

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING
PADA TOKO LAZARUS BATIK JEMBER**

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Oleh:

Muhammad Hasan Basri
NIM: E20192211

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING
PADA TOKO LAZARUS BATIK JEMBER**

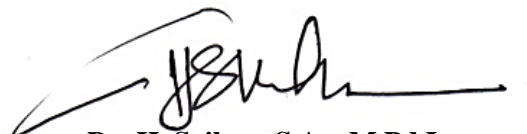
SKRIPSI

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



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

Disetujui Pembimbing :



Dr. H. Saihan, S.Ag, M.Pd.I.
NIP. 1971072722002121003

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING
PADA TOKO LAZARUS BATIK JEMBER**

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 : Senin
Tanggal : 18 November 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. H. Munir Is'adi, S.E., M.Akun.
NIP. 1975060522011011002

Ravika Mutiara Savitrah, S.E., M.S.Ak.
NIP. 199204062020122008

Anggota :

1. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, M.Si
2. Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M., Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

قَالَ نَكِّرُوا لَهَا عَرْشَهَا نَنْظُرْ أَتَهْتَدِي أَمْ تَكُونُ مِنَ الَّذِينَ لَا يَهْتَدُونَ ﴿٤١﴾

Artinya:

Dia (Sulaiman) berkata, “Rubahlah baginya singgasananya; maka kita akan melihat apakah dia mengenal; atukah dia termasuk orang-orang yang tidak mengenal(nya).”(QS.An-Naml, Ayat 41)¹



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

¹Departemen Agama Republik Indonesia Al-Qur'an Al Karim Dan Terjemahnya (Semarang: PT. Karya Toha Putra 1996).

PERSEMBAHAN

Segala puji dan rasa syukur yang sangat mendalam kepada Allah SWT. Dengan segala keridhoan-Nya yang telah memberikan nikmat yang tak terhingga kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah saya. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sucipto dan Ibu Nur Imamah, terimakasih atas dukungan baik moral maupun material, kasih sayang yang tulus, dan doa yang tak pernah putus.
2. Seluruh guru SD, SMP, MAN, guru mengaji dan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
3. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan seluruh dosen UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah ikhlas meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmu kepada penulis.
4. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Ekonomi Syariah 5 angkatan 2019 yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu selama perkuliahan di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Sahabat-sahabat saya yang telah berbagi ilmu, memberikan semangat, serta saling berbagi cerita suka maupun duka.

KATA PENGANTAR



Segala puja dan puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW sebagai nabi akhir zaman, beserta keluarga, sahabat-sahabat, yang berkat kegigihan dan keikhlasan beliaulah kita dapat menikmati indahny iman dan islam.

Selanjutnya sebagai makhluk yang diciptakan dengan keterbatasan oleh sang maha sempurna Allah SWT, maka begitu pula dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kesalahan-kesalahan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang ada dalam diri penulis. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang memberikan fasilitas memadai selama kami menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang memberikan arahan dan bimbingan dalam program perkuliahan yang kami tempuh..
3. Dr. M. F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang selalu membimbing kami dalam perkuliahan.

4. Sofiah M.E selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah yang juga selalu memberikan semangat dan membimbing kami dalam perkuliahan.
5. Dr. Ika Nur Mauliyah, M.Ak selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang memberikan arahan dan bimbingan dalam program perkuliahan yang kami tempuh.
6. Dr. H. Saihan, S.Ag, M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan keteladanan meluangkan waktu dan memberikan pemikirannya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi dan juga telah merestui pembahasan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan serta staf dan karyawan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pelayanannya.
8. Pihak Toko Lazarus Batik Jember khususnya Ibu Nur selaku kepala toko dan Bapak Junaidi Tallap selaku kepala operasional yang telah memberikan izin untuk penelitian dan memberikan informasi yang dibutuhkan.
9. Segenap pihak yang tidak mungkin disebutkan, atas bantuannya baik moral maupun material secara langsung atau tidak dalam penyelesaian skripsi ini.

Tiada balasan yang dapat penulis ungkapkan selain do'a dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT senantiasa mempermudah dan membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada saya. Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti mengharap kritik dan

saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberi manfaat pada para pembaca. Amin.

Jember, 13 Desember 2023

Muhammad Hasan Basri
NIM : E20192211



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

ABSTRAK

Muhammad Hasan Basri, H. Saihan, 2024: *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember.*

Kata Kunci: Industri Kreatif, Daya Saing

Persaingan Bisnis Global dari tahun ketahun semakin ketat dengan berbagai macam jenis persaingan usaha. Bisnis persaingan global adalah ibaratnya memasuki perang tanding disuatu arena. Para pelaku usaha / businessman dan manajer pemasaran dalam era globalisasi memasuki suatu era persaingan total. Kemampuan daya saing masyarakat dalam tuntutan globalisasi membuka peluang bagi dunia bisnis untuk tumbuh menjadi makin berkualitas dengan efisiensi dan tentunya kompetitif fungsi bisnis yang berkepentingan dalam menunjang adaptasi itu dengan lingkungan eksternal adalah pemasaran (*marketing*).

Persaingan global menuntut kemampuan daerah untuk memproduksi secara efisien agar dapat bertahan. Efisiensi memicu pemikiran kreatif, yang pada gilirannya dapat menghasilkan ide-ide kreatif. industri kreatif yang identik dengan ekonomi kreatif kini dianggap memiliki kontribusi yang sangat penting bagi perekonomian daerah.

Fokus Penelitian pada skripsi ini yaitu 1) Bagaimana strategi pengembangan industri kreatif di Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember? 2) Apasaja faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?

Tujuan Penelitian yaitu 1) Untuk menganalisis strategi pengembangan industri kreatif di Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember, 2) Untuk menganalisis apasaja faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember dalam mengembangkan industri kreatif untuk meningkatkan daya saing.

Untuk mengidentifikasi fokus penelitian tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field resech* (penelitian lapangan). Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Adapun hasil penelitian ini yaitu dalam meningkatkan daya saing adalah dengan meningkatkan jumlah hasil produksi barang maupun jasa yang ada di Toko Lazarus Batik Jember, mengubah tatanan produk di dalam toko setiap satu minggu sekali, serta mengunggah produk ke media sosial, yang memiliki tujuan untuk mengenalkan produk toko Lazarus kepada konsumen secara luas dan agar memudahkan konsumen mudah mengetahui produk terbaru dari Toko Lazarus Batik Jember.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
LAMPIRA-LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah	8
1. Strategi	9
2. Pengembangan	9
3. Industri Kreatif	9
4. Daya Saing	9
F. Sistematika Pembahasan	9

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	25
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian.....	55
B. Lokasi Penelitian.....	56
C. Subjek Penelitian.....	56
D. Teknik Pengumpulan Data.....	56
E. Analisis Data	58
F. Keabsahan Data.....	60
G. Tahap-tahap Penelitian.....	61
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	63
A. Gambaran Objek Penelitian	63
B. Penyajian Data Dan Analisis.....	68
C. Pembahasan Temuan.....	73
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Toko Batik di Kabupaten Jember	3
Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	22



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

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik penelitian
2. Pernyataan keaslian tulisan
3. Jurnal penelitian
4. Surat izin penelitian
5. Surat selesai penelitian
6. Surat selesai bimbingan
7. Surat keterangan lulus plagiasi
8. Pedoman wawancara
9. Foto Dokumentasi Penelitian
10. Biodata Penulis



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan Bisnis Global dari tahun ketahun semakin ketat dengan berbagai macam jenis persaingan usaha. Bisnis persaingan global adalah ibaratnya memasuki perang tanding disuatu arena. Para pelaku usaha / businessman dan manajer pemasaran dalam era globalisasi memasuki suatu era persaingan total. Mereka itu memasuki suatu era dimana memenangkan persaingan akan menjadi makin sulit dalam persaingan yang ketat. Kemampuan daya saing masyarakat dalam tuntutan globalisasi membuka peluang bagi dunia bisnis untuk tumbuh menjadi makin berkualitas dengan efisiensi dan tentunya kompetitif fungsi bisnis yang berkepentingan dalam menunjang adaptasi itu dengan lingkungan eksternal adalah pemasaran (*marketing*).²

Persaingan global menuntut kemampuan daerah untuk berproduksi secara efisien agar dapat bertahan. Efisiensi memicu pemikiran kreatif, yang pada gilirannya dapat menghasilkan ide-ide kreatif. industri kreatif yang identik dengan ekonomi kreatif kini dianggap memiliki kontribusi yang sangat penting bagi perekonomian daerah. Dan keberadaannya merupakan bagian yang tidak terpisahkan.

Ekonomi Kreatif akan menjadi trend ekonomi dunia dalam beberapa tahun mendatang. Stagnasi pertumbuhan ekonomi dan degradasi lingkungan

² Tetty Yuliaty, "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong", *Journal Management, Business, And Accounting*, Vol. 19, No. 3, (Desember, 2020):294.

yang semakin mengkhawatirkan, mendorong seluruh dunia untuk lebih mengedepankan kreativitas dalam berkehidupan ekonomi yang memaksimalkan nilai tambah dari suatu produk barang dan jasa dalam rangka keberlanjutan kehidupan dan peradaban manusia.³

Industri kreatif di Indonesia semakin berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan data dari laporan OPUS Ekonomi Kreatif 2020, subsektor ekraf berkontribusi sebesar Rp1.211 triliun kepada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Angka tersebut merupakan peningkatan dari tahun 2019 yang berkontribusi sebesar Rp1.105 triliun.⁴

Menurut kementerian perdagangan RI, ruang lingkup industri kreatif meliputi periklanan, arsitektur, pasar seni, kerajinan, desain, mode (*fashion*), film dan fotografi, permainan interaktif, music, pementasan kesenian, percetakan dan penerbitan, jasa computer dan perangkat lunak, televisi dan radio, serta penelitian dan pengembangan.⁵ Dalam hal ini toko Lazarus batik jember bergerak di sektor model (*fashion*) dan Industri batik Indonesia umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang menjadi bagian dari mata pencaharian masyarakat. Usaha mikro, kecil dan menengah adalah usaha yang mampu memperluas kesempatan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat, serta mampu berpartisipasi dalam proses pemerataan, meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan.

³ Ria Arifianti, "Activation Of Creative Sub-Economic Sector In Bandung City", *Jurnal Adbispreneur*, Vol. 2, No. 3, (Desember, 2017):201.

⁴ Rifqi Renanda, " Industri Kreatif Dan Kontribusinya Dalam Perekonomian Indonesia", 23 Februari 2023, <https://Greatdayr.Com/Id-Id/Blog/Industri-Kreatif>.

⁵ Intruksi Presiden RI, No.06 Tahun 2009, tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Dalam UU Perindustrian No. 3 Tahun 2014 Pasal 1 Pasal 2 Industri adalah kegiatan ekonomi dalam pengelolaan bahan baku yang digunakan berdasarkan sumber daya industri untuk menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat yang lebih besar, termasuk jasa industri.⁶

Jember merupakan salah satu daerah yang aktif mengembangkan industri batik. Kabupaten Jember sendiri terkenal dengan daerah produksi tembakaunya, sehingga banyak pengusaha batik di Jember yang memproduksi batik dengan motif tembakau yang menjadi ciri khas Jember. Seiring berjalannya waktu, industri batik Kabupaten Jember semakin berkembang. Adanya nilai ekonomi yang tinggi dan semangat untuk melestarikan batik membuat banyak orang terjun ke dalam bisnis batik. Salah satunya adalah Rumah Industri Batik Lazarus.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, Toko penghasil Batik di jember tercatat sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Toko Batik di Kabupaten Jember

No	Nama Toko	Alamat
1	Toko Lazarus Batik Jember	Jl. Gajah Mada, No.285, Kaliwates Kidul, Kec. Kaliwates
2	Toko Batik Jember Murah	Jl. S Parman, Gang 10 Perumahan Greenland Semeru Tahap 2, Tegal Boto Kidul, Sumbersari, Kec. Sumbersari.
3	Toko Batik Rolla	Jl. Mawar, No.75, Krajan, Jember Lor, Kec. Patrang.
4	Toko Isatana Batik	Jl. Diponegoro, Tembaan, Kepatihan, Kec. Kaliwates.

⁶ Undang-Undang RI, No 03 Tahun 2014, tentang Perindustrian.

No	Nama Toko	Alamat
5	Toko Lucky Gallery Batik	Jl. Perumahan Gn. Batu, No. D 9A, Gumuk Kerang, Sumpersari, Kec. Sumpersari.
6	Toko Griya Batik Pekalongan	Jl. Mawar, No. 58, Tegal Rejo, Jember Lor, Kec.Patrang
7	Toko Rumah Batik Bagus	Jl. Mt Haryono, Karang Baru, Karang Rejo, Kec. Sumpersari.
8	Toko Fakhri Batik	Tegal Boto Lor, Sumpersari, Kec. Sumpersari.
9	Toko Batik Motif Jember	Jl. Mawar, No.58, Krajan, Jember Lor, Kec. Patrang.
10	Toko Batik Karimata	Jl. Karimata, Gumuk Kerang, Sumpersari, Kec. Sumpersari.
11	Toko Batik Notonegoro	Jl. Mt Haryono, No.139, Krajan, Wirolegi, Kec. Sumpersari.
12	Toko Griya Batik Barata	Mayang, Sumber Pinang, Tegal Waru, Kec. Mayang

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di Toko Lazarus Batik Jember, Lazarus adalah salah satu toko produsen baju batik yang ada di jember, mayoritas konsumennya adalah masyarakat yang berpenghasilan menengah ke atas. Lazarus memiliki keunikan dalam mengimplementasikan strateginya untuk menarik kosumen, mereka memperhatikan *layout* dari kain itu sendiri, sebisa mungkin tampilan mereka selalu berubah 2-3 hari, hal itu dilakukan karena untuk memberikan pemandangan yang berbeda dimata konsumen sehingga kesan monoton dan konsumen dapat di atasi dengan baik.

Ada beberapa hal yang di lakukan toko Lazarus Batik Jember dalam melakukan strategi pengembangan industri kreatifnya yaitu dengan melayani setiap konsumen tanpa batas waktu, selama konsumen tidak puas dengan pelayanan, maka konsumen dengan leluasa menyampaikan keluhan mereka, dan sebisa mungkin pihak lazarus akan melayani dengan sebaik-baiknya tanpa

ada penambahan biaya, sehingga konsumen tidak akan dirugikan saat ada yang tidak sesuai dengan keluhan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, inovasi produk juga menjadi salah satu strategi dalam menciptakan keutamaan di pasar Toko Lazarus Batik Jember menjadikan inovasi produk sebagai suatu keharusan untuk memenangkan persaingan. Sedangkan faktor penghambat yang ada di Lazarus Batik Jember yaitu kurangnya pemanfaatan teknologi dalam memproduksi produk serta mendesain produk dan memasarkan produk untuk lebih di kenal lagi oleh konsumen.

