri Suwarsih ikut turun tangan. Kain yang digunakan pun juga berkualitas yaitu kain sutra premium dan kain biasa dengan kualitas bagus. Tidak sampai disitu, obat pewarna sintesis atau pewarna alami yang digunakan juga kualitas bagus sehingga membuat kain batik yang diproduksi nyaman saat dipakai, awet dan tahan lama. Jadi, antara teori dengan praktek lapangan sama.

2. Strategi Harga

Harga menjadi peran penting dalam operasi bauran

pemasaran. Dimana biaya adalah jumlah uang yang dibayarkan sebagai imbalan atas barang atau jasa. Penetapan harga telah menjadi masalah penting yang perlu ditangani organisasi. Jika harga dipilih secara tidak benar, produk yang ditawarkan akan mengalami efek mematikan dan menjadi tidak dapat dijual. Sedangkan dalam industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk cukup beragam harganya. Mulai dari 55.000 untuk kaos batik dan kain batik prima dengan menggunakan kain biasa atau sutra berkualitas rendah, hingga harga mencapai 1.000.000 untuk kain batik premium dengan bahan kain sutra. Harga yang ditawarkan cukup beragam karena melihat kondisi pasar di Kabupaten Nganjuk, dan dilihat dari bahan yang digunakan serta tingkat kesulitan pada saat proses produksi kain batik. Jadi, tidak hanya asal menentukan harga, melainkan dengan mempertimbangkan beberapa hal. Berdasarkan penjelasan diatas bahwa antara teori dengan praktek lapangan sama.

3. Strategi Lokasi dan Distribusi

Distribusi lokasi baik untuk pabrik, gudang, dan kantor utama dan cabang-cabangnya. Selain itu, penentuan lokasi dan layanan tambahan sangat baik, memungkinkan pelanggan untuk menjangkau barang dan jasa ke semua lokasi terdekat dengan mudah. Lokasi industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk berada di Perumnas Candirejo Megah blog GG No. 10 Desa Gejagan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. Dan dilihat lokasi Griya

Batik Sri Siji Nganjuk kurang strategis, dikarenakan berada di dalam perumahan namun dekat dengan perkotaan. Hal ini tidak menjadi permasalahan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dalam hal pemasaran dan juga proses produksi. Banyak para dinas-dinas Kabupaten Nganjuk dan para konsumen yang memesan baik secara langsung datang ke industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk maupun melalui online dengan menghubungi kontak person industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk. Diketahui target pasar industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu para kantor dinas di Kabupaten Nganjuk dan kantor dinas diluar kota Nganjuk, masyarakat Kabupaten Nganjuk dan masyarakat diluar Kabupaten Nganjuk, dan juga sekolah-sekolah di Kabupaten Nganjuk.

Dalam pendistribusian produk industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk melayani konsumennya dengan baik. Dimana industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk melayani konsumen dengan mengantarkan pesanan kain batik ke rumah konsumen langsung ketika tidak ada pekerjaan memproduksi. Dan juga konsumen dapat langsung ke Griya Batik Sri Siji Nganjuk untuk mengambil pesenannya, hal ini berlaku untuk konsumen yang berada di dalam kota Nganjuk. Sedangkan yang berada di luar kota Nganjuk menggunakan jasa ekspedisi seperti JNT, JNE dan Kantor POS untuk mengantarkan pesanan hingga sampai ketangan konsumen dengan baik.

Dalam proses produksi industri batik Griya Batik Sri Siji

Nganjuk masih menggunakan alat tradisional dalam proses produksi. Alat yang digunakan berupa canting, dan bahan seperti lilin atau malam. Dan juga pada saat proses pewarnaan bergantung pada musim atau menggunakan sinar matahari untuk mengeringkan. Dan kendalanya musim terkadang tidak menentu sehingga terkadang menghambat proses pewarnaan. Jadi, antara teori dengan praktek lapangan sama.

4. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Keller, promosi digunakan sebagai alat media komunikasi pemasaran yang menggambarkan *brand voice* untuk dijadikan alat membangun relasi dengan konsumen.⁸⁰ Untuk pemasaran produk industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dilakukan oleh ibu Fitria Manggiasih selaku karyawan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk bagian pemasaran. Pemasaran produk kain yang batik yang diproduksi dipasarkan melalui media sosial seperti website, Facebook dan Instagram. Tidak sampai disitu, dinas Perindustrian dan Pariwisata turut ikut serta dalam hal pemasaran produk-produk kain batik yang diproduksi Griya Batik Sri Siji Nganjuk yaitu ketika ada acara pameran-pameran Griya Batik Sri Siji Nganjuk diundang untuk ikut memasarkan produknya dipameran. Dalam hal ini sangat membantu Griya Batik Sri Siji Nganjuk dalam memperluas pasarnya.