Strategi pengembangan industri kreatif bertujuan untuk para konsumen agar tertarik untuk menggunakan produk dan jasa yang akan digunakan secara terus menerus dengan membandingkan nilai dan manfaat yang diterimanya hal ini dapat menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan daya saing.

Lazarus Batik Jember memiliki keunggulan di banding dengan toko batik lain nya dan merupakan toko batik paling terkenal di jember dengan kualitas yang bagus, lazarus adalah salah satu toko dari sekian toko batik yang masih bertahan di era persaingan dengan market place. Alasan tersebut yang menjadikan peneliti memiliki keinginan untuk melakukan penelitian tentang pengembangan industri kreatif untuk meningkatkan daya saing yang inovatis dan kreatif di Toko Lazarus Batik Jember. Strategi pengembangan industri kreatif yang dilakukan oleh Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing yang mampu memenuhi permintaan konsumen dalam bentuk model apapun sesuai keinginan konsumen sehingga memiliki daya tarik tersendiri

untuk dapat diteliti lebih jauh. Hal ini nantinya juga diharapkan akan menjawab bagaimana strategi pengembangan industri kreatif untuk meningkatkan daya saing pada toko lazarus batik jember yang berada di Jl. Gajah Mada, No. 285 Kaliwates Kidul, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur, sehingga penulis mengangkat sebagai pokok permasalahan dalam penelitian yang berjudul: “STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA TOKO LAZARUS BATIK JEMBER”

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian proposal ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang di dituangkan dalam bentuk kalimat tanya, dan karena penelitian beranjak dari sebuah kasus atau permasalahan yang berada di masyarakat maka penelitian ini lebih memfokuskan pada fokus penelitian di bawah ini :

1. Bagaimana strategi pengembangan industri kreatif di Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?
2. Apasaja faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?

C. Tujuan Penelitian

Memecahkan masalah merupakan sebuah tujuan yang harus dilakukan, berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan penelitian dari penulis ini adalah :

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan industri kreatif di Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember
2. Untuk menganalisis apasaja faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember dalam mengembangkan industri kreatif untuk meningkatkan daya saing

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah melakukan penelitian. Kegunaan secara teoritis dan secara praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi, dan bagi masyarakat secara keseluruhan.

Penggunaan penelitian harus realistis. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dengan diadakannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat memberikan ilmu, wawasan, dan dapat dijadikan sebagai acuan serta memberikan manfaat yang luas tentang Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dapat memberikan ilmu, wawasan serta memberikan pengembangan dan memperdalam pengetahuan peneliti selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam mengenai Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember

b. Bagi Akademisi/UIN KHAS Jember

Sebagai bahan acuan dan sumber informasi bagi mahasiswa dan bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember.

c. Bagi Instansi/ Lazarus Batik Jember

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menganalisis Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi kajian titik fokus atau perhatian dalam judul penelitian ini. Tujuan dari definisi yang peneliti buat ini agar tidak ada kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang telah penulis maksud dan ditujukan sebelumnya di dalam karya tulis yang ilmiah berjudul “ Strategi

Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember”. Maka diperlukan pengesahan istilah sebagai berikut :

1. Strategi

Strategi bisa didefinisikan seperti seni dan opini bagian dalam merumuskan, mengimplementasikan, turut mengestimasi ketetapan-ketetapan lewat fungsional yang memungkinkan sepotongan institusi menguasai tujuannya. Strategi memberikan pendapat penting bagi pengembangan dan efektif, perusahaan harus menemukan setiap bagian atau hambatan yang ada di dalam atau di luar perusahaan.

2. Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan dan juga bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan juga memberdayakan daya kreasi dan daya cipta dari individu tersebut.

3. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk ataupun jasa guna memenuhi kebutuhan pasar internasional maupun nasional. Sehingga adanya daya saing perusahaan dilakukan guna mendapatkan laba yang tinggi dan diharapkan berkelanjutan.

F. Sistematika Pembahasan

Alur bahasan dalam skripsi ini terdiri dari beberapa elemen alur yakni :

BAB I, Mengenai pendahuluan yang menjadi uraian umumterkait penelitian yang dilakukan. Bab awal merupakan dasar pada penelitian yang

terdapat konteks penelitian, tujuan penelitian, kebermanfaatan, definisi makna. Alur bagian ini bermanfaat dalam mendapatkan penjelasan terkait pemahaman pada pelaporan.

BAB II, Membahas terkait penelitian sebelumnya yang menjelaskan penelitian orang lain yang hampir sama. Pada penelitian yang dikerjakan menjelaskan terkait teori dalam laporan penelitian yang sesuai akan fokus penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember” yang isinya terdapat teori mengenai : 1) Bagaimana strategi pengembangan industri kreatif di Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember? dan 2) Apasaja faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?

BAB III, Meliputi metode yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, cara mengumpulkan bukti, penganalisaan bukti serta langkah-langkah penelitian yang dilaksanakan dalam penelitian tahap penelitian menjadi patokan untuk menjawab pertanyaan pada fokus penelitian.

BAB IV, Menyajikan bukti beserta penganalisan bukti yang didapatkan pada pelaksanaan penelitian dengan empiris yakni penggambaran objek penelitian, penyajian, serta pengendalian bukti yang ditutup dengan pembahasan temuan pada sub ini dapat menjelaskan data yang didapat untuk menghaasilkan kesimpulan.

BAB V, Adalah bab akhir penutup pada bab ini terdapat simpulan dari penjelasan akan fokus pengamatan yang dilakukan dengan saran pada pengamatan pada akhir skripsi. Ini juga dipaparkan daftar pustaka serta lampirannya untuk mendukung pengamatan ini.



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

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kajian tentang hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti. Kegunaan penelitian terdahulu adalah untuk membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sejenis yang telah dilakukan serta untuk melihat persoalan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Sejauh penelusuran yang telah dilakukan, peneliti menjumpai hasil penelitian yang memiliki titik singgung dengan judul yang diangkat dengan penelitian karya ilmiah ini, diantaranya adalah:

1. Tri Widya Agustin Lestiarini, yang berjudul “Strategi Pengembangan Umkm Sepatu Ud Orlando Jaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Dengan Menggunakan Analisis Swot”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kajian pustaka, dokumentasi dan wawancara dengan informan. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan Home Industri sepatu yang berada di Lingkungan Kedung Mulang Kota Mojokerto. Hasil dari penelitian ini adalah adanya Home Industri sepatu telah memberikan dampak positif dalam meningkat perekonomian masyarakat dengan meningkatkan daya saing terutama ditujukan pada masyarakat Lingkungan Kedung Mulang Kota Mojokerto. Jika ditinjau melalui analisis SWOT dalam aktifitas Home Industri sepatu kehidupan masyarakat yang telah

melakukan kegiatan bekerja dengan meningkatkan daya saing guna menuju perekonomian industri sepatu yang lebih baik dan berkualitas. Terdapat berbagai manfaat yang dihasilkan dari adanya Home Industri sepatu UD. Orlando Jaya menyebabkan kehidupan taraf perekonomian terdorong menjadi lebih baik sehingga bisa dikatakan kehidupan masyarakat di Lingkungan Kedung Mulang Kota Mojokerto dapat merubah nasibnya menjadi kehidupan yang sejahtera yang ditandai dengan terpenuhinya kebutuhan.⁷

2. Triady Taulangi, yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pengolahan Sampah Dalam Peningkatan Kreativitas Masyarakat Di Kecamatan Polewali Kabupaten Polman”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap objek penelitian kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah untuk peningkatan peningkatan kreatifitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. Hasil penelitian didapatkan melalui analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan industri kreatif pengolahan limbah sampah untuk meningkatkan kerativitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar yaitu konsentrasi melalui integrasi horizontal, yang artinya strategi yang diterapkan didesain

⁷ Tri widya agustin Lestiarini, “Strategi Pengembangan Umkm Sepatu Ud Orlando Jaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Dengan Menggunakan Analisis Swot”, (Thesis, Universitas Islam Majapahit, 2021).

untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan jenis produk yang kreatif dan inovatif dengan tujuan mencapai penjualan maupun profit yang baik dengan cara pengembangan pasar, pengembangan produk, dan penetrasi pasar.⁸

3. Novita Sari, yang berjudul “Strategi Dan Inovasi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Khas Kota Bengkulu Era Industri 4.0”. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian terapan (*applied reserch*), Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan 1) strategi pengembangan industri kreatif Fajri Kraft Kota Bengkulu yang dalam meningkatkan nasabah adalah dengan cara menentukan segmentasi, *targeting*, *positioning* dan juga menerapkan 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*), 2) Inovasi pengembangan industri Kreatif Fajri Kraft Kota Bengkulu meliputi inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pasar, 3) analisis SWOT berdasarkan kekuatan (*strength*) terdiri dari banyaknya produk yang ditawarkan, sumber daya yang memadai (*Skill*), lokasi usaha yang strategis. Kelemahan (*weakness*) meliputi masih minimnya fasilitas yang diberikan tokoh meningkatkan minat berkunjung, kurangnya promosi yang dilakukan, kurangnya model pemilik. Peluang (*opportunities*) meliputi mulai dikenalnya usaha baik secara lokal dan nasional, dan ancaman (*threat*) meliputi persaingan usaha

⁸ Triady Taulangi, “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pengolahan Sampah Dalam Peningkatan Kreatifitas Masyarakat Di Kecamatan Polewali Kabupaten Polman”, (Skripsi, Universitas Negri Makassar, 2021).

semakin ketat dengan produk dan usaha yang sama, dan masih minimnya peran pemerintah.⁹

4. Siti Masrohatin, dkk, yang berjudul “Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerajinan Monte Dengan Model Triple Helix di Blimbingsari Banyuwangi”. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah dengan teknik diskusi interaktif dengan melibatkan seluruh peserta. Metode workshop ceramah digunakan ketika menyampaikan materi tentang pengembangan industri kreatif, dan penerapannya, sehingga bermanfaat untuk pengembangan inovasi produk dan penjualan produk itu sendiri. Tulisan ini menguraikan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh penulis dengan obyek para pelaku industri yang terdiri dari pengepul dan para pengrajin, yang bertujuan mendorong pengembangan industri kreatif berbasis lokal sektor kerajinan monte dengan model triple helix, yaitu dengan mengadakan workshop dengan materi spiritual entrepreneur, materi Pengembangan Industri Kreatif, materi Strategi Marketing, materi digital marketing, dan materi model Triple Helix. Hasil dari program pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif kepada pelaku industri kreatif kerajinan monte, yaitu pemahaman terhadap spiritual entrepreneur, strategi pemasaran, digital marketing dan memahami pentingnya menjaga

⁹ Novita Sari, “Strategi Dan Inovasi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Khas Kota Bengkulu Era Industri 4.0”, (Diploma Thesis, IAIN Bengkulu, 2021).

eksistensi industri dengan sinergisitas berbagai pihak, dalam hal ini adalah model Triple Helix.¹⁰

5. Pratama Widyaningsih, yang berjudul “Analisis SOAR dalam menentukan strategi pengembangan bisnis pada industri kreatif busana muslim Kota Semarang (studi kasus pada industri kecil kasay hijab Indonesia)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SOAR. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder dari proses observasi dan wawancara dengan beberapa pihak informan terkait. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan analisis SOAR dalam menentukan strategi pengembangan bisnis pada industri kreatif busana muslim di kota Semarang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan analisis SOAR dalam strategi pengembangan bisnis Kasay Hijab Indonesia menghasilkan evaluasi strategi yaitu (1) pentingnya menciptakan produk terbaru, dengan mengikuti trend, baik itu trend model maupun warna yang saat ini sedang menjadi buruan banyak orang, (2) update penggunaan sosial media (instagram story setiap hari) sebagai sarana pemasaran (penjualan) gamis, (3) menjaga kepercayaan pelanggan dengan mengeluarkan produk gamis dengan kualitas unggulan (4) menjaga dan

¹⁰ Siti Masrohatin, Hikmatul Hasanah, Vira Rahmadiyahanti, “Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerajinan Monte Dengan Model Triple Helix di Blimbingsari Banyuwangi,” *Stebis Igm* , Vol 3, No 2, (Januari, 2023):215.

memperbaiki manajemen karyawan agar tidak menghambat kemajuan usaha.¹¹

6. Misbahul Munir, dkk, yang berjudul “Analisa Strategi Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Bisnis Dan Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Lingkungan Kampus Kabupaten Jember”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (studi kasus). Dalam pelaksanaan pengumpulan data dengan beberapa tahapan seperti wawancara, dokumentasi dan observasi. Analisis data penelitian yang digunakan yakni menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif berangkat dari penelitian lapang yang dikaji dengan teori dan daftar pustaka. Pelaksanaan analisis yang digunakan melalui kondensasi. Penyajian data verifikasi data, kemudian menggunakan keabsahan data dengan tehnik triangulasi. tujuan dalam penelitian ini mengacu pada hasil tinjauan lapangan di UMKM Lingkungan Kampus Kabupaten Jember yang mana meliputi: 1) Untuk menganalisis strategi UMKM di masa pandemi covid-19 dalam mempertahankan bisnis. 2) Untuk menganalisis strategi daya saing UMKM di masa pandemi covid-19 dalam mempertahankan bisnis. 3) Untuk menganalisis kesejahteraan pelaku UMKM dimasa pandemi covid-19. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pelaksanaan daya saing UMKM di masa pandemi covid-19 dalam mempertahankan bisnis dan meningkatkan kesejahteraan pelaku

¹¹ Pratama Widyaningsih, “Analisis SOAR dalam menentukan strategi pengembangan bisnis pada industri kreatif busana muslim Kota Semarang (studi kasus pada industri kecil kasay hijab Indonesia”, (Thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022).

UMKM menggunakan strategi biaya rendah (Cost Leadership), perbedaan produk atau harga (differentiation), dan strategi fokus, 2) Strategi bersaing untuk menarik minat pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, diskon, serta promosi menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan Facebook. 3. Meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM, dengan strategi daya saing yang diterapkan dapat meningkatkan pendapatan, karena kesejahteraan UMKM bergantung pada pendapatan UMKM itu sendiri. Hal itu bisa dilihat dari awal adanya pandemi, penurunan pendapatan mencapai 75%, namun dengan berbagai strategi yang dilakukan sekarang penurunan pendapatan hanya 30% dari sebelum adanya pandemi Covid-19.¹²

7. Muhammad Ilham, yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing Agrobisnis Tanaman Hias Melalui Media Sosial Di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi lapangan. Teknik penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (kesimpulan). Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui strategi pemasaran Bonbon Florist terhadap agrobisnis tanaman hias melalui media sosial Instagram di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. 2)

¹² Misbahul Munir, Abdul Rokhim, dan Ahmad Baisuni, “Analisa Strategi Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Bisnis Dan Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Lingkungan Kampus Kabupaten Jember,” *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, Vol. 5, No. 2, (Desember, 2022): 38-49.

Mengetahui strategi pemasaran Bonbon Florist dalam upaya meningkatkan daya saing agrobisnis tanaman hias melalui media sosial Instagram di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. Hasil penelitian ini adalah: 1) Strategi pemasaran Bonbon Florist terhadap agrobisnis tanaman hias melalui media sosial Instagram memiliki manfaat dalam melaksanakan kegiatannya sesuai dengan bauran pemasaran (7P) produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), Promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*). 2) Strategi pemasaran Bonbon Florist dalam upaya meningkatkan daya saing agrobisnis tanaman hias melalui media sosial Instagram dapat berhasil dikarenakan daya saing yang dilakukan pihak Bonbon Florist dinilai baik. Mulai dari memperhatikan keunggulan produk, selalu berinovasi, memperhatikan pekerja yakni sumber daya manusianya agar selalu kompeten dalam bekerja, dan melakukan pemasaran secara optimal. Hal tersebut bisa dilihat pula atau dibuktikan dengan selalu memfokuskan apa yang menjadi keinginan pelanggan ataupun keluhan pelanggan.¹³

8. Ahmad Afif, Sri Wahyunita, yang berjudul “Penguatan Daya Saing Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Melalui Mutu Produksi dan Pemasaran”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang didapat dianalisa dengan metode deskriptif dan keabsahan menggunakan triangulasi. fokus penelitian pada penelitian ini ada 2 yaitu

¹³ Muhammad Ilham, “Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing Agrobisnis Tanaman Hias Melalui Media Sosial Di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember”, (Undergraduate thesis, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022).

Bagaimana proses produksi AMDK Barokah Al-Qodiri?, Bagaimana strategi penguatan daya saing dari segi mutu? dan Bagaimana strategi penguatan daya saing dari segi pemasaran?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penguatan daya saing yang dilakukan oleh PT. Tujuh Impian Bersama. Hasil dari penelitian ini yaitu ada 6 tahap proses pengujian dalam proses produksi AMDK AL Qodiri di laboratorium PT. Tujuh Impian Bersama, yaitu: Pengujian Coliform yang bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya bakteri E-Coli penyebab diare, pengujian PCA (Plate Count Agar) yang bertujuan terkontaminasinya air dengan bakteri, pengujian SDA (Sabouraud Dextrose Agar) yang bertujuan untuk mendeteksi adanya jamur dan lumut, pengujian PH (Power of Hidrogen) yang bertujuan untuk mengetahui besar kecilnya kandungan asam dan basa dalam air, pengujian TDS (Total Dissolved Solid) yang bertujuan untuk mengetahui besar kecilnya kandungan mineral dalam air, pengujian Turbidymeter yang bertujuan untuk mengetahui kekeruhan air. Setelah air dinyatakan layak selanjutnya proses pengemasan dalam beberapa bentuk kemasan dan ukuran, yakni cup, botol, dan galon. Dari segi mutu, AMDK Al Qodiri telah sesuai standar SNI : 01-3555-2015 dan standar kesehatan ISO 9001:2015. Selain itu AMDK Al Qodiri juga telah mendapat sertifikat halal dari MUI No. 07120034190616 dan BPOM RI MD No. 265213006124 tanggal 6 Juni 2013 sampai dengan 06 Juni 2018. Sehingga

dapat dipastikan bahwa AMDK Al Qodiri ini benar-benar layak untuk dikonsumsi.¹⁴

9. Muhammad Yazid Fathoni, yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Sinar Jaya Konveksi Kudus Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Manufaktur”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari perusahaan konveksi Sinar Jaya Convection. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan tersebut mengungkapkan adanya peningkatan data penjualan dari 3 tahun terakhir yaitu 2018 ke 2020 yang mengalami peningkatan pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2018 hingga 2019, angka pertumbuhannya menyentuh 11,7%, sedangkan pada tahun 2019 hingga 2020 angka pertumbuhannya menyentuh 16,5%. Peningkatan ini dapat terjadi karena penerapan strategi pemasaran dan bauran pasar yang tepat dan disiplin oleh perusahaan manufaktur Sinar Jaya Convection.¹⁵
10. Devi Afriyani Maiyuniarti, Renny Oktafia, yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Olahan Kripik Di Desa Kebonwaris, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan”. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi

¹⁴ Ahmad Afif dan Sri Wahyunita, “Penguatan Daya Saing Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Melalui Mutu Produksi dan Pemasaran.” *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, Vol. 4, No. 2, (2021): 48-59.

¹⁵ Muhammad Yazid Fathoni, “Analisis Strategi Pemasaran Pada Sinar Jaya Konveksi Kudus Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Manufaktur”,(Skripsi, Universitas Tidar,2022).

kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran UKM Wnaki Snack dapat dilihat dari segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar sekaligus dapat dianalisis menggunakan SWOT (*streanght, weakness, opportunities, thearts*).¹⁶

Tabel 2.1
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Tri Widya Agustin Lestiarini, (2021)	Strategi Pengembangan Umkm Sepatu Ud Orlando Jaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Dengan Menggunakan Analisis Swot.	Memiliki kesamaan menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan memiliki tujuan yang sama untuk meningkatkan daya saing pada suatu UMKM.	Tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, objek penelitian, keabsahan data dan hasil penelitian.
2	Triady Taulangi, (2021)	Strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah dalam peningkatan kreativitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar.	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode kualitatif dan membahas tentang bagaimana strategi industri kreatif pada suatu UMKM.	Tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, objek penelitian, keabsahan data dan hasil dari penelitian.
3	Novita Sari, 2021	Strategi Dan Inovasi Pengembangan	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu	Tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian,

¹⁶ Devi Afriyani Maiyuniarti, Renny Oktafia. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Olahan Kripik Di Desa Kebonwaris, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan", *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 03, No. 02, (2022):506-516.

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
		an Industri Kreatif Kerajinan Khas Kota Bengkulu Era Industri 4.0.	metode kualitatif dan membahas tentang bagaimana strategi industri kreatif pada suatu UMKM.	objek penelitian, keabsahan data, dan hasil dari penelitian.
4	Siti Masrohatin, Hikmatul Hasanah, Vira Rahmadiyahanti, (2023)	Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerjainan Monte Dengan Model Triple Helix di Blimbingsari Banyuwangi	Membahas tentang pengembangan industry kreatif	Metode penelitian, objek penelitian, dan hasil penelitian
5	Pratama Widyaningsih, (2022)	Analisis SOAR dalam menentukan strategi pengembangan bisnis pada industri kreatif busana muslim Kota Semarang (studi kasus pada industri kecil kasay hijab Indonesia).	Memiliki kesamaan menggunakan metode penelitian yaitu metode kualitatif dan membahas tentang industri kreatif.	Tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, objek penelitian, keabsahan data, dan hasil dari penelitian.
6	Misbahul Munir, Abdul Rokhim, dan Ahmad Baisuni, (2022)	Analisa Strategi Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahan kan Bisnis Dan	Metode penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data dan sama-sama membahas tentang daya saing.	Objek penelitian

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Lingkungan Kampus Kabupaten Jember,”		
7	Muhammad Ilham, (2022)	Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing Agrobisnis Tanaman Hias Melalui Media Sosial Di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.	Memiliki kesamaan menggunakan metode penelitian yaitu metode kualitatif yang menggunakan teknik observasi, wawancara serta dokumentasi dan memiliki pembahasan yang sama yaitu peningkatan daya saing pada suatu instansi/UMKM.	Tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, objek penelitian, dan hasil dari penelitian.
8	Ahmad Afif dan Sri Wahyunita, (2021)	Penguatan Daya Saing Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Melalui Mutu Produksi dan Pemasaran.	Metode penelitian, pengumpulan data, dan sama-sama membahas tentang daya saing	Objek penelitian dan keabsahan data.
9	Muhammad Yazid Fathoni, (2022)	Analisis Strategi Pemasaran Pada Sinar Jaya Konveksi Kudus Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan	Memiliki kesamaan menggunakan metode penelitian yaitu metode kualitatif dan memiliki pembahasan yang sama yaitu peningkatan daya saing pada suatu	Tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, objek penelitian, keabsahan data, dan hasil dari penelitian.

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Manufaktur.	instansi/UMKM.	
10	Devi Afriyani Maiyuniarti, (2022)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Olahan Kripik Di Desa Kebonwaris, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. Kecamatan	Memiliki kesamaan menggunakan metode penelitian yaitu metode kualitatif dan memiliki pembahasan yang sama yaitu peningkatan daya saing pada suatu instansi/UMKM.	Tahun penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, objek penelitian, keabsahan data, dan hasil dari penelitian.

Sumber: Di Ambil Dari Penelitian Terdahulu

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah di uraikan di atas, menunjukkan bahwa adanya persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti saat ini. Di sisi lain penelitian yang akan di lakukan peneliti berkaitan dengan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing pada suatu UMKM.

B. Kajian Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “strateges” (Stratos: Militer dan Agi: memimpin) yang berarti “*generalship*” atau suatu yang dikerjakan oleh para panglima perang dalam membuat

rencana untuk memenangkan perang. Konsep ini relevan pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang di mana panglima perang dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang.¹⁷

Dalam kamus besar bahasa Indonesia di sebutkan bahwa strategi adalah seni atau ilmu yang menggunakan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan tertentu.¹⁸ Sedangkan dalam kamus manajemen istilah strategi adalah rencana yang cermat yang mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran.¹⁹

Strategi adalah ilmu siasat akal atau tipu muslihat untuk mencapai sesuatu yang dimaksud dan rencana yang telah direncanakan.²⁰ Jadi dapat dipahami strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Menurut Prof. Dr. Onong Uchjana Effendy, MA., “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan

¹⁷ Hendrawan Supratikno, *Advanced Strategic Management; Back to Basic Approach*, (Jakarta : PT. Gravindo Utama, 2003), 19.

¹⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka, 1997), 199.

¹⁹ B.N Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003), 340.

²⁰ Amruk Fajri dan Ratu Afrilia, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Duta Publiser, 2008), 398.

arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.²¹

Menurut William F. Glueck, yang dikutip dalam buku Amirullah, strategi merupakan sesuatu yang dipersatukan, bersifat komprehensif terintegrasi yang berhubungan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan di rancang untuk meyakinkan bahwa sejarah dasar perusahaan atau organisasi akan dicapai dengan pelaksana yang tepat oleh organisasi yang menerapkan.²² Sedangkan menurut Sundang Siagian, “strategi adalah cara yang terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai tuntutan perubahan lingkungan:.”²³

Strategi juga didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.²⁴ Strategi merupakan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya.

²¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakaya, 1992), 6.

²² Amirullah dan Sri Budi Cantika, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000), 4.

²³ Sondang Siagian, *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), 17.

²⁴ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), 16.

Dari definisi diatas, dapat di simpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang perusahaan atau organisasi, terlebih dahulu memperhatikan segala kemungkinan yang akan terjadi, dan mempersiapkan segala potensi yang ada. Dengan begitu strategi mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya pemasaraan dan khususnya.

b. Jenis - Jenis Strategi

Banyak perusahaan atau organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Juga organisasi yang berjuang untuk tetap hidup mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan. Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1) Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan pesaing.²⁵

²⁵ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*, (Jakarta: Bayumedia Publishing, 2015), 90.

2) Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semua memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3) Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

4) Strategi Difensif

Disamping strategi integratif, intensif, dan diversifikasi organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut strategi berbalik (*turnaround*) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan

menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media.

Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktifitas lainnya dalam perusahaan.

Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik berhenti beroperasi daripada terus menderita kerugian dalam jumlah besar.

5) Strategi Umum Michael Porter

Menurut Porter, dari Fred R David, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat

produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.²⁶

c. Unsur-Unsur Strategi

Terdapat lima unsur atau himpunan dalam strategi yang dikembangkan dengan baik :²⁷

- 1) Ruang lingkup. Ruang lingkup suatu organisasi mengacu pada keluasan dari sasaran strategisnya, jumlah dan tipe industri, lini produk, dan segmen pasar bersaing atau direncanakan.
- 2) Tujuan dan sasaran. Strategi seharusnya merinci tingkay perincian yang diinginkan pada satu atau lebih dimensi kinerja, seperti pertumbuhan volume, kontribusi laba, atau pengambilan investasi selama periode waktu tertentu untuk setiap perusahaan dan produk pasar dan organisasi secara keseluruhan.
- 3) Pengalokasian sumber daya. Setiap organisasi memiliki sumber daya keuangan dan sumber daya manusia yang terbatas. Merumuskan strategi juga melibatkan keputusan bagaimana sumber daya itu dicapai dan dialokasikan, antar unit bisnis, produk pasar, departemen fungsional, dan kegiatan-kegiatan di dalam setiap perusahaan atau produk pasar.

²⁶ Fred R David, *Manajemen Strategis*, (Salemba Empat, 2016), 29.

²⁷ Boyd Walker dan Larrenche, *Manajemen Pemasaran dengan Efektif dan Profitable*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 29.

- 4) Identifikasi keunggulan kompetitif yang layak. Satu bagian yang penting dari strategi apapun adalah spesifikasi dari bagaimana organisasi akan bersaing dalam setiap unit bisnis dan produk-produk pasar di dalam domainnya.
- 5) Sinergi. Sinergi muncul bila unit bisnis, produk-produk, pengalokasian sumber daya, dan kompetensi perusahaan saling melengkapi dan saling menguatkan satu sama lain.

d. Macam-Macam Strategi²⁸

- 1) Strategi Pemimpin Pasar (*Market Leader*)

Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industri yang bersangkutan sebagai pemimpin. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap nomor satu. Sikap ini mendorongnya untuk mengambil tindakan ke-3 arah yaitu mengembangkan pasar keseluruhan, melindungi pangsa pasar, dan memperluas pangsa pasar.