Jadi, yang menjadi faktor utama perkembangan Griya Batik

⁸⁰ Hesty Nurul Utami, Iqbal Fauzi Akbar Firdaus, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis", *Jurnal Ecodemica*, Vo.2, No.1, (2018):140.

Sri Siji Nganjuk yaitu hobi dari pemilik industri Griya Batik Sri Siji Nganjuk. karena rasa cintanya terhadap seni kerajinan batik yang mendorong pemilik industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk untuk mendirikan industri dan memproduksi batik. Dan juga tidak sampai situ, pemerintah daerah juga ikut berperan dalam perkembangan industri batik Griya batik Sri Siji Nganjuk, seperti membawa industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mengikuti berbagai pameran di Jakarta dan Yogyakarta, seluruh keperluan seperti penginapan dan lain-lain ditanggung oleh Pemerintah Daerah Nganjuk.⁸¹

Dalam hal ini juga dilakukan oleh penelitian terdahulu oleh Mega Krisdayanti tentang analisis strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif (studi kasus pada sentra kerajinan tangan anjorok di Kabupaten Kepulauan Selayar) yang mana dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif yang dilakukan dengan memaksimalkan produksi cinderamata dengan ragam yang berbeda, mengembangkan usaha dengan bantuan modal dari pemerintah, serta mempertahankan keunikan produk untuk menguasai pasar, dan juga memaksimalkan promosi agar lebih menjangkau konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar selalu memberikan kesan yang baik kepada pembeli.

Adapun kendala-kendala yang selama ini yang dihadapi oleh industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk selama proses

⁸¹ Hasil wawancara Ibu Sri Suwarsih pada tanggal 11 Desember 2022 pukul 09.30

produksi menurut ibu Sri Suwarsih yaitu sebagai berikut :

1. Keterbatasan lahan tempat untuk menyimpan atau untuk menjemur kain batik yang masih setengah jadi.
2. Cuaca yang tidak menentu menyebabkan kain batik yang masih setengah jadi dapat dihinggapi hewan-hewan kecil yang dapat merusak kualitas kain batik.
3. Karyawan yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga cenderung kurang maksimal dalam pengerjaan batik.⁸²



⁸² Hasil wawancara Ibu Sri Suwarsih pada tanggal 05 Februari 2023 pukul 09.30

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran pada Griya Batik Sri Siji Nganjuk dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dilihat perkembangan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk cukup berkembang hingga mampu mempertahankan kualitas kain batik yang diproduksinya dan harga yang cukup beragam. Industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk memproduksi beragam motif diantaranya ragam motif batik khas Nganjuk dan ragam motif batik kuno. Untuk ragam motif batik khas Nganjuk meliputi ragam motif batik prasasti anjuk ladang, brambang, batu jaya stamba, nyawiji, dan kincir angin. Sedangkan ragam motif kuno meliputi ragam motif kawung, sulung, lereng, dan grinsing. Untuk motif yang banyak diminati yaitu ragam motif batik khas Nganjuk. industri Griya Batik Sri Siji Nganjuk ini terkenal akan kualitas dari motif kain batik yang diproduksinya yang adem, awet dan tahan lama. Untuk harga kain batik diharga mulai dari Rp 55.000 sampai Rp 1.000.000. Dalam hal pemasaran produk juga melalui media sosial seperti facebook, website, dan Instagram. Dalam pendistribusian produk industri batik Sri Siji Nganjuk melayani pengantaran pesanan ke rumah konsumen langsung untuk konsumen yang berada di dalam kota Nganjuk, sedangkan yang berada diluar kota Nganjuk menggunakan jasa ekspedisi seperti JNT, JNE dan Kantor POS.