- 2) Strategi Pemanatang Pasar (*Market Challenger*)

Penantang pasar adalah perusahaan yang secara konstan mencoba memperbesar pangsa pasar mereka. Yang dalam usaha tersebut mereka berhadapan secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Strategi yang dilakukannya adalah dengan menentukan lawan dan sasaran strateginya serta memilih strategi penyerangnya.

²⁸ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjakusuma, *Menggasakan Bisnis Islam*, (Jakarta: GIP, 2002), 319.

3) Strategi Pengikut Pasar (*Market Follower*)

Pengikut pasar adalah perusahaan yang mengambil sikap tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar.

4) Strategi Penggarap Ceruk Pasar (*Market Nicher*)

Penggarap ceruk pasar adalah perusahaan yang khususkan diri melayani sebagai pasar yang diabaikan perusahaan besar, dan menghindari bentrok dengan perusahaan besar. Strategi yang dilakukan adalah spesialisasi dalam hal pasar, konsumen produk, dan sebagainya.

e. Langkah-Langkah Strategi

Proses strategi terdiri dari tiga langkah :

1) Perumusan strategi

Perumusan strategi ini didalamnya termasuk mengembangkan tujuan, mengenali peluang, dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menghasilkan strategi alternative dan memilih strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.²⁹

Pada tahap perumusan strategi perusahaan secara berkala mengkaji kembali misi dan tujuan perusahaan serta merumuskan

²⁹ Fred R David, *Strategic Management Concepts and cases*, (New Jersey: Prentice Hall, 2001), 5.

strategi sesuai dengan misi dan tujuan perusahaan tersebut. Misi dan tujuan perusahaan dapat mengalami perubahan sesuai dengan strategi yang dipilih oleh perusahaan. Sebagai contoh perusahaan yang melakukan perubahan radikal (*radical change*) dapat mengubah visi, misi dan tujuan perusahaan sesuai dengan strategi yang dipilih oleh perusahaan.

Sebagaimana halnya visi, misi dan tujuan perusahaan dapat mengalami perubahan karena strategi perusahaan berubah-ubah, begitu juga dengan strategi dapat berubah-ubah disesuaikan dengan tujuan perusahaan yang baru. Dengan demikian formulasi strategi akan mengacu ke tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan.³⁰

Selain merumuskan misi, tujuan dan strategi yang saling memiliki kesesuaian satu sama lain (*compatible*), perusahaan juga harus merumuskan kebijakan yang akan menjadi panduan bagi seluruh sumber daya manusia perusahaan dalam melakukan implementasi strategi baik pada tingkat korporasi, fungsional, maupun unit usaha.

Perumusan strategi ini termasuk mengembangkan tujuan, mengenali peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan

³⁰ Ismail Sholihin, *Manajemen Strategis*, (Bandung: Erlangga, 2012), 82.

strategi ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

2) Implementasi strategi

Tujuan dan strategi perusahaan yang telah dibuat akan diimplementasikan dengan baik apabila tujuan dan strategi tersebut dituangkan ke dalam rangkaian kegiatan dalam bentuk program yang terjadwal dengan jelas dan juga memperoleh alokasi sumber daya yang memadai yang telah dituangkan dalam bentuk anggaran (*budget*) yang akan menunjang semua program.

Program-program yang dibuat oleh perusahaan selanjutnya harus didukung dengan prosedur yang menarangkan secara rinci bagaimana suatu kegiatan atau pekerjaan harus dilakukan. prosedur akan menjelaskan berbagai kegiatan yang harus dilakukan untuk menyelesaikan suatu program. selain itu perusahaan juga harus mengembangkan struktur organisasi yang akan memudahkan implementasi strategi (*strategy implementation*) yang telah dipilih perusahaan.

Di dalamnya menciptakan struktur organisasi yang efektif, mempersiapkan anggaran, mengembangkan dan menggunakan sistem informasi yang diterima. implementasi strategi sering disebut tahap kegiatan, karena implementasi berarti memobilisasi manusia yang ada dalam sebuah organisasi untuk mengubah

strategi yang dirumuskan menjadi kegiatan. tahap ini merupakan tahap yang sangat sulit karena membutuhkan kedisiplinan, komitmen dan pengorbanan. kerjasama juga merupakan kunci dari berhasilnya atau tidaknya implementasi strategi.³¹

3) Evaluasi strategi

Tahap terakhir strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi sangat diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Tahap evaluasi ini menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu perusahaan dan evaluasi ini juga sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai. Ada tiga aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi :

- b) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi yang sekarang. Adanya perubahan yang akan menjadi hambatan dalam pencapaian tujuan, begitu pula dengan faktor internal yang strateginya tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk juga bagi hasil yang akan dicapai.
- c) Mengukur prestasi, yakni membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan. Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual, dan menyimak kemajuan yang di buat

³¹ Fred R David, *Strategic Management Concept and Cases*, (England: Pearson Education Limited, 2015), 6.

kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan, kriteria yang meramalkan hasil lebih penting dari pada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.

- d) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ada yang ditinggalkan atau harus merumuskan strategi yang baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan apa yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan

Pengembangan terdiri dari tiga fase utama, yang melakukan fase analisis kebutuhan, fase merancang dan mengembangkan model serta fase mengevaluasi model.³² Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri Pengembangan Usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain. Freddy menjelaskan ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli, diantaranya:³³

³² Saihan, Abdul Muhith, Umi Farihah, et. al. “*Pengembangan Model Pembelajaran literasi Membaca Untuk Sekolah Dasar Indonesia Dan Malaysia*, (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2021), 26.

³³ Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 10.

- 1) Mahmud Machfoedz Perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memnuhi kebutuhan konsumen.
- 2) Brown dan Petrello Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apakah kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.
- 3) Steinfeld Pengembangan usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha.
- 4) Mussleman dan Jackson Pengembangan usaha adalah suatu aktifitas yang memnuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut.
- 5) Allan Affuah Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.

b. Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada

2 unsur yaitu:

- 1) Unsur yang berasal dari dalam perusahaan (pihak internal)
 - a) Adanya niat dari si pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
 - b) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang/produk dan lain-lain.
 - c) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.
- 2) Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)
 - a) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
 - b) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
 - c) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/kondusif untuk usaha.
 - d) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.

e) Cakupan jajaran produk, suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi yang memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja. Hal ini juga bisa mendorong perekonomian yang pada gilirannya akan memberi untung pada konsumen. Namun sebaliknya, sebuah jajaran produk yang sedikit memungkinkan untuk menggali potensi produk tersebut dengan lebih dalam, mungkin termasuk banyak alternative untuk jenis produk yang sama. Variasi produk yang sedikit juga bisa dibandingkan dengan keahlian yang seksama.

Sedangkan kreativitas merupakan salah satu unsur penting yang perlu dijadikan sebagai salah satu karakter dalam mengelola bisnis. Kreativitas akan memberikan banyak kontribusi bagi pengembangan sebuah bisnis usaha. Usaha bisnis sangat perlu dikelola secara kreatif oleh pemiliknya dalam segala aspek, mulai dari ide dan produksi. Dalam artian, kreatif berarti menginovasi. Inovasi sangat penting dalam pengembangan usaha untuk pembaharuan produk agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya untuk melaksanakan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka

membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan member dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha.

Adapun faktor-faktor mempengaruhi pengembangan suatu usaha yakni antara lain:

- 1) Perencanaan Perencanaan usaha (*business plan*) adalah dokumen disediakan oleh entrepreneur sesuai pula dengan pandangan penasehat profesionalnya yang membuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan (lahan), pekerja, produk, sumber permodalan. Business plan ini pandangan dan ide dari anggota tim manajemen, hal ini menyangkut strategi dan tujuan usaha yang hendak dicapai.
- 2) Sumber Daya Manusia Salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan usaha adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya. Manusia menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam mengembangkan usaha.³⁴ Keadaan sumber daya manusia pada saat ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan/motivasi,

³⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), 154.

karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya dalam menghasilkan produk.

- 3) Kepemimpinan Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan usaha. Karena kepemimpinan merupakan proses atau rangkaian kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis. Sebuah usaha yang dibangun tanpa kepemimpinan yang kuat hanya akan menjadi usaha kecil yang stagnan (tidak berkembang).³⁵

Ada bermacam-macam pengertian mengenai kepemimpinan yang diberikan oleh para ahli. Namun pada intinya, kepemimpinan adalah proses kegiatan seseorang untuk menggerakkan orang lain dengan memimpin, memimpin, membimbing, mempengaruhi orang lain, untuk melakukan sesuatu agar dicapai hasil yang diharapkan.³⁶ Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi kegiatan individu dan kelompok dalam usaha untuk mencapai tujuan dalam situasi tertentu. Mengingat bahwa apa yang digerakkan oleh seorang pemimpin bukan benda mati, tetapi manusia yang mempunyai perasaan dan akal, serta beraneka ragam jenis dan sifatnya, maka masalah kepemimpinan tidak dapat dipandang mudah.

- 4) Permodalan kegiatan melaksanakan atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi

³⁵ Rhenald Kasali, *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata I*, (Jakarta: Mizan Media Utama, 2010), 83.

³⁶ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 213.

kelangsungan usaha tersebut. Dimana modal sangat besar perannya dalam menunjang kelangsungan kegiatan usaha tersebut dalam proses pencapaian tujuan. Modal juga mencakup arti ruang yang tersedia di dalam perusahaan untuk membeli mesin-mesin serta faktor produksi lainnya.³⁷

3. Industri Kreatif

a. Pengertian industri kreatif

Industri kreatif merupakan sebuah organisasi bisnis industri yang menggunakan sumber daya yang terbarukan, dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan, tidak hanya dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi juga ditinjau dari aspek dampak positif yang di timbulkannya, terutama bagi peningkatan citra dan identitas sebuah bangsa, menumbuhkan motivasi dan kreativitas anak bangsa, serta dampak sosial lainnya.

Menurut sumber dari Departemen Perdagangan RI (2009). Definisi industri kreatif sebagai berikut: "Industri Kreatif adalah Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan yang didasari bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut."³⁸

Produk dari Industri Kreatif disebut produk komersialisasi (*commercial product*) yaitu berupa barang dan jasa kreatif (*creative*

³⁷ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996), 56.

³⁸ Heri Cahyo Bagus Setiawan, *Manajemen Industri Kreatif : Teori dan Aplikasi*, (Gresik : PT. Berkat Mukmin Mandiri, 2020), 03.

goods and services). Menurut Pakar Marketing Hermawan Kartajaya, sebagaimana yang dikutip oleh kelompok kerja Indonesia design power Departemen Perdagangan RI (2008), makna dari komersialisasi adalah segala aktivitas tertentu yang memiliki fungsi dan memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk barang dan jasa yang di sediakan dan juga memengaruhi konsumen untuk membelinya.

Kegiatan Komersialisasi tersebut, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1) Pemasaran

Dalam aspek pemasaran atau marketing, kegiatan komersialisasi yang dilakukan mencakup konsep merek (*branding*), penentuan target pasar sasaran (*targeting*), dan menentukan posisi pasar (*market positioning*).

2) Penjualan

Dalam penjualan (*sales*), kegiatan komersialisasi yang dilakukan adalah mencakup penjualan langsung oleh desainer, para kreator, agen, distributor, pemegang pewaralaba, pabrikan dan lain sebagainya.

3) Promosi

Kegitan komersialisasi yang dapat dilakukan melalui promosi, seperti pameran, pertunjukan, penggunaan saluran media baru.³⁹

³⁹ Ibid, 04-05.

b. Peluang dan Tantangan Industri Kreatif

Berikut adalah bagaimana peluang dan tantangan dalam dunia industri kreatif:

1) Peluang Industri Kreatif

Bagi para pelaku Industri Kreatif, keragaman sosio-kultural (*social-culture*) dapat menjadi sumber inspirasi yang tidak pernah kering. Dimana-mana kita dapat melihat bahwa masyarakat lokal maupun internasional akan tertarik apabila menonton pagelaran budaya yang telah mendapat sentuhan lebih modern dan populer mulai dari desainer, arsitek, musik, dan koreografer: Dimana usaha-usaha pemanfaatan berbasis kearifan serta warisan budaya Indonesia, perlu perhatian dan kerja sama antara pemerintah dengan para pengusaha atau pelaku industri kreatif, sehingga warisan budaya tradisional bangsa Indonesia dapat terestarikan dan menjadi kebanggaan nasional.

2) Tantangan Industri Kreatif

Banyak kita temui, lulusan Pendidikan Tinggi (Universitas) dengan IPK tinggi ternyata tidak berprestasi di dunia kerja. Oleh karena itu sektor pendidikan kita harus mengimbangi dari aspek kurikulumnya yang berorientasi pada aspek kognisi dengan kurikulum yang berorientasi pada kreativitas dan penanaman yang menanamkan value atau nilai-nilai kewirausahaan. Kreativitas yang dimaksud adalah mengasah kepekaan dan kesiapan untuk

proaktif di dalam hal menghadapi perubahan-perubahan yang ditemui dilingkungan nyata.⁴⁰

4. Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar.⁴¹ Menteri Pendidikan Nasional mendefenisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh mangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.⁴² Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau bisa kita sebut keunggulan kompetitif. Pentingnya daya saing karena tiga hal berikut:

1. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri.
2. Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat.

⁴⁰ Ibid, 05-06.

⁴¹ Mudrajad kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), 82.

⁴² Peraturan Menteri Pendidikan Nasional, No. 41, Tahun 2007 tentang standar proses, 22.

3. Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.⁴³

b. Cara Menentukan daya Saing

Dalam analisisnya tentang strategi bersaing suatu perusahaan, Michael A. Porter membagi 3 jenis strategi generik yaitu, keunggulan biaya (*Cost Leadership*), pembedaan produk (*Differentiation*), dan fokus yakni:⁴⁴

1) Strategi Biaya Rendah (*Cost Leadership*)

Strategi biaya rendah, menekankan pada upaya memproduksi produk standar (sama dalam segala aspek) dengan biaya per unit sangat rendah. Produk ini (barang maupun jasa) biasanya ditujukan kepada konsumen yang relatif mudah terpengaruh oleh pergeseran harga (*price sensitive*) atau menggunakan harga sebagai faktor penentu keputusan. Dari sisi perilaku pelanggan, strategi jenis ini amat sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang termasuk dalam kategori perilaku *low-involvement*, ketika konsumen tidak terlalu peduli terhadap perbedaan merek, relatif tidak membutuhkan perbedaan produk, atau jika terdapat sejumlah besar konsumen memiliki kekuatan tawar-menawar yang signifikan.

2) Strategi Pembedaan Produk (*Differentiation*)

Strategi pembedaan produk, mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi

⁴³ Fread R David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 11.

⁴⁴ Michael A. Porter. Competitive Advantage. Edisi Bahasa Indonesia. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2001), 52-61.

sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya. Cara pembedaan produk bervariasi dari pasar ke pasar, tetapi berkaitan dengan sifat dan atribut fisik suatu produk atau pengalaman kepuasan (secara nyata maupun psikologis) yang didapat oleh konsumen dari produk tersebut.

3) Strategi Fokus (*Focus*)

Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga. Dalam pelaksanaannya terutama dalam perusahaan skala menengah dan besar, strategi fokus diintegrasikan dengan salah satu dari dua strategi generik lainnya, strategi biaya rendah atau strategi pembedaan karakteristik produk.

Syarat bagi penerapan strategi ini adalah adanya besaran pasar yang cukup (*market size*), terdapat potensi pertumbuhan yang baik, dan tidak terlalu diperhatikan oleh pesaing dalam rangka mencapai keberhasilannya. Strategi ini akan menjadi lebih efektif jika konsumen membutuhkan suatu kekhasan tertentu yang tidak diminati oleh perusahaan pesaing. Biasanya perusahaan yang

bergerak dengan strategi ini lebih berkonsentrasi pada suatu kelompok pasar tertentu, wilayah geografis tertentu, atau produk barang atau jasa tertentu dengan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen secara baik.⁴⁵

Hal-hal yang harus dikuasai atau dimiliki oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif adalah:⁴⁶

- a) Teknologi.
- b) Tingkat entrepreneurship yang tinggi.
- c) Tingkat efisiensi/produktivitas yang tinggi dalam proses produksi.
- d) Kualitas serta mutu yang baik dari barang yang dihasilkan.
- e) Promosi yang meluas dan agresif.
- f) Pelayanan teknis maupun nonteknis yang baik (*service after sale*).
- g) Tenaga kerja dengan tingkat keterampilan/pendidikan, etos kerja, kreativitas, serta motivasi yang tinggi.
- h) Skala ekonomis.
- i) Inovasi.
- j) Diferensiasi produk.
- k) Modal dan sarana serta prasarana lainnya yang cukup.
- l) Jaringan distribusi di dalam dan terutama di luar negeri yang baik dan well-organized/managed.

⁴⁵ Djoko Muljono. Op.Cit., 25-26.

⁴⁶ Tulus Tambunan, *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 25.

m) Proses produksi yang dilakukan dengan sistem just in time (JIT).

Persaingan antar pesaing merupakan persaingan konvensional. Mereka yang bersaing selalu berusaha keras merebut pangsa pasar perusahaan lain. Konsumen merupakan objek persaingan dari perusahaan-perusahaan sejenis yang bermain di pasar. Siapa yang dapat memikat hati konsumen akan memenangkan persaingan. Usaha memikat konsumen dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari memberikan fasilitas khusus, pemberian kredit dengan syarat ringan, dan bunga rendah atau diskon.⁴⁷

Beberapa informasi yang harus diketahui dari pesaing ialah dengan cara membandingkan produk kita dengan produk pesaing baik sejenis maupun diversifikasinya. Serta memperbandingkan kelebihan dan kelemahan produk pesaing dibandingkan pula dengan produk kita. Informasi lain yang harus diperhatikan adalah membandingkan harga yang ditawarkan pesaing kepada pembeli di berbagai tempat. Selanjutnya hal yang juga perlu selalu dipantau adalah masalah distribusi produk dan saluran distribusi. Dalam hal ini perusahaan harus pandai dalam menentukan lokasi. Masalah lokasi dan tata letak ini pada akhirnya akan membuat pembeli/konsumen merasa nyaman dan aman bila memasuki lokasi

⁴⁷ Djoko Muljono, *Op.Cit.*, 25.

pasar. Salah satu yang termasuk didalamnya adalah keamanan dan lokasi parkir.⁴⁸

Informasi terakhir adalah terkait dalam kegiatan promosi, pengusaha berusaha mempromosikan produk dan atau jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi pelanggan tidak akan mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan pengusaha dalam mempromosikan produk maupun jasanya yaitu:⁴⁹

- a) Periklanan (*advertising*), iklan dapat dipasang di berbagai media seperti pemasangan billboard di jalan/lokasi strategis, pencetakan brosur, pemasangan spanduk, pemasangan iklan melalui media cetak seperti koran dan pemasangan iklan melalui media elektronik seperti internet.
- b) Promosi penjualan (*sales promotion*), bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau peningkatan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
- c) Publisitas (*publicity*), kegiatan untuk memancing pelanggan melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, dan berbagai

⁴⁸ Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), 66-68.

⁴⁹ PO Abas Sunarya Dkk, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), 246- 247.

kegiatan lainnya. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata konsumen.

- d) Penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan produk yang dilakukan secara langsung oleh salesman secara door to door.

c. Keunggulan Bersaing

Konsep pemasaran merupakan suatu petunjuk penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Pada dasarnya, konsep pemasaran sederhana jika orang-orang tidak ingin atau tidak butuh apa yang anda pasarkan, mereka tidak akan membelinya. Hak ini sangat sederhana, namun penting dan logis serta mendasari inti keberhasilan bisnis. Hak ini juga terjadi pada organisasi non profit.

Kelemahan dan kekuatan para pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing. Menganalisis konsumen dan pesaing merupakan hal yang penting. Pesaing yang spesifik menimbulkan dampak baik ataupun buruk dalam rangka memenuhi keinginan kelompok konsumen yang spesifik (segmen pasar). Mengetahui kesenjangan antara keinginan pembeli dengan tawaran yang diberikan para pesaing merupakan peluang untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Disamping itu, perusahaan harus mempelajari produk-produk pesaing untuk mengidentifikasi cara-cara peningkatan produknya sendiri.⁵⁰

⁵⁰ David W. Craven, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1996),h. 10-13.

Beberapa pertimbangan penting untuk memberikan kepuasan pada konsumen dan memperoleh keunggulan bersaing adalah:⁵¹

- 1) Prosesnya harus terfokus pada konsumen.
- 2) Analisis kebutuhan atau keinginan (persyaratan) hendaknya dilakukan dengan melihat kelompok-kelompok pembeli yang mempunyai kebutuhan atau keinginan yang sama (segmen pasar).
- 3) Peluang untuk memperoleh manfaat, dimana dapat kesenjangan antara apa yang diinginkan oleh konsumen dengan usaha para pesaing untuk memuaskan mereka.
- 4) Peluang dapat diketahui dengan mencari atribut produk atau jasa yang khusus, dimana permintaan pembeli ada yang tidak terpuaskan.
- 5) Analisis kepuasan konsumen hendaknya dapat mengidentifikasi peluang yang terbaik bagi organisasi dalam penciptaan nilai yang unggul.

Analisis keunggulan bersaing menunjukkan perbedaan dan keunikannya di antara pesaing, misalnya dalam kasus perusahaan yang memiliki posisi monopoli. Sumber keunggulan bersaing itu adalah keterampilan, sumber daya, dan pengendalian yang superior. Keterampilan yang superior memungkinkan organisasi untuk memilih dan melaksanakan strategi yang akan membedakan organisasi dari

⁵¹ Ibid, 14-15.

persaing. Keterampilan mencakup kemampuan teknis, manajerial dan operasional.⁵²



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

⁵² Ibid, 31-32.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan.⁵³ Sedangkan penelitian adalah penyaluran rasa ingin tahu terhadap suatu masalah dengan perlakuan tertentu (memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat, dan sungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagainya).⁵⁴ Jadi metodologi penelitian merupakan ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁵⁵

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif yang menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menitik beratkan pada sumber utama peristiwa/fenomena/fenomena sosial dimakna dari fenomena tersebut dapat menjadi pemahaman penting bagi perkembangan konsep teoritis. Penelitian kualitatif menggambarkan rumusan masalah berdasarkan olah data yang ada, yang selanjutnya dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulan.

Peneliti menggunakan salah satu metode penelitian lapangan untuk memahami yang ada di subjek penelitian dengan langkah mendapatkan informasi dengan cara *interview* dengan narasumber. Data dikumpulkan

⁵³ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), 1.

⁵⁴ Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 1.

⁵⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014), 2.

melalui pemantauan yang cermat, termasuk gambaran latar belakang yang terperinci dan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, artinya informasi yang diperoleh berupa catatan atau gambar, yang kemudian dijelaskan dengan cara yang mudah diterima oleh orang lain. Penelitian deskriptif memahami masalah masyarakat dan kondisi tertentu yang juga terkait dengan hubungan manusia.

B. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Lazarus Batik Jember yang beralamatkan di Jl. Gajah Mada No.285, Kaliwates Kidul, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 3 pihak, yaitu dari pihak internal Lazarus Batik Jember yang dilakukan dengan metode wawancara bersama 3 pihak informan yakni sebagai berikut :

1. Pemilik Usaha Toko Lazarus Batik Jember
2. Kepala bidang oprasional di Toko Lazarus Batik Jember
3. Karyawan di Toko Lazarus Batik Jember
4. Konsumen di Lazarus batik Jember

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti

tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁵⁶

Adapun dalam teknik pengumpulan data ini peneliti memperoleh data penelitian dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada peertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.⁵⁷ Dalam observasi penelitian ini menggunakan jenis observasi non partisipasi, dalam observasi ini pengobservasi tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang diobservasi. Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung. Hal ini dilakukan untuk mengetahui secara pasti bagaimana strategi pengembangan industry kreatif untuk meningkatkan daya saing yang dilakukan oleh Toko Lazarus Batik Jember.

2. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan yang dipersiapkan oleh peneliti secara tatap muka, dan peneliti merekam jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek peneliti untuk dijawab.⁵⁸

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu,

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 104.

⁵⁷ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 154.

⁵⁸ Sudarman Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), 130.

sehingga memberi peluang pada peneliti untuk hal-hal yang telah silam. Dokumentasi ini dibagi menjadi dua yaitu dokumentasi resmi dan dokumentasi pribadi.⁵⁹

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen resmi yang dihasilkan oleh karyawan Toko Lazarus Batik Jember untuk pemeliharaan rekaman dalam bentuk buku tahunan, arsip-arsip tentang peningkatan daya saing pada Toko Lazarus Batik Jember.

E. Analisis Data

Analisis data dalam kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan. Apabila jawaban yang di wawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, Maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga di peroleh data yang kredibel.⁶⁰

Teknik analisis yang dilakukan peneliti yaitu analisis data menurut Miles dan Huberman yang mempunyai beberapa langkah, yaitu:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data adalah proses yang sistematis dan standar untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Data yang muncul adalah kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data itu mungkin telah dikumpulkan dengan berbagai cara (observasi, wawancara, ringkasan dokumen, dan rekaman)

⁵⁹ Burhan, Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 152-153.

⁶⁰ Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, (Bandung: Penerbit Pustaka Ramadhan, 2017), 92.

dan biasanya diproses sebelum siap digunakan (dengan membuat catatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih tulis).⁶¹

Langkah pertama yang dilakukan peneliti yaitu mengumpulkan data yang berhubungan dengan tujuan peneliti tentang strategi pengembangan industry kreatif untuk meningkatkan daya saing pada Toko Lazarus Batik Jember. Pengumpulan data dilakukan peneliti dengan membuat catatan yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang merupakan catatan dari lapangan.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti meringkas, memilah hal yang penting, memfokuskan pada hal yang pokok, mencari tema dan pola, serta membuang hal yang tidak penting. Dengan kata lain, proses reduksi data ini terus menerus dilakukan peneliti selama penelitian untuk menghasilkan catatan pokok dari data yang didapat dari hasil pencarian data.

Pada reduksi data ini, peneliti meringkas data serta memilah hal penting dari kajian dan membuang hal-hal yang dianggap tidak penting atau tidak berkaitan dengan judul penelitian.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan data tertata yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan

⁶¹ Matthew B. Miles Dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Model-Model Baru*, Terj. Tjecep Rohidi (Jakarta: UI-Press, 2014), 99.

pertimbangan bahwa data yang diterima berupa cerita, maka perlu dilakukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

Peneliti memaparkan data dengan cara sederhana mengenai judul penelitian pada tahap ini.⁶²

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap terakhir ialah menarik kesimpulan. Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari data yang didapat. Tujuan penarikan kesimpulan ialah untuk mendapatkan arti dari data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan.⁶³

Pada tahap ini, peneliti diupayakan mampu menemukan hubungan, persamaan, atau perbedaan yang berhubungan dengan fokus penelitian, yaitu:

- a. Bagaimana strategi pengembangan industry kreatif di Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?
- b. Apasaja faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?

F. Keabsahan Data

Keabsahan data adalah pengecekan yang digunakan untuk memeriksa seberapa valid data tersebut. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk keabsahan data dalam penelitian ini. Triangulasi

⁶² Matthew B. Miles Dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Model-Model Baru*, Terj. Tjecep Rohidi (Jakarta: UI-Press, 2014), 99.

⁶³ Matthew B. Miles Dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Model-Model Baru*, Terj. Tjecep Rohidi (Jakarta: UI-Press, 2014), 99.

adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan teknik pengumpulan data yang berbeda dan sumber data yang telah ada.⁶⁴

Triangulasi sumber menguji data dari berbagai sumber yang berbeda dengan menggunakan metode yang sama, sedangkan triangulasi teknik menguji data dengan menggunakan metode yang berbeda.

G. Tahap-tahap Penelitian

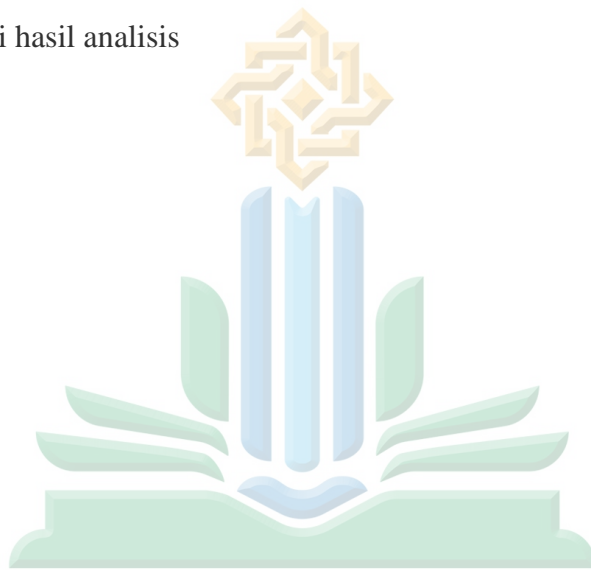
Pada tahap-tahap penelitian, peneliti akan menjelaskan tahapan dalam penelitian ini. Tahap-tahap penelitian akan dimulai dari tahap pra lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Tahapan-tahapan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Pra-Lapangan
 - a. Menyusun rancangan penelitian
 - b. Memilih lokasi penelitian
 - c. Mengurus perizinan
 - d. Menjajagi dan melihat keadaan
 - e. Memilih dan memanfaatkan informan
 - f. Menyiapkan instrumen penelitian
 - g. Persoalan etika dalam lapangan
2. Lapangan
 - a. Memahami dan memasuki lapangan
 - b. Pengumpulan data (aktif dalam kegiatan)

⁶⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif (Bandung: Alfabeta, 2016), 90.

3. Pengolaahan Data

- a. Reduksi data
- b. Display data
- c. Analisis
- d. Mengambil kesimpulan dan verifikasi
- e. Meeningkatkan keabsahan
- f. Narasi hasil analisis



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

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Toko Lazarus Batik Jember

Dari sekian banyak kabupaten di daerah Jawa Timur, Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah yang sedang giat menumbuhkan industri batik. Kabupaten Jember sendiri terkenal dengan wilayah penghasil tembakau, sehingga banyak pengusaha batik yang ada di Jember membuat batik dengan motif tembakau yang menjadi ciri khas Jember. Seiring berjalannya waktu, industri batik di Kabupaten Jember kian banyak berdiri. Adanya nilai ekonomi yang tinggi dan semangat untuk melestarikan batik, menyebabkan banyak orang mulai membuka usaha batik. Salah satunya adalah rumah industri Lazarus Batik.

Usaha Lazarus Batik adalah usaha keluarga yang telah beregenerasi turun temurun di dalam keluarga. Pada awalnya usaha keluarga ini menjual batik dengan sistem mengambil kain batik di Madura kemudian menjualnya. Tahun 2010, bapak Edi melanjutkan usaha keluarga yang masih di dominasi kain batik Madura. Usaha keluarga ini pun mengalami perkembangan yang cukup baik, tahun 2012 bapak Edi memutuskan membuka usaha batik ini dengan menggunakan brand Lazarus. Penggunaan nama Lazarus memiliki makna yaitu bangkit kembali.

Sejak awal berdiri batik Lazarus pada tahun 2012 sampai pada tahun 2013, masih diproduksi secara tradisional menggunakan tenaga kerja

yang terbatas dan sistem pemasaran yang masih sederhana. Pola pemasaran pada waktu itu adalah produsen-pengecer-konsumen. Bapak Junaidi mengambil kain batik dari para pekerja batik rumahnya masing-masing dan kemudian menjualnya. Akan tetapi pada awal tahun 2013 sampai sekarang ini batik Lazarus mulai mengalami perkembangan dimana pemasaran batik Lazarus dilakukan dengan cara membuat galeri batik dan mengikuti pameran-pameran lokal dan nasional serta memanfaatkan teknologi yaitu dengan media sosial. Modal industri batik Lazarus sepenuhnya diambil dari dana pribadi bapak Edi. Tahun 2012 modal awal yang digunakan adalah Rp. 3.000.000.

Modal yang masih kecil tersebut mengakibatkan produksi batik Lazarus juga tidak terlalu banyak. Modal harus cukup dibelikan bahan mentah seperti kain, pewarna, liin dan lain sebagainya (wawancara dengan bapak Edi 20 Februari 2020). Modal tersebut digunakan untuk produksi 100 lembar kain batik, dimana kain batik yang telah laku dipasaran, modal dan keuntungannya diputar kembali untuk tambahan produksi. Modal kedua di Tahun 2013 sebesar Rp. 8.000.000. Adanya tambahan di modal kedua ini, bapak Edi mulai menambah kain dan bahan lainnya untuk proses produksi batik. Selanjutnya untuk beberapa bulan terlihat kemajuan dan keberhasilan batik Lazarus, kemudian bapak Edi menambah modal untuk ketiga kalinya pada tahun 2015 yaitu sebesar Rp. 35.000.000. Tambahan modal membuat bertambahnya bahan dan produksi batik Lazarus (wawancara dengan bapak Edi 20 februari 2020). Batik Lazarus mulai

diproduksi dan dipasarkan dalam jumlah yang besar untuk memenuhi permintaan konsumen dengan adanya tambahan modal di rumah industri batik Lazarus.

Melihat keberhasilan industri batik Lazarus dengan modal pribadi dari pemiliknya, selanjutnya pada tahun 2016 mendapat bantuan dari orang kaya yaitu H. Khadir, Hj. Aminah sebesar Rp. 60.000.000. Tambahan modal juga membuat proses produksi bertambah, pastinya tenaga kerja juga bertambah. Modal yang diberikan digunakan sebaik mungkin oleh pemilik batik Lazarus. Hal tersebut terbukti dengan tetap eksisnya produksi dan pemasaran batik Lazarus baik di dalam maupun di luar wilayah Jember, bahkan juga sampai ke luar negeri. Peningkatan produksi juga tidak terlepas dari manajemen perusahaan yang dikelola dengan baik.

2. Visi Dan Misi

1) Visi

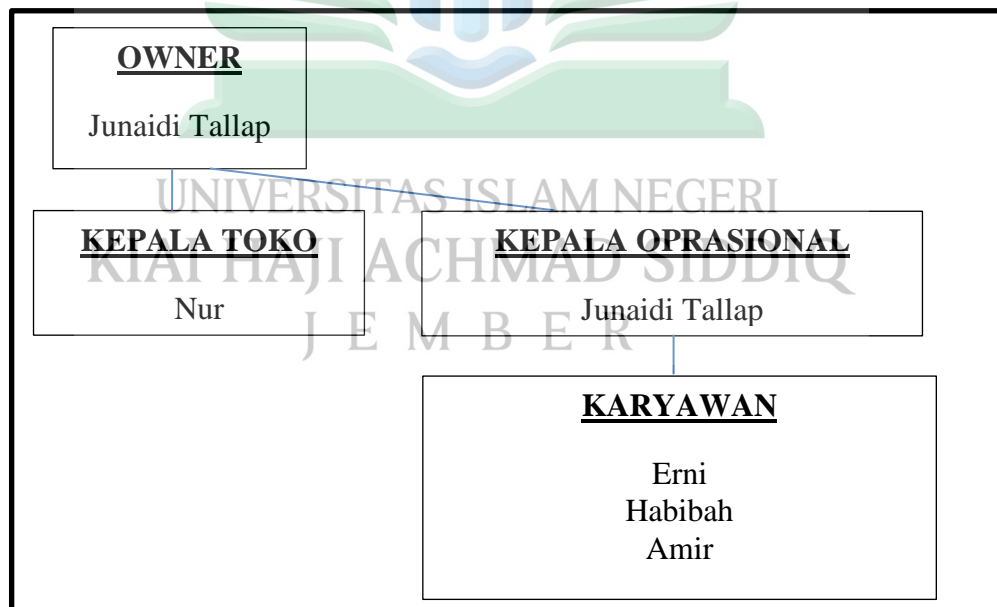
Melestarian tradisi batik sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menumbuhkan industri kerajinan batik. Serta Menjadikan salah satu produk batik nusantara.

2) Misi

- a. Meningkatkan kesejahteraan karyawan melalui lingkungan tempat kerja yang bersih dan sehat, upah yang wajar sesuai dengan keahlian dan prestasi kerja.

- b. Menjadikan batik salah satu kebanggaan bangsa yang selayaknya dijaga dan dikembangkan supaya batik tetap lestari dan digemari berbagai lapisan masyarakat.
- c. Melestarikan batik sebagai warisan budaya bangsa.
- d. Meningkatkan kualitas dan daya saing yang berpotensi untuk memasuki pasar global
- e. Mememperkaya desain motif untuk menambah perbendaharaan motif-motif tradisional yang sudah ada.
- f. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang industri kerajinan batik dengan cara mendidik tenaga-tenaga terampil dan produktif.

3. Struktur Organisasi Toko Lazarus Batik Jember



GAMBAR 1.1

Struktural Organisasi Toko Lazarus Batik Jember

Sumber: Toko Lazarus Batik Jember

4. Tugas Dan Wewenang

Dari struktur toko Lazarus Batik Jember terdapat pembagian tugas dan tanggung jawab pada setiap jabatannya yaitu sebagai berikut:

a. *Owner*

Jabatan ini bertanggung jawab untuk memimpin dan mengendalikan usaha serta bertanggung jawab mengelola usaha dan bertugas memberi keputusan apabila ada suatu masalah dalam suatu usaha.

b. Kepala Toko

Tugas pokok dari kepala toko adalah menjaga kepercayaan, membina hubungan baik dengan pelanggan, memberikan motivasi dan evaluasi kerja tim, mengontrol serta mengawasi karyawan.

c. Kepala Oprasional

Bertanggung jawab memantau serta memastikan prosedur-prosedur oprasional bekerja dengan baik, bertanggung jawab mengatur dan mengkoordinasi tim untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

d. Karyawan

Adapun tugas-tugas sebagai karyawan toko adalah sebagai berikut:

- 1) Menata stok barang.
- 2) Membuka dan menutup toko.
- 3) Mencatat dan mengupdate stok barang yang tersedia.
- 4) Menjaga keamanan dan Kebersihan toko.
- 5) Melakukan rekap penjualan harian.
- 6) Membersihkan produk.

7) Melayani pelanggan.

5. Produk Toko Lazarus Batik Jember

Setiap usaha tentunya memiliki produk, produk ini lah yang bisa menentukan usaha tersebut berkembang atau tidak. Di toko lazarus batik Jember memiliki berbagai macam produk di antaranya:

- a. Kemeja Couple
- b. Tunik
- c. Kebaya
- d. Gaun
- e. Sarimbit
- f. Celana Batik
- g. Dress Pendek
- h. Rok Batik
- i. Batik Tulis
- j. Baju Syar'i



B. Penyajian Data Dan Analisis

Penelitian adalah suatu proses mencari, menemukan, dan dapat mendiskripsikan kembali yang telah di peroleh dalam penelitian agar dapatdi pastikan kebenarannya dan teori-teori yang ad adapt di uji dengan metode penelitian peneliti sebelumnya yang berupa laporan hasil obserfasi, wawancara dan pendataan dokumentasi yang di terima oleh peneliti di lapangan. Penyajian data adalah bagian yang mengungkapkan informasi yang di peroleh dalam penelitian dan di sesuaikan dengan rumusan masalah serta

analisis data yang relevan. Dalam kajian ini pemaparan materi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Industri Kreatif Di Toko Lazarus Batik Jember Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Lazarus Batik Jember?

Strategi pengembangan usaha merupakan bagian dari strategi dalam bisnis yang tidak dapat di pisahkan dari suatu rencana perusahaan untuk menghasilkan uang, serta untuk mengembangkan usaha agar berkelanjutan. Dari hal itu Toko Lazarus Batik Jember harus terus mengevaluasi strategi usahanya terutama dalam bidang industri kreatif nya sehingga meningkatkan daya saing produk yang ada di lazarus batik jember. Analisis strategi pengembangan industri kreatif ini merupakan langkah penting dalam merancang model usaha yang layak sehingga memiliki dampak yang bertahan lama pada kehidupan bisnis.

Dari argumentasi peneliti yang telah di jelaskan di atas maka berikut pemahaman tentang strategi dari hasil wawancara di Toko Lazarus Batik Jember.

a. Pemahaman Tentang Strategi

Menurut ibu Nur selaku kepala toko Lazarus Batik Jember menjelaskan bahwa:

“strategi adalah rencana tindakan yang di rancang untuk mencapai target tertentu. Sedangkan strategi yang di lakukan untuk meningkatkan daya saing biasanya dengan cara mensupport suatu acara seperti wisuda dan pernikahan”⁶⁵

⁶⁵ Nur, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 03 Juli 2023.

Menurut bapak Junaidi yang merupakan kepala operasional beliau menjelaskan bahwasannya :

“strategi merupakan suatu pemikiran yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha dalam upaya untuk mengembangkan usahanya, sedangkan strateginya lazarus memanfaatkan peluang ketika ada mahasiswa praktek dan siswa SMK yang melakukan prakerin untuk terjun langsung memasarkan produk.”⁶⁶

Menurut mbak Erni selaku karyawan di toko Lazarus Batik Jember, menurut beliau:

“strategi adalah suatu yang direncanakan dan dirancang guna meningkatkan suatu usaha, kalau untuk strategi yang sering dilakukan disini seperti menyewakan produk Lazarus dan mengikuti pameran.”⁶⁷

b. Pengembangan Usaha

Menurut bu Nur selaku kepala toko di Toko Lazarus Batik Jember mengenai pemahaman beliau tentang pengembangan usaha yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

“di toko lazarus sendiri pengembangan usaha kalau yang berupa barang, seperti menambah mesin jahit dan selalu memperbarui motif atau corak mengikuti perkembangan zaman sehingga konsumen tidak bosan, kalau secara industrinya yaitu dengan menerima les jahit sehingga ada sarana bertukar pikiran antara pengrajin yang ada di toko dengan masyarakat di luar toko”⁶⁸

Menurut bapak Junaidi menjelaskan bahwa:

“Kalau berbicara tentang pengembangan usaha di Toko Lazarus Batik Jember ini lebih mengutamakan pembinaan terhadap pengrajin atau penjahit, dan mengutamakan feed back dari konsumen terkait model, motif dan produk hasil jahitan”⁶⁹

⁶⁶ Junaidi Tallap, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 03 Juli 2023.

⁶⁷ Erni, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 03 Juli 2023.

⁶⁸ Nur, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 11 Juli 2023.

⁶⁹ Junaidi Tallap, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 11 Juli 2023.

Menurut mas Amir Selaku karyawan juga penjhit di toko lazarus batik jember adalah sebagai berikut:

“Di toko Lazarus Batik Jember ini lebih mengutamakan kepuasan konsumen baik dari segi barang yang di hasilkan maupun produk jasa yang di hasilkan pula, untuk mencapai semua itu tentu membutuhkan kinerja semua pihak yang terkait sehingga tidak ada perbedaan pendapat dalam menghasilkan produk yang di inginkan oleh konsumen, dari kami sendiri selaku pengrajin slalu melakukan koordinasi apabila ada model baru yang dapat di ciptakan dan di pameran kepada konsumen yang berkunjung ke toko”⁷⁰

Wawancara dengan Ibu Ida selaku konsumen Toko Lazarus

Batik Jember yang mengatakan:

“saya sebagai konsumen selalu merasa puas dengan hasil produk yang di hasilkan oleh Lazarus karena model dan motifnya selalu sesuai dengan keinginan saya.”⁷¹

c. Meningkatkan Daya Saing

Wawancara peneliti dengan Ibu Nur selaku Kepala Toko yang menjelaskan tentang meningkatkan daya saing di Toko Lazarus Batik

Jember yaitu:

“kalo saya sebagai kepala toko selalu menekankan untuk konsisten mengunggah produk yang telah di produksi di media sosial yang toko Lazarus punya, apalagi ada model tren baru yang menurut kami itu bisa menjadi salah satu daya tarik untuk konsumen .”⁷²

Wawancara dengan Bapak Junaidi Tallap selaku Kepala

Operasional menjelaskan bahwa :

“strategi yang di lakukan oleh kami untuk meningkatkan daya saing yaitu memberi garansi seumur hidup kepada produk yang telah kami produksi baik berupa barang maupun jasa yang kami

⁷⁰ Amir, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 11 Juli 2023.

⁷¹ Ida, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 11 Juli 2023.

⁷² Nur, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 17 Juli 2023.

kerjakan, yang mana menurut kami itu masih belum di miliki oleh toko/butik lain selain kami.”⁷³

Menurut mbak Habibah selaku penjahit berpendapat bahwa meningkatkan daya saing di Toko Lazarus Batik Jember yaitu:

“Dari hasil pengamatan saya sebagai karyawan, saya melihat daya saing yang di miliki toko Lazarus sendiri dan tidak di miliki oleh toko lain ada 2 yaitu kualitas produk yang di hasilkan oleh kami, karna saya dan teman-teman penjahit yang lain selalu menekankan pada kualitas yang kami buat ,kami selalu mengecek kembali hasil kami, kemudian untuk meningkatkan daya saing yang di miliki toko yaitu dengan slalu mengubah tampilan/ layout toko minimal 1 minggu sekali.”⁷⁴

Wawancara peneliti dengan Ibu Imamah yang merupakan salah satu konsumen Toko Lazarus Batik Jember yaitu:

“Kalau saya sebagai konsumen suka melihat produk produk terbarunya Lazarus di Instagram jadi tidak harus repot repot langsung ke Tokonya dan untuk kualitas produk yang di produksi oleh Toko Lazarus jahitannya selalu rapi jadi membuat saya selalu puas berbelanja di Toko Lazarus Batik Jember”⁷⁵

2. Faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Toko Lazarus Batik Jember

Adapun faktor penghambat yang dihadapi oleh Toko Lazarus Batik Jember sesuai hasil wawancara dengan Ibu Nur selaku Kepala Toko yaitu:

“masuknya batik impor dari luar jawa karena batik impor ini memiliki hargan yang lebih murah karna bukan merupakan batik tulis seperti yang kita produksi, dan dengan harga yang lebih murah tentunya bisa leluasa masuk ke pasar-pasar yang ada di Indonesia”⁷⁶

⁷³ Junaidi Tallap, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 17 Juli 2023.

⁷⁴ Habibah, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 17 Juli 2023.

⁷⁵ Imamah, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 17 Juli 2023.

⁷⁶ Nur, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 24 Juli 2023.

Wawancara dengan Bapak Junaidi yang menyatakan bahwa:

“faktor penghambat utama yang kami alami yaitu batik impor seperti batik cap dan printing dari luar Jawa yang menawarkan harga lebih rendah dari toko kami”⁷⁷

C. Pembahasan Temuan

Pembahasan ini merupakan gagasan penelitian, mengenai apa yang ada di lapangan (lokasi penelitian), berdasarkan paparan data yang telah disajikan dan juga telah dilakukan analisis, maka dengan itu perlu dilakukannya pembahasan terhadap hasil dari temuan dalam bentuk interpretasi dari wawancara dengan teori yang ada serta sesuai dengan penelitian ini. Adapun beberapa hasil temuan yang telah ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember

a. Strategi

Menurut William F. Glueck, yang dikutip dalam buku Amirullah, strategi merupakan sesuatu yang dipersatukan, bersifat komprehensif terintegrasi yang berhubungan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan di rancang untuk meyakinkan bahwa sejarah dasar perusahaan atau organisasi akan dicapai dengan pelaksana yang tepat oleh organisasi yang menerapkan.⁷⁸

Berdasarkan temuan dari hasil wawancara dengan Ibu Nur selaku Kepala Toko, dapat di ketahui bahwa strategi adalah suatu

⁷⁷ Junaidi Tallap, diwawancara oleh Muhammad Hasan Basri, Jember, 24 Juli 2023.

⁷⁸ Amirullah dan Sri Budi Cantika, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000), 4.

tindakan yang di rancang untuk mencapai target tertentu, dikuatkan dengan argumen Bapak Junaidi selaku Kepala Operasional yaitu strategi merupakan pemikiran yang perlu di lakukan oleh pelaku usaha dalam upaya untuk mengembangkan usaha, di tambahkan dengan argument Mbak Erni selaku Karyawan yang menjelaskan bahwa strategi adalah tindakan atau suatu pemikiran yang di rancang dan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan usaha.

Hal tersebut sesuai dengan teori dan di dukung dengan pendapat William F. Glueck, yang dikutip dalam buku Amirullah yang berjudul Manajemen Strategi yang mengemukakan bahwa strategi merupakan sesuatu yang dipersatukan, bersifat komprehensif terintegrasi yang berhubungan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan di rancang untuk meyakinkan bahwa sejarah dasar perusahaan atau organisasi akan dicapai dengan pelaksana yang tepat oleh organisasi yang menerapkan.

Menurut ketiga informan jenis strategi yang di gunakan untuk mencapai tujuan pengembangan Toko Lazarus Batik Jember terdapat beberapa jenis strategi yaitu menurut pendapat Ibu Nur strategi yang di gunakan adalah dengan cara mensupport suatu acara seperti wisuda dan pernikahan. Argumen tersebut memiliki kesamaan dengan teori yang di ungkapkan oleh Michael porter yang di kutip dari buku Fred R David yang berjudul Manajemen Strategis yaitu termasuk dalam jenis strategi umum(fokus),kemudian menurut bapak Junaidi selaku kepala

operasional menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan oleh toko Lazarus batik Jember adalah dengan memanfaatkan peluang ketika ada mahasiswa praktek dan siswa SMK yang melakukan prakerin untuk terjun langsung memasarkan produk, Argumen tersebut memiliki kesamaan dengan teori yang diungkapkan oleh Michael Porter yang dikutip dari buku Fred R David yang berjudul Manajemen Strategis yaitu termasuk dalam jenis strategi umum namun tergolong dalam jenis strategi umum(diferensiasi). Kemudian menurut mbak Erni untuk strategi yang sering dilakukan di Lazarus seperti menyewakan produk Lazarus dan mengikuti pameran, Argumen tersebut memiliki kesamaan dengan teori yang diungkapkan oleh Michael Porter yang dikutip dari buku Fred R David yang berjudul Manajemen Strategis yaitu termasuk dalam jenis strategi umum namun tergolong dalam jenis strategi umum(keunggulan biaya).

b. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri Pengembangan Usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain.

Berdasarkan temuan yang di peroleh oleh peneliti di Toko Lazarus Batik Jember dalam menerapkan pengembangan usahanya yaitu berupa barang seperti penambahan mesin jahit dan selalu memperbaharui motif atau pola mengikuti perkembangan zaman, dari segi industri yaitu dengan menerima pelajaran menjahit sehingga terjadi pertukaran ide antara pengrajin di toko dengan masyarakat di luar toko, mengutamakan pembinaan terhadap pengrajin atau penjahit, dan mengutamakan feedback dari konsumen mengenai model, motif dan produk jahit, mengutamakan kepuasan konsumen baik dari segi barang yang dihasilkan maupun produk jasa yang dihasilkan, selalu berkoordinasi jika ada model baru yang bisa diciptakan dan dipamerkan kepada konsumen yang berkunjung ke toko. Menurut peneliti dari hasil temuan di lapangan sangat memiliki keterkaitan dengan teori yang telah di paparkan di atas yang mana di toko lazarus batik jember sendiri dalam pengembangan usahanya lebih mengutamakan pengembangan di bidang industri kreatifnya, yang mana industri kreatif sendiri memiliki peran penting dalam mengembangkan usaha. Sumber Manusia menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam mengembangkan usaha.⁷⁹ Keadaan sumber daya manusia pada saat ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu

⁷⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), 154.

pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan/motivasi karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya dalam menghasilkan produk.

c. Daya Saing

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang atau jasa yang diberikan dalam pasar.⁸⁰

Dari hasil wawancara peneliti dengan ketiga informan terkait daya saing yang ada di lazarus serta cara meningkatkan daya saing produk dari toko lazarus dapat diketahui bahwa Toko Lazarus Batik Jember memiliki beberapa cara untuk meningkatkan daya saing. Penjelasan dari ketiga informan dapat disimpulkan cara meningkatkan daya saing yang dilakukan oleh Toko Lazarus Batik Jember yaitu dengan cara meningkatkan jumlah hasil produksi barang maupun jasa yang ada di Toko Lazarus Batik Jember, mengubah tatanan produk di dalam toko setiap satu minggu sekali serta mengunggah produk ke media sosial yang memiliki tujuan untuk mengenalkan produk toko Lazarus kepada konsumen secara luas dan agar memudahkan konsumen mudah mengetahui produk terbaru dari Toko Lazarus Batik Jember.

Berdasarkan Temuan yang diperoleh peneliti di Toko Lazarus Batik Jember yang telah dijelaskan oleh ketiga informan diatas tentang

⁸⁰ Mudrajad kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), 82.

meningkatkan daya saing memiliki keterkaitan dengan teori Tulus Tambunan dalam bukunya yang berjudul *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris* yang membahas hal-hal yang harus dikuasai atau dimiliki oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif adalah tingkat entrepreneurship yang tinggi, tingkat efisiensi/produktivitas yang tinggi dalam proses produksi, kualitas serta mutu yang baik dari barang yang dihasilkan, Promosi yang meluas dan agresif, tenaga kerja dengan tingkat keterampilan/pendidikan, etos kerja, kreativitas, motivasi yang tinggi serta Inovasi.

2. Faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Toko Lazarus Batik Jember

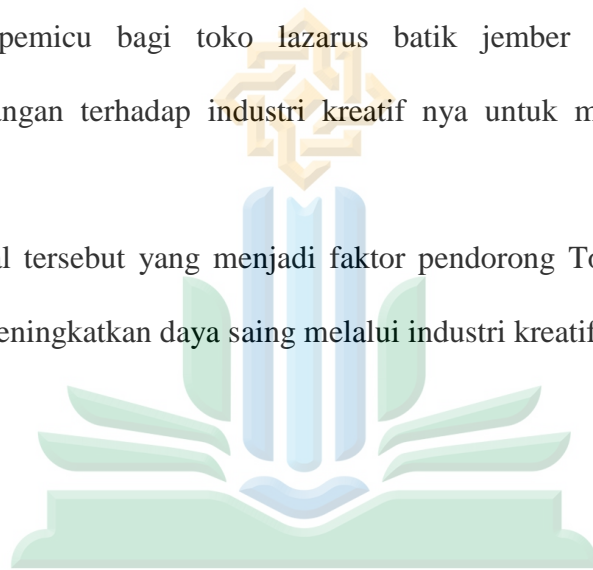
Kata penghambat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai hal, keadaan atau penyebab lain yang menghambat (merintang, menahan, menghalangi). Sedangkan pengertian dari hambatan adalah suatu yang dapat menghalangi kemajuan atau pencapaian suatu hal.⁸¹

Jika dikaitkan dan mengacu pada temuan peneliti di Toko Lazarus Batik Jember dari hasil wawancara dengan ibu Nur yaitu faktor penghambat yang di hadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing yaitu adanya batik impor dari luar jawa yang memiliki harga lebih murah dibanding harga batik yang diproduksi oleh Toko Lazarus Batik Jember sehingga dapat mempengaruhi perputaran

⁸¹ Jhon Lewis Gilin Dan John Philip Ghilin, *Cultural Sociology* (New Yor: The Macmillan Company), Seperti Yang Dikutip Dalam Buku Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Cet. Ketiga Puluh Tiga, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 91.

barang dan menghambat pertumbuhan UKM. Dapat ditemukan bahwa penghambat yang dialami oleh Toko Lazarus batik Jember dalam meningkatkan daya saing yaitu masuknya batik impor yang sebagian besar berupa batik cap dan printing dengan harga yang lebih murah, dengan adanya batik impor juga dapat mempengaruhi perputaran barang yang diproduksi oleh Lazarus Batik Jember, faktor penghambat tersebut yang menjadi pemicu bagi toko Lazarus batik Jember untuk melakukan pengembangan terhadap industri kreatifnya untuk meningkatkan daya saing.

Hal tersebut yang menjadi faktor pendorong Toko Lazarus Batik Jember meningkatkan daya saing melalui industri kreatifnya.



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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang dijelaskan di atas, maka memberi pemahaman yang lebih singkat, tepat dan terarah, peneliti memaparkan kesimpulan pembahasan tentang “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember” dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan daya saing pada Toko Lazarus Batik Jember yaitu:

1. meningkatkan jumlah hasil produksi barang maupun jasa yang ada di Toko Lazarus Batik Jember, mengubah tatanan produk di dalam toko setiap satu minggu sekali, serta mengunggah produk ke media sosial, yang memiliki tujuan untuk mengenalkan produk toko Lazarus kepada konsumen secara luas dan agar memudahkan konsumen mengetahui produk terbaru dari Toko Lazarus Batik Jember.

Adapun penghambat yang di alami oleh Toko Lazarus Batik Jember dalam pengembangan industry kreatif untuk meningkatkan daya saing yaitu :

1. masuknya batik impor yang sebagian besar berupa batik cap dan printing dengan harga yang lebih murah.