Faktor utama yang berpengaruh atau pendukung dalam industri batik

Griya Batik Sri Siji Nganjuk adalah rasa cintanya pemilik batik terhadap kerajinan batik dan pemerintah daerah juga yang mendukung industri batik ini dengan mengikut sertakan industri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk dalam acara pameran dan pelatihan membatik. Sedangkan kendala yang dihadapi indutsri batik Griya Batik Sri Siji Nganjuk adalah sebagai berikut : keterbatasan lahan tempat untuk menyimpan atau untuk menjemur kain batik yang masih setengah jadi, cuaca yang tidak menentu menyebabkan kain batik yang masih setengah jadi dihinggapi hewan-hewan kecil yang dapat merusak kualitas kain batik, dan juga karyawan yang terdiri dari ibu rumah tangga cenderung kurang maksimal dalam pengerjaan batik.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam pembahasan skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya

Jika penelitiannya sejenis, baik sesuai dengan tema maupun tempat penulis menyarankan untuk menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan atau sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan dilakukan.

2. Bagi pemerintahan Daerah

Pemerintah Daerah diharapkan untuk ikut serta dalam mengembangkan potensi-potensi pembatik daerah dan lebih mempromosikan lagi kain batik asli daerahnya, agar batik khas daerah lebih dikenal luas keberadaannya dan juga diharapkan memberikan

pelatihan khusus secara detail mengenai proses produksi hingga sampai pengolahan limbah batik.

3. Bagi masyarakat

Diharapkan bagi masyarakat atau generasi muda sekarang untuk lebih meningkatkan kecintaanya terhadap batik, setidaknya mau belajar membuat batik dan bangga mengenakan batik khususnya batik motif khas Nganjuk serta turut berperan serta dalam melestarikan batik.



DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, Zul Asfi Arroyhan. “*Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)*”. Jurnal Tansiq, Vol. 1, No. 2, 2018.
- Dwiyarningsih, Fera Agus. 2021. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Industri Kerajinan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari, Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas)”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Agama Islam Negeri Purwakerta.
- Haerisma, Alvien Septian. “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran*”. Jurnal Al-Amwal, Volume 1, 2018.
- Hardianti, Sri, Mashud, Muhammad Hasan. “*Ekonomi Kreatif*”. Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Hendrariningrum, Retno, M. Edy Susilo, “*Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi*”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.6, No.2, 2008.
- Intruksi Presiden No.6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Kaswan. *Pelatihan Dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Kinerja SDM*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Krisdayani, Mega, Dkk. “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar)*”. Indonesian Journal of Social and Education Studies, Vol. 1, No. 1, 2020.
- Mari Elka Pangestu. “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*” berdasarkan hasil Konvesi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008.
- Nasfi, Dkk. *Strategi Pengembangan Bisnis: Teori Dan Implementasi*. Jakarta: Tahta Media Group, 2021.
- Retiwiranti, Murni. “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Budidaya Tanaman Biofarmaka Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Saida Zainurossalamia Z.A. *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020.

- Saputri, Rina Utari. “Strategi Social Enterpreneurship Dalam Pengembangan Eonomi Kreatif Berbasis Local Wisdom (Studi Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok “Melati”Plaju Kota Palembang)”. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Srwijaya, 2019.
- Selang, Christian A.D. “*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*”. Jurnal EMBA, volume 1 Nomor 3, 2013.
- Setyani, Ugin. “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novitha Di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponorogo”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Siregar,Raudhi Ahmad Azizi. “*Strategi Pengembangan Usaha Fashion Lokal Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Medan*”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Sumatera Utara Medan, 2021.
- Sodikin, Dickdick, Djaka Permana, suhenda Adia. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Paradigma Baru*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet. 2016.
- Sukmawati, Ayu. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Panggok Desa Slarang Kesugihan Cilacap”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerta, 2021.
- Suryana. “*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*”. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Tadjuddin, Nur Mayasari. “*Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo*”. Dinamis, Journal of Islamic Management and Bussiness, Vol. 2, No.1, 2019.
- Tim Penyusun IAIN Jember. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2019.
- Utami, Hesty Nurul, Iqbal Fauzi Akbar Firdaus. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis*”. Jurnal Ecodemica, Vo.2, No.1. (2018).
- Purnomo, Rochmat Aldy, “*Ekonomi Kreatif Pilar Pengembangan Indonesia*”. Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016.

[2019-tumbuh-5-52-persen.html](https://www.bps.go.id/indicator/52/210/1/laju-pertumbuhan-ekonomi.html), diakses pada 08 Januari 2023 pukul 11.10

<https://nganjukkab.bps.go.id/indicator/52/210/1/laju-pertumbuhan-ekonomi.html>
diakses pada 08 Januari 2023 pukul 11.12

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen-.htm>, Diakses pada 08 Januari 2023 pukul 11.00

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021,02/-5/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>, Diakses pada 08 Januari 2023 pukul 10.50.