B. Saran

Dalam penulisan skripsi ini, terdapat saran yang ingin di sampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Dalam menerapkan strategi pengembangan industri kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing diharapkan dapat dijalankan secara konsisten agar dapat bersaing dengan competitor lainnya.
2. Untuk Toko Lazarus Batik Jember berdasarkan hasil penelitian adalah mengantisipasi adanya faktor penghambat yang dapat menghambat dalam menerapkan strategi pengembangan industry kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing pada Toko Lazarus Batik Jember.



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

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Achmadi, Cholid Narbuko. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.
- Afif, Ahmad dan Sri Wahyunita, “Penguatan Daya Saing Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Melalui Mutu Produksi dan Pemasaran.” *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, Vol. 4, No. 2, (2021): 48-59.
- Arifianti, Ria. “Activation Of Creative Sub-Economic Sector In Bandung City.” *Jurnal Adbispreneur*, Vol. 2, No. 3, Desember, 2017.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Craven David W. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- Danim, Sudarman. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002.
- David, Fred R. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- David, Fred R. *Strategic Management Concept and Cases*. England: Pearson Education Limited. 2015.
- David, Fred R. *Strategic Management Concepts and cases*. New Jersey: Prentice Hall, 2001.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, 1997.
- Effendy, Uchjana Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakaya, 1992.
- Fathoni , Muhammad Yazid. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Sinar Jaya Konveksi Kudus Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Manufaktur.” Skripsi, Universitas Tidar, 2022.
- Hariadi, Bambang. *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing, 2015.
- Hasan Iqbal. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Heri Cahyo Bagus Setiawan, *Manajemen Industri Kreatif : Teori dan Aplikasi*, (Gresik : PT. Berkas Mukmin Mandiri, 2020),
- Ibrahim. *Metode Penelitian Kualitatif Panduan penelitian Beserta Contoh Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.

- Ilham, Muhammad. "Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing Agrobisnis Tanaman Hias Melalui Media Sosial Di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember." Thesis, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.
- Intruksi Presiden RI, No.06 Tahun 2009, tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- Kasali Rhenald. *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata I*. Jakarta: Mizan Media Utama, 2010.
- Kasiram, Moh. *Metodologi Peneleitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN-Maliki Press, 2010.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011.
- Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007.
- Larrence, Boyd Walker. *Manajemen Pemasaran dengan Efektif dan Profitable*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Lestiarini, Tri widya agustin Lestiarini. "Strategi Pengembangan Umkm Sepatu Ud Orlando Jaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Dengan Menggunakan Analisis Swot." Thesis, Universitas Islam Majapahit, 2021.
- M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjakusuma. *Menggasa Bisnis Islam*. Jakarta: Gip, 2002.
- Marbun, B.N. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003.
- Masrohatin, Siti, Hikmatul Hasanah, Vira Rahmadiyahanti, "Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerajinan Monte Dengan Model Triple Helix di Blimbingsari Banyuwangi," *Stebis Igm*, Vol 3, No 2, (Januari, 2023):215.
- Meleong J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Michael A, Porter. *Competitive Advantage*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2001.
- Michael Huberman, Matthew B. Miles Dan A. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Model-Model Baru*, Terj.Tjecep Rohidi. Jakarta: UI-Press, 2014.
- Mukhamad Najib, Musa Hubeis. *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015.
- Muljono, Djoko, Op.Cit.

- Munir, Misbahul, Abdul Rokhim, dan Ahmad Baisuni, "Analisa Strategi Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Bisnis Dan Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Lingkungan Kampus Kabupaten Jember," *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, Vol. 5, No. 2, (Desember, 2022): 38-49.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Peraturan Menteri pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses.
- Rangkuti, Fredy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Ratu Afrilia, Amruk Fajri. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Duta Publisier, 2008.
- Renanda, Rifqi. "Industri Kreatif Dan Kontribusinya Dalam Perekonomian Indonesia." 23 Februari 2023, <https://Greatdayhr.Com/Id-Id/Blog/Industri-Kreatif>.
- Renny Oktafia, Devi Afriyani Maiyuniarti. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Olahan Kripik Di Desa Kebonwaris, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan." *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 03, No. 02, 2022.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996.
- Saihan. Abdul Muhith. Umi Fariyah. et. al. *Pengembangan Model Pembelajaran literasi Membaca Untuk Sekolah Dasar Indonesia Dan Malaysia*. Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2021.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Penerbit Pustaka Ramadhan, 2017.
- Sari, Novita. "Strategi Dan Inovasi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Khas Kota Bengkulu Era Industri 4.0." Diploma Thesis, IAIN Bengkulu, 2021.
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Sholihin Ismail. *Manajemen Strategic*. Bandung: Erlangga, 2012.
- Siagian, Sondang. *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986.
- Sri Budi Cantika, Amirullah. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sunarya, Abas. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011.
- Supratikno, Hendrawan. *Advanced Strategic Management; Back to Basic Approach*. Jakarta : PT. Gravindo Utama, 2003.
- Sutrisno, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Tambunan, Tulus. *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- Taulangi, Triady. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pengolahan Sampah Dalam Peningkatan Kreatifitas Masyarakat Di Kecamatan Polewali Kabupaten Polman." Skripsi, Universitas Negri Makassar, 2021.
- Undang-Undang RI, No 03 Tahun 2014, tentang Perindustrian.
- Widyaningsih, Pratama. "Analisis SOAR dalam menentukan strategi pengembangan bisnis pada industri kreatif busana muslim Kota Semarang (studi kasus pada industri kecil kasay hijab Indonesia." Thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.
- Yuliaty, Tetty. "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong." *Journal Management, Business, And Accounting*, Vol. 19, No. 3, (Desember, 2020).

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Hasan Basri

NIM : E20192211

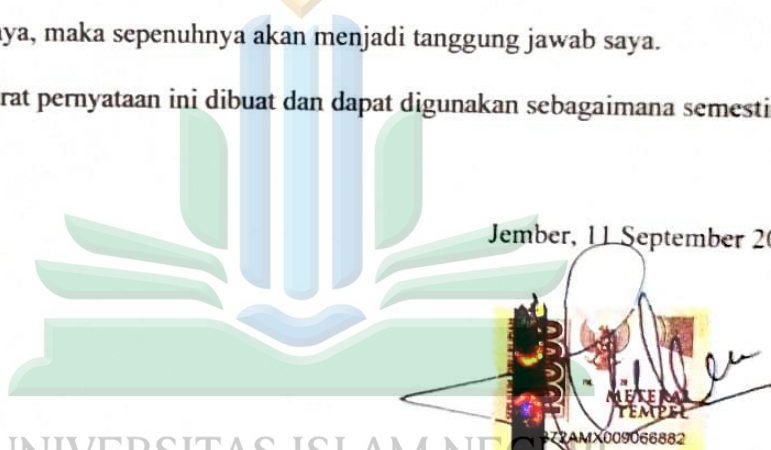
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/ Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Dusun Krajan, Desa Seputih, RT.003/RW.001, Kec. Mayang, Kab. Jember.

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember**". Adalah benar-benar hasil karya saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 11 September 2024



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Muhammad Hasan Basri
NIM. E20192211

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember	<ol style="list-style-type: none"> Pengembangan Industri Kreatif Meningkatkan Daya Saing 	<ol style="list-style-type: none"> Pengembangan Industri Kreatif <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan Daya Saing 	<ol style="list-style-type: none"> Sumber Daya Manusia Fasilitas bagi SDM <ol style="list-style-type: none"> Riset Pengembangan ketenaga kerjaan <ol style="list-style-type: none"> produk <ol style="list-style-type: none"> kemeja kemeja couple jas gamis blouse kebaya gaun celana batik baju syar'i sarimbit desain <ol style="list-style-type: none"> batik Madura batik sogan (solo) batik kraton (yogyakarta) batik parang (jawa) 	<ol style="list-style-type: none"> Informan (wawancara) <ol style="list-style-type: none"> Kepala Toko Lazarus Batik Jember Kepala Bidang Operasional Toko Lazarus Batik Jember Karyawan Toko Lazarus Batik Jember Dokumentasi Observasi 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan Kualitatif Jenis Penelitian: <i>Field Study Reseach</i> Teknik Pengumpulan Data <ol style="list-style-type: none"> Observasi Wawancara Dokumentasi Teknik Analisis Data: <ol style="list-style-type: none"> Pengumpulan Data Reduksi Data Penyajian Data Penarikan Kesimpulan/Verifikasi Keabsahan Data: Triangulasi Sumber Data. Lokasi: Toko Lazarus Batik Jember. 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana strategi pengembangan industri kreatif di Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember? Apasaja faktor penghambat yang dihadapi Toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?

PEDOMAN WAWANCARA

“STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA TOKO LAZARUS BATIK JEMBER”

1. Bagaimana strategi pengembangan industri kreatif di toko Lazarus Batik Jember untuk meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember ?

Apa pengertian strategi yang bapak/ibu ketahui?

- a. Bagaimana langkah- langkah strategi yang di lakukan oleh Toko Lazarus Batik Jember?
- b. Bagaimana pengembangan usahan yang di lakukan oleh Toko Lazarus Batik Jember?
- c. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Toko Lazarus Batik Jember?
- d. Bagaimana cara meningkatkan daya saing yang di lakukan oleh Toko Lazarus Batik Jember?

2. Apasaja factor penghambat yang dihadapi toko Lazarus Batik Jember untuk Meningkatkan daya saing pada Lazarus Batik Jember?

- a. Apa yang menjadi factor penghambat dalam menerapkan strategi pengembangan industri kreatif untuk meningkatkan daya saing di Toko Lazarus Batik Jember?
- b. Bagaimana hambatan yang dihadapi oleh bapak/ibu dalam menerapkan strategi pengembangan industri kreatif untuk meningtkkan daya saing di toko Lazarus Batik Jember?

SURAT IZIN PENELITIAN



**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: feb@uisu.ac.id Website: <http://feb.uisu.ac.id>

Nomor : B-118 /Un.22/7 a/PP.00.9/04/2023
Lampiran : *
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

11 April 2023

Kepada Yth.
Pimpinan Toko Lazarus Balik Jember
Jl. Gajah Mada, No. 285, Kaliwates Kidul, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember
Jawa Timur, 68131

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

Nama	Muhammad Hasan Basri
NIM	E20192211
Semester	VII (Delapan)
Jurusan	Ekonomi Islam
Prodi	Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Balik Jember Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

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

Wakil Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

JURNAL PENELITIAN

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA TOKO LAZARUS BATIK JEMBER

NO	TANGGAL	JENIS KEGIATAN	PARAF
1.	23 Maret 2023	Observasi tempat penelitian	Ju
2.	12 April 2023	Menyerahkan surat izin penelitian	Ju
3.	03 Juli 2024	Wawancara dan Dokumentasi dengan ibu Nur selaku kepala toko.	Ju
4.	03 Juli 2024	Wawancara dan Dokumentasi dengan bapak Junaidi selaku owner dan kepala oprasional.	Ju
5.	03 Juli 2024	Wawancara dan Dokumentasi dengan mbak Erni, Amir, Habibah selaku karyawan.	Ju
6.	11 Juli 2024	Wawancara dengan ibu Nur selaku kepala toko.	Ju
7.	11 Juli 2024	Wawancara dengan bapak Junaidi selaku owner dan kepala oprasional.	Ju
8.	17 Juli 2024	Wawancara dengan ibu Nur selaku kepala toko.	Ju
9.	17 Juli 2024	Wawancara dengan bapak Junaidi selaku owner dan kepala oprasional.	Ju
10.	10 September 2024	Meminta Surat Keterangan Selesai Penelitian Pada Toko Lazarus Batik Jember	Ju

Jember, 11 September 2024
Mengetahui,
Owner Toko Lazarus Batik Jember

Junaidi

SURAT SELESAI PENELITIAN

SURAT KETERANGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

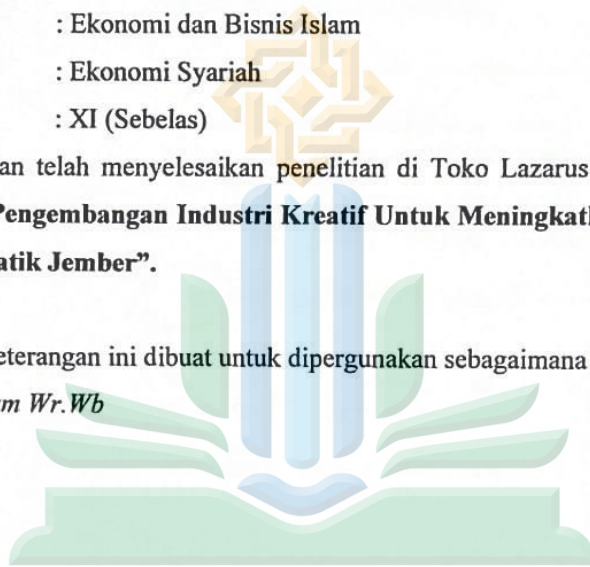
Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa mahasiswa Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan data sebagai berikut:

Nama : Muhammad Hasan Basri
NIM : E20192211
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Semester : XI (Sebelas)

Yang bersangkutan telah menyelesaikan penelitian di Toko Lazarus Batik Jember dengan Judul **“Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.Wb



Jember, 11 September 2024

Kepala Toko Lazarus Batik Jember

UNIVERSITAS ISLAM JEMBER
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Junaidi

SURAT SELESAI BIMBINGAN



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 : Muhammad Hasan Basri
NIM : E20192211
Semester : XI (Sebelas)

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

Jember, 10 September 2024
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Sofiah, M.E.

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



SURAT PLAGIASI



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

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Hasan Basri
NIM : E20192211
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Lazarus Batik Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 November 2024
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Lukluk Musfiroh



FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara Dengan Bapak Junaidi Selaku Owner Toko Lazarus Jember



Meminta surat keterangan selesai penelitian



Wawancara Dengan Mbak Habibah Selaku Karyawan Toko Lazarus Batik Jember



Wawancara Dengan Mbak Erni Selaku Karyawan Toko Lazarus Batik Jember



Produk toko Lazarus Batik Jember



Produk toko Lazarus Batik Jember

BIODATA PENULIS



Nama : Muhammad Hasan Basri

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 13 Juli 2001

Alamat : Dusun Krajan, RT003/RW001, Desa Seputih,
Kec. Mayang, Kabupaten Jember.

Agama : Islam

No. Tlp : 081234657391

Email : basrihasan01031@gmail.com

Riwayat pendidikan

MI/SD : SDN Karang Kedawung 01 (2007-2013)

SMP/MTS : SMP NURIS Jember (2013-2016)

SMA/SMK : MAN 2 Jember (2016-2019)

Perguruan tinggi : UIN KHAS JEMBER (2019-2023)