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Binti Nur Hayati

NIM : E20192013

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)” secara keseluruhan adalah hasil kajian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 19 Juni 2023



Binti Nur Hayati
E20192013



MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BIDANG FASHION MELALUI BAURAN PEMASARAN (STUDI KASUS GRIYA BATIK SRI SIJI NGANJUK)	1. Strategi Pengembangan 2. Ekonomi Kreatif 3. Fashion 4. Bauran Pemasaran	a. Pengertian Strategi Pengembangan b. Keterampilan-Keterampilan Dalam Strategi Pengembangan a. Pengertian Ekonomi Kreatif b. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif c. Jenis Ekonomi Kreatif d. Manfaat Ekonomi Kreatif a. Pengertian Fashion a. Pengertian Bauran Pemasaran b. Macam Bauran Pemasaran	1. Data Primer : a. Observasi b. wawancara c. dokumentasi 2. Data Sekunder : a. Kepustakaan b. Buku c. Jurnal d. Skripsi	1. Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif 2. Teknik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 3. Teknik analisis Data : a. Reduksi Data b. Penyajian Data c. Penarikan Kesimpulan 4. Triangulasi Data	1. Bagaimana Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)?



		<p>Sumber :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi, 2020, Saida Zainurossalamia2. Manajemen Stratejik, 2011, Sondang P. Siagian,3. Dickdick Sodikin, Djaka Permana, suhenda Adia, Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Paradigma Baru, 2017, Dickdick Sodikin,4. Ekonomi Kreatif, 2022, Sri Hardianti, Mashud, Muhammad Hasan5. Studi Kelayakan Bisnis, 2012, Kasmir dan Jakfar			
--	---	---	--	--	--

PEDOMAN PENELITIAN

1. Fokus : Bagaimana Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)?
 - a. Bagaimana strategi pengemangan ekonomi kreatif bidang fashion batik di Griya Batik Sri Siji Nganjuk?
 - b. Bagaimana strategi produk yang dilakukan oleh Griya Batik Siji Nganjuk terhadap fashion batik yang diproduksi?
 - c. Bagaimana strategi harga yang ditawarkan Griya Batik Sri Siji Nganjuk kepada konsumen terhadap batik yang diproduksi?
 - d. Bagaimana strategi lokasi dan distribusi yang dilakukan oleh Griya Batik Sri Siji Nganjuk?
 - e. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Griya Batik Sri Siji Nganjuk terhadap batik yang diproduksi?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B-1191 /Un.22/7.a/PP.00.9/10/2022 25 Oktober 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala Griya Batik Sri Siji Nganjuk
Perumnas Candirejo Megah Blog GG, No. 10,
Ds. Gejagan, Kec. Loceret, Kabupaten Nganjuk

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Binti Nur Hayati
NIM : E20192013
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Sri Suwarsih
Jabatan : Pemilik Griya Batik Sri Siji Nganjuk

Dengan ini menyatakan mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Binti Nur Hayati
NIM : E20192013
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Griya Batik Sri Siji Nganjuk terhitung mulai 04 Desember 2022 sampai 22 Januari 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BIDANG FASHION MELALUI BAURAN PEMASARAN (STUDI KASUS GRIYA BATIK SRI SIJI NGANJUK)".

Demikian surat keretangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Nganjuk, 16 April 2023

Pemilik Griya Batik Sri Siji Nganjuk



JURNAL PENELITIAN KEGIATAN

Judul : Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)


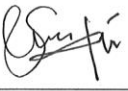

NO.	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	TTD
1.	Minggu, 04 Desember 2022	Wawancara dengan Ibu Sri Suwarsih	
2.	Minggu, 11 Desember 2022	Wawancara dengan Ibu Sri Suwarsih	
3.	Minggu, 08 Januari 2023	Wawancara dengan Ibu Fitria Manggiasih	
4.	Minggu, 22 Januari 2023	Wawancara dengan Ibu Fitria Manggiasih	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Judul : Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)

NO.	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	TTD
1..	Minggu, 08 Januari 2023	Wawancara dengan Ibu Siti Nuriyah	
2.	Minggu, 22 Januari 2023	Wawancara dengan Ibu Sunarsih	
3.	Minggu, 22 Januari 2023	Wawancara dengan Ibu Nur Endah	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-07.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/04/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Binti Nur Hayati
NIM : E20192013
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya Batik Sri Siji Nganjuk)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 06 April 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Binti Nur Hayati

NIM : E20192013

Semester : 8 (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 05 April 2023
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DOKUMENTASI PENELITIAN



Dokumentasi wawancara dengan ibu Sri Suwarsih selaku pemilik Griya Batik Sri Siji Nganjuk mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya batik Sri Siji Nganjuk)



Dokumentasi wawancara dengan ibu Fitria Manggiasih selaku bagian pemasaran Griya Batik Sri Siji Nganjuk mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Griya batik Sri Siji Nganjuk)



Dokumentasi kegiatan produksi Griya Batik Sri Siji Nganjuk



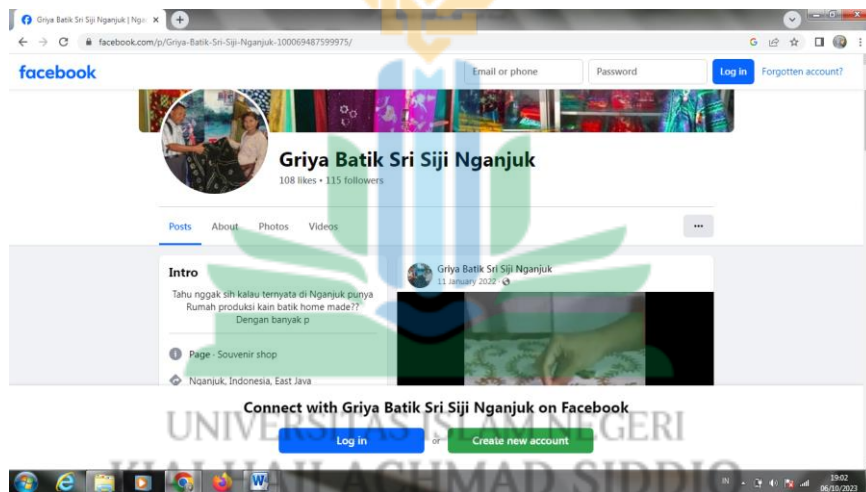
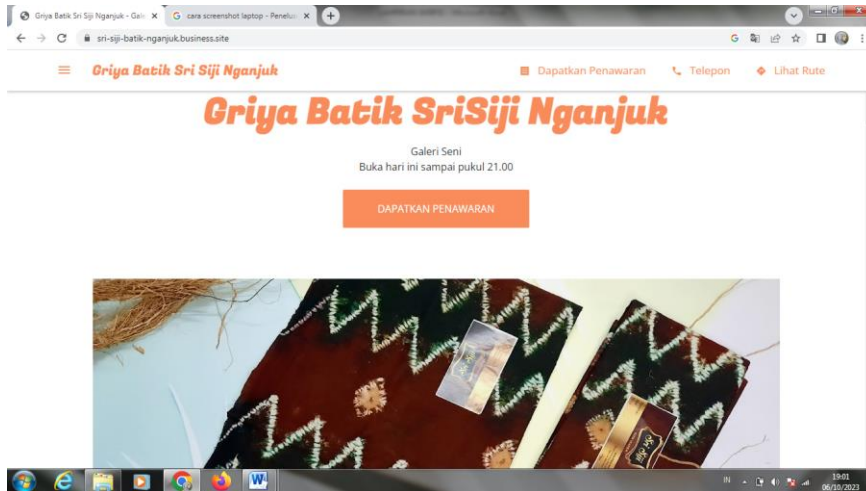
Dokumentasi Tempat Produksi Griya Batik Sri Siji Nganjuk



Dokumentasi kain Motif Batik Khas Nganjuk oleh Griya Batik Sri Siji Nganjuk



Dokumentasi Produk Griya Batik Sri Siji Nganjuk



Media Sosial Website dan Facebook Griya Batik Sri Siji Nganjuk

BIODATA PENULIS



Nama : Binti Nur Hayati
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 31 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Kalimantan, RT/RW: 04/02, Ds. Bodor,
Kec. Pace, Kab. Nganjuk, Jawa Timur
Agama : Islam
No. HP : 082139072162
Alamat Email : bintinurhayati076@gmail.com

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

RIWAYAT PENDIDIKAN : J E M B E R

SD/MI : SDN BODOR 1
SMP/MTs : SMP NEGERI 2 PACE
SMA/MA/SMK : SMKN 2 NGANJUK
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember