

**FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF
INDUSTRI PRODUK PISANG DI
KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI



Oleh:

Rizqy Putra Anugrahvianto

NIM : 211105020072

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

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
AGUSTUS 2025**

**FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF INDUSTRI
PRODUK PISANG DI KABUPATEN LUMAJANG**

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
Disusun oleh:
Rizqy Putra Anugrahvianto
NIM : 211105020072
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

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

**FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF INDUSTRI
PRODUK PISANG DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Rizqy Putra Anugrahvianto
NIM : 211105020072

Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Toton Fanshurna M.E.I
NIP. 198112242011011008

**FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF INDUSTRI
PRODUK PISANG DI KABUPATEN LUMAJANG**

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 : Selasa

Tanggal : 29 April 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Siti Indah Purwaning Yuwana., S.Si., M.M.

NIP.198509152019032005


M.Daud Rhosyidy , M.E.

NIP.198107022023211003

Anggota :

1.Dr. Hj. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT. ()

2.Toton Fanshurna, M.E.I. ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M. Ag

NIP.196812261996031001

MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ

"Dan katakanlah: 'Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu pula Rasul-Nya dan orang-orang beriman.'" (QS. At-Tawbah: 105).¹



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

¹ Maya Sari Maidiana, "Ayat-Ayat Tentang Fungsi Manajemen," *Alacrity: Journal of Education* (2021): 87–94.

PERSEMBAHAN

Dengan anugerah dan petunjuk dari Allah Swt. Yang Maha Pengasih, yang telah membimbing setiap langkah hamba-Nya, serta melimpahkan segala kebaikan-Nya untuk dapat menyelesaikan penulisan ilmiah ini. Karya sederhana ini disajikan oleh penulis dengan rasa hormat kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yaitu Saiful dan Sri Hartatik yang telah memberikan edukasi dan dedikasi mereka sehingga penulis mampu menempuh pendidikan tinggi Strata Satu (S1) dan menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi.
2. Para guru yang telah mendampingi perjalanan pendidikan penulis, dari Guru mengaji, Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMA).
3. Almamater tercinta, yaitu Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS JEMBER).
4. Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Komisariat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ruang kepada penulis untuk berproses.

5. Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan wadah untuk berproses.



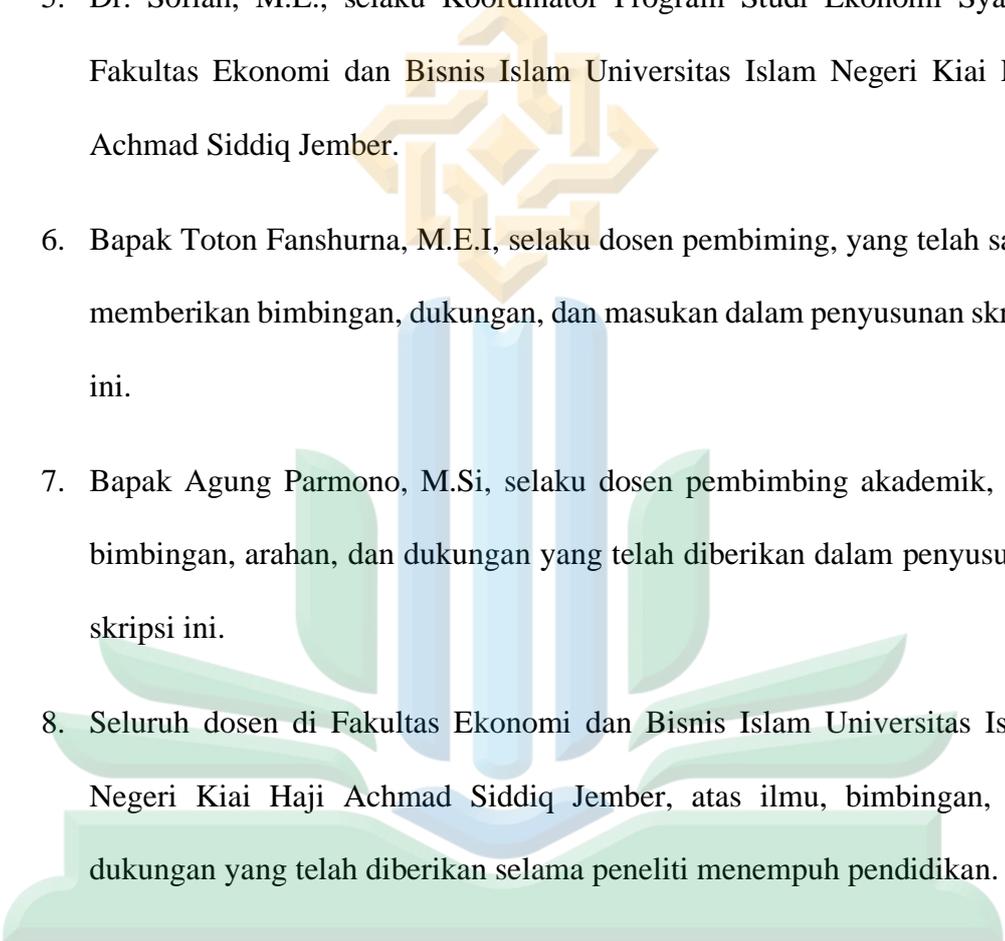
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memungkinkan perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai bagian dari persyaratan program sarjana dapat berjalan lancar. Shalawat dan salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Agung Muhammad saw, pembawa kita dari zaman kegelapan menuju cahaya Islam yang kita nantikan syafaatnya di hari kiamat nanti. Penyelesaian skripsi ini tak akan tercapai tanpa bantuan serta dukungan penuh dari berbagai pihak yang dengan tulus membantu penulis. Karenanya, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor 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.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

- 
5. Dr. Sofiah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 6. Bapak Toton Fanshurna, M.E.I, selaku dosen pembimbing, yang telah sabar memberikan bimbingan, dukungan, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
 7. Bapak Agung Parmono, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik, atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
 8. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, atas ilmu, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan selama peneliti menempuh pendidikan.

Dengan harapan yang tulus, semoga segala kebaikan yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang terlibat diangkat oleh Allah Swt. sebagai amal yang diterima.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jember, 28 November 2024

Penulis,

Rizqy Putra Anugrahvianto

ABSTRAK

Rizqy Putra Anugrahvianto, 2024: *Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Produk Pisang di Kabupaten Lumajang.*

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Pengembangan Produk Pisang, Kabupaten Lumajang

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas sebagai faktor produksi yang utama. Kabupaten Lumajang dapat mengoptimalkan potensi produk pisang, perlu adanya analisis mendalam mengenai faktor-faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi pengembangan industri ini. Kabupaten Lumajang dikenal sebagai salah satu daerah penghasil pisang dengan kualitas yang baik, namun berbagai tantangan dalam proses pengembangannya perlu diidentifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang kondisi yang ada di lapangan serta upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk pisang, baik di pasar lokal maupun nasional.

Penelitian ini difokuskan pada dua pertanyaan utama, yaitu: 1) Apa faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, dan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan kreativitas? 2) Apa faktor penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, dan upaya apa yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut sehingga pengembangan dapat lebih optimal?

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan petani, pengusaha, dan pihak terkait, serta observasi lapangan dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber sebagai teknik keabsahan data untuk meningkatkan keandalan dan validitas hasil dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber data, teknik pengumpulan data, dan waktu, seperti wawancara, observasi, dan dokumen.

Kesimpulan dari penelitian ini pengembangan ekonomi kreatif industri produk pisang di Kabupaten Lumajang didukung oleh ketersediaan bahan baku yang melimpah. Kabupaten Lumajang dikenal sebagai salah satu penghasil pisang terbesar di Jawa Timur, dengan berbagai varietas unggulan seperti pisang agung dan pisang mas kirana. Faktor pendukung lainnya adalah dukungan pemerintah daerah dalam bentuk pelatihan dan promosi produk lokal. Pemerintah Lumajang secara aktif menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan dan pengolahan produk bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Pengembangan ekonomi kreatif industri produk pisang di Kabupaten Lumajang dihadapkan pada beberapa hambatan. Kendala lain adalah terbatasnya akses terhadap teknologi dan modal usaha. Banyak pelaku usaha di Lumajang, terutama yang berada di skala mikro dan kecil, menghadapi kesulitan dalam mendapatkan alat produksi modern yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori	37
BAB III METODE PENELITIAN	69
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	69
B. Lokasi Penelitian.....	70

C. Subjek Penelitian.....	71
D. Teknik Pengumpulan Data.....	71
E. Analisis Data.....	76
F. Keabsahan Data.....	77
G. Tahap-tahap Penelitian.....	78
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	80
A. Penyajian Data	80
B. Analisis Data.....	91
C. Pembahasan Temuan.....	98
BAB V PENUTUP.....	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

1. Matriks Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Surat Keterangan Plagiasi
7. Jurnal Kegiatan Penelitian
8. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2. Jumlah Petani dan Pengusaha Pisang Kecamatan Kabupaten Lumajang.....	34



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Keberadaan ekonomi kreatif sangat dibutuhkan bagi pemerintah untuk mengokohkan perekonomian, terutama pada sektor ril.² Kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusianya yang berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusianya. Industri ekonomi kreatif merupakan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang potensial dikembangkan bagi perekonomian di Indonesia. Industri ekonomi kreatif memiliki berbagai unsur, diantaranya kreatifitas dan sumber daya manusia. Dari segi unsur kreatifitas, berusaha menciptakan inovasi produk yang baru dan bermutu. Sedangkan dari segi unsur sumber daya manusianya adalah berusaha untuk mengembangkan dan memberdayakan inovasi produknya agar mudah dijangkau konsumen.³ Industri kreatif merupakan industri yang berpotensi untuk dikembangkan mengingat industri ini memiliki sumber daya yang sifatnya tidak terbatas, yaitu berbasis pada intelektualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki.

² Muhammad Hasan, "Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi," *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 1, no. 1 (2018): 81–86.

³ Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif menuju Go Global (Sebuah Riset dengan Model Pentahelix)* (Jakarta: Merdeka Kreasi Group, 2021).

Nasionalisme ekonomi Indonesia dalam era kompetensi global mendorong pelaku industri Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berdaya saing menciptakan komoditas inovasi produk yang bermutu. Beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam mewujudkan kemandirian ekonomi adalah : 1) Perencanaan Ekonomi 2) Pembangunan Ekonomi 3) Pengembangan Ekonomi secara berkelanjutan. Dari segi aspek perencanaan kemandirian ekonomi, sistem pemerintahan harus mampu mengetahui potensi ekonomi di tingkat pusat sampai daerah untuk diolah menjadi sebuah rencana strategis tata kelola pemerintahan. Hal ini sebagai pedoman dalam menjalankan implementasi kebijakan ekonomi pemerintah. Dari segi aspek pembangunan kemandirian ekonomi, bahwa sistem pemerintahan harus mampu mengakomodasi segala bentuk agregasi kepentingan publik melalui aktor politik di tingkat legislatif dan eksekutif sebagai pemangku kebijakan publik. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pelaksanaan program pembangunan dan aksesibilitas ekonomi bagi masyarakat.⁴

Menurut John Howkins, ekonomi kreatif merupakan aktivitas yang menghasilkan pendapatan dari ide-ide dan kreativitas, tidak hanya dari produk fisik. Howkins menekankan bahwa sektor-sektor seperti seni, desain, dan teknologi informasi adalah inti dari ekonomi kreatif, di mana ide-ide segar dan inovasi menjadi sumber utama nilai ekonomi.⁵

Richard Florida, seorang ahli ekonomi dan geografi urban, menambahkan bahwa ekonomi kreatif didorong oleh kelas kreatif, yaitu kelompok individu yang

⁴ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia* (Yogyakarta: CV. Ziyadbooks, 2016).

⁵ John Howkins, *Invisible Work: The Future of the Office Is in Your Head* (Stroud: September Publishing, 2020).

pekerjaannya melibatkan pemecahan masalah, inovasi, dan pemikiran *out of the box*. Menurut Florida, kelas kreatif memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi *modern* karena mereka menghasilkan ide-ide baru yang dapat dikomersialkan dan menciptakan lapangan kerja. Ekonomi kreatif, menurutnya, adalah katalis utama untuk pengembangan urban dan transformasi ekonomi berbasis pengetahuan.

Berdasarkan data Dinas Pertanian Provinsi Jawa Timur, Kabupaten Lumajang merupakan salah satu daerah penghasil pisang terbesar di Jawa Timur, dengan luas lahan perkebunan pisang mencapai ribuan hektar dan produksi tahunan yang signifikan. Selain itu, survei pasar menunjukkan adanya permintaan yang tinggi untuk produk pisang olahan seperti keripik pisang dan pisang kering, baik di pasar lokal maupun nasional. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar untuk mengembangkan produk pisang sebagai komoditas unggulan dan memperkuat ekonomi lokal.

Salah satu fenomena ekonomi kreatif pada lingkup kecil di kabupaten lumajang adalah maraknya usaha rumahan berbasis produk lokal, seperti kerajinan tangan dan makanan khas. Contohnya adalah produksi keripik pisang dan tape singkong yang diolah secara kreatif dengan berbagai rasa dan kemasan menarik. Usaha ini sering digagas oleh ibu-ibu rumah tangga atau kelompok masyarakat desa yang memanfaatkan hasil alam sekitar. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, produk-produk ini mulai dikenal luas, meskipun produksinya masih terbatas pada skala rumah tangga.

Beberapa desa di Kecamatan Senduro, seperti Desa Sarikemuning dan Desa Burno, dikenal sebagai wilayah penghasil pisang dengan jumlah produksi yang cukup besar. Potensi ini mulai dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat melalui kegiatan ekonomi kreatif berbasis produk lokal. Misalnya, terdapat inisiatif usaha rumah tangga yang mengolah pisang menjadi keripik, pisang kering, atau produk lain yang dikemas secara lebih menarik. Meskipun skalanya masih terbatas dan belum merata, usaha semacam ini menunjukkan adanya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya nilai tambah produk. Desa-desa ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai pusat pengolahan pisang berbasis ekonomi kreatif yang terintegrasi dengan sumber daya lokal dan promosi digital.

Festival budaya seperti "Festival Ranu Kumbolo" menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Lumajang. Acara ini memadukan seni, budaya, dan pariwisata yang menarik banyak wisatawan, baik lokal maupun dari luar daerah. Pelaku ekonomi kreatif seperti seniman, pengrajin, dan penyedia kuliner lokal mendapatkan panggung untuk memasarkan produk mereka. Festival ini juga didukung oleh pemerintah daerah sebagai upaya untuk menjadikan Lumajang sebagai destinasi pariwisata berbasis budaya dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.⁶

Kabupaten Lumajang dalam pengembangan ekonomi kreatif, khususnya dalam sektor produk pisang, menghadapi tantangan dan peluang yang unik. Kabupaten ini memiliki potensi besar dalam memanfaatkan pisang sebagai produk

⁶ Yessy Anggraeni, Suwingnyo Widagdo, dan Yuniorita Indah Handayani, "Determinant of the Decision to Visit Tourist Attractions," *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 12, no. 2 (2022): 125–130.

unggulan dengan memanfaatkan kearifan lokal dan kekayaan sumber daya alam. Namun, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya akses pasar, dan minimnya inovasi dalam pengolahan pisang menjadi penghambat utama. Oleh karena itu, upaya untuk mengatasi masalah ini melalui peningkatan akses pasar, pelatihan keterampilan, dan dukungan infrastruktur sangat penting untuk mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif di Lumajang dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.⁷

Indonesia memiliki salah satu masalah utama yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah kurangnya dukungan infrastruktur dan akses pasar yang memadai. Banyak pelaku usaha kreatif mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka secara efektif, baik karena keterbatasan jaringan distribusi maupun akses ke teknologi informasi. Selain itu, kurangnya pelatihan dan pendidikan yang spesifik dalam bidang kreatif juga menjadi hambatan, mengakibatkan rendahnya keterampilan teknis dan manajerial di kalangan pelaku usaha. Masalah lainnya termasuk kurangnya akses ke pendanaan dan kebijakan pemerintah yang belum sepenuhnya mendukung pertumbuhan sektor kreatif.

Ekonomi kreatif di Kabupaten Lumajang muncul sebagai respons terhadap potensi lokal dan kebutuhan untuk meningkatkan nilai tambah dari produk-produk unggulan daerah, seperti pisang. Contohnya, pengembangan ekonomi kreatif melalui produk pisang dapat dilihat dalam inovasi olahan pisang seperti keripik pisang dan pisang kering yang memanfaatkan kekayaan alam lokal dan keahlian

⁷ Bhisma Wifhanda Aldiansyah, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi* (Skripsi, IPDN, 2022).

masyarakat setempat. Ekonomi kreatif terus menjadi tren karena kemampuannya untuk menggabungkan kreativitas dengan keuntungan ekonomi, menciptakan produk unik dengan nilai tambah tinggi yang dapat bersaing di pasar global. Selain itu, ekonomi kreatif mendorong pertumbuhan industri yang lebih inklusif dan berkelanjutan, memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk berinovasi dan memperkuat identitas budaya lokal, yang menjadikannya relevan dan menarik dalam konteks ekonomi modern.

Ekonomi melalui produk Aqwanu yang dilakukan oleh Niken Lestari dan Mei Rahmawati dapat dihubungkan dengan judul penelitian Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Produk Pisang di Kabupaten Lumajang melalui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk lokal dalam konteks ekonomi kreatif.

Penelitian Putri, membahas mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif terhadap perilaku UMKM kuliner di Kabupaten Sampang mempengaruhi pengembangan produk lokal dalam konteks ekonomi kreatif. Kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif.⁸ Sementara studi di Sampang fokus pada UMKM kuliner dan strategi yang diterapkan oleh pemerintah daerah, penelitian di Lumajang mengkaji produk pisang dan tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan potensi lokal.

⁸ Erni Puspanantasari Putri, "Penyuluhan Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Desa Minggirsari, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur," dalam *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 204–212

Dalam penelitian mengenai Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Produk Pisang di Kabupaten Lumajang, hal yang ada biasanya mencakup identifikasi potensi daerah, seperti ketersediaan bahan baku pisang yang melimpah, keterampilan masyarakat dalam mengolah produk berbasis pisang, serta dukungan dari pemerintah daerah melalui pelatihan atau akses pemasaran. Penelitian semacam ini juga cenderung menganalisis kontribusi teknologi, akses modal, dan jejaring distribusi sebagai faktor pendukung yang mempercepat perkembangan industri.⁹

Namun, yang sering tidak ada dalam penelitian semacam ini adalah eksplorasi mendalam tentang aspek sosial budaya, seperti preferensi konsumen terhadap produk berbasis pisang dan dinamika pasar dalam skala internasional. Selain itu, faktor lingkungan, seperti dampak limbah dari pengolahan produk pisang, juga jarang dibahas secara detail. Aspek keberlanjutan dalam hal regenerasi pelaku usaha dan strategi adaptasi terhadap perubahan pasar global sering kali terlewatkan, sehingga hasil penelitian berisiko kurang memberikan solusi jangka panjang.

Penelitian terkait pengembangan ekonomi kreatif, khususnya pada industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, telah banyak menyoroti faktor pendukung seperti ketersediaan bahan baku, keterampilan masyarakat, dan dukungan kebijakan pemerintah, terdapat beberapa celah yang belum terjawab. Salah satu *gap research* yang mencolok adalah kurangnya kajian tentang strategi inovasi produk untuk

⁹ Handayani Hajar Aswati, "Bauran Pengembangan Ekonomi Kreatif Bake O'Clock Melalui Bauran Pemasaran," *Lensa* 16, no. 2 (2022): 25–31.

memenuhi preferensi pasar global, terutama dalam menghadapi persaingan internasional. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung kurang mendalami aspek keberlanjutan lingkungan, seperti pengelolaan limbah produksi dan dampaknya terhadap ekosistem lokal. Perspektif konsumen, baik lokal maupun internasional, dalam hal nilai budaya, kualitas produk, dan daya saing harga juga belum banyak dijadikan fokus utama.¹⁰

Ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam hal penjualan produk kopi dan penciptaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Dalam menjalankan peran dan fungsinya, *stakeholders* terus berupaya secara maksimal untuk menerbitkan inovasi dan kreasi yang dapat menjamin keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari.¹¹ Berbeda dengan penelitian ini dikarenakan dalam hal ini difokuskan dalam penelitian ini yaitu terkait faktor pendukung dan penghambat pengembangan ekonomi kreatif industri produk pisang di Kabupaten Lumajang.

Penelitian ini membahas pentingnya pengembangan ekonomi daerah, khususnya di Kabupaten Lumajang, yang memiliki potensi besar dalam industri produk pisang. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif di bidang ini, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan, termasuk

¹⁰ Ameliatun Hasanah, *Peran UMKM 3 Bersaudara dalam Membuka Kesempatan Kerja bagi Remaja Melalui Ekonomi Kreatif (Di Desa Tanjung Pakis Kecamatan Pakis Jaya Kabupaten Karawang)* (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2023).

¹¹ Bhisma Wifhanda Aldiansyah, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi* (Skripsi, IPDN, 2022).

pemerintah, pengusaha, dan masyarakat lokal. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif, mendukung pertumbuhan industri produk pisang, dan mendorong pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri, sehingga memungkinkan mereka untuk lebih siap dalam menghadapi persaingan dan memanfaatkan potensi pasar yang ada. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mendorong diversifikasi ekonomi di Kabupaten Lumajang.

B. Fokus Masalah

Pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, dan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan kreativitas?
2. Apa faktor penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, dan strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut sehingga pengembangan dapat lebih optimal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang terdapat diatas, maka adapun tujuan penelitian :

1. Mendeskripsikan faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, dan faktor-faktor tersebut dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan kreativitas.
2. Mendeskripsikan faktor penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, dan strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut sehingga pengembangan dapat lebih optimal.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penulis mengharapkan dengan hasil penenitian ini dapat menambah pengetahuan ekonomi kreatif serta kreatifitas dibidang penjualan dan pemahaman tentang dinamika dan tantangan yang dihadapi dalam sektor ekonomi kreatif di tingkat lokal. Temuan dari penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai strategi pengembangan produk kreatif dan memberikan dasar teoretis untuk penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang ekonomi kreatif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Bagi penulis, penelitian ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dalam penelitian kualitatif dan analisis

faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk lokal. Penulis juga dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang tantangan dan peluang dalam ekonomi kreatif, yang dapat berguna untuk penelitian atau proyek-proyek serupa di masa depan.

b. Bagi Kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang berharga dalam kajian ekonomi kreatif dan pengembangan produk lokal. Penelitian ini juga dapat memperkuat reputasi akademik kampus dalam bidang penelitian terapan dan mendukung kurikulum dengan menyediakan studi kasus nyata yang relevan dengan konteks lokal. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan program-program penelitian dan pengabdian masyarakat di kampus.

c. Bagi masyarakat secara umum

Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang potensi dan tantangan dalam pengembangan produk pisang di Kabupaten Lumajang. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif, meningkatkan kualitas dan daya saing produk pisang, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam ekonomi kreatif¹². Selain itu, hasil penelitian dapat membantu masyarakat memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan melalui pemanfaatan potensi lokal secara lebih optimal.

¹² Hadiyan Zikri, "Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia," *Glossary: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 16–25.

E. Definisi Istilah

1. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung adalah hal-hal yang mempengaruhi kemajuan seseorang atau usaha, baik secara internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kesadaran diri, keinginan untuk menerapkan ilmu, serta pemahaman beragama, sementara faktor eksternal mencakup dukungan dari lingkungan, keluarga, dan teman. Sebaliknya, faktor penghambat adalah hal-hal yang menghalangi perkembangan, termasuk rasa malas, ketidakpedulian, atau pergaulan yang tidak mendukung (internal), serta kurangnya dukungan dari keluarga atau lingkungan (eksternal). Menurut Sutaryono, faktor penghambat dibagi menjadi internal dan eksternal, yang masing-masing dapat memengaruhi individu secara signifikan.

2. Pengembangan

Pengembangan adalah upaya menciptakan kondisi yang mendukung proses belajar dan meningkatkan kualitas individu melalui pendidikan dan pelatihan. Menurut pendapat Gagne dan Brings, pengembangan merupakan sistem dalam pembelajaran dengan tujuan mendukung proses belajar yang meliputi serangkaian peristiwa yang ditujukan pada proses belajar internal.¹³ Pengembangan SDM kreatif mengharuskan lingkungan yang merangsang kreativitas, berpikir kritis, dan inovasi, serta

¹³ Bambang Warsita, *Teknologi Pembelajaran: Landasan dan Aplikasinya* (2008): 266.

mempertimbangkan kualitas teknis dan moral untuk menghasilkan kontribusi inovatif di berbagai bidang.

3. **Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini menciptakan produk atau jasa yang berasal dari ide, inovasi, dan daya cipta individu, yang kemudian dimanfaatkan untuk tujuan ekonomi dan sosial.

4. **Industri**

Industri adalah kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah. Tujuan utama dari industri adalah untuk menghasilkan barang atau jasa dengan kualitas tinggi dan harga terjangkau. Industri juga mencakup usaha perakitan, reparasi, serta pengolahan yang menghasilkan produk baik dalam bentuk barang maupun jasa. Industri berperan penting dalam perekonomian dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan memproduksi barang-barang yang dibutuhkan masyarakat.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I. Pendahuluan : Bagian ini menjelaskan latar belakang penelitian mengenai potensi ekonomi kreatif di Kabupaten Lumajang, khususnya dalam industri produk pisang. Peneliti akan mengidentifikasi fokus penelitian yang mencakup faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan industri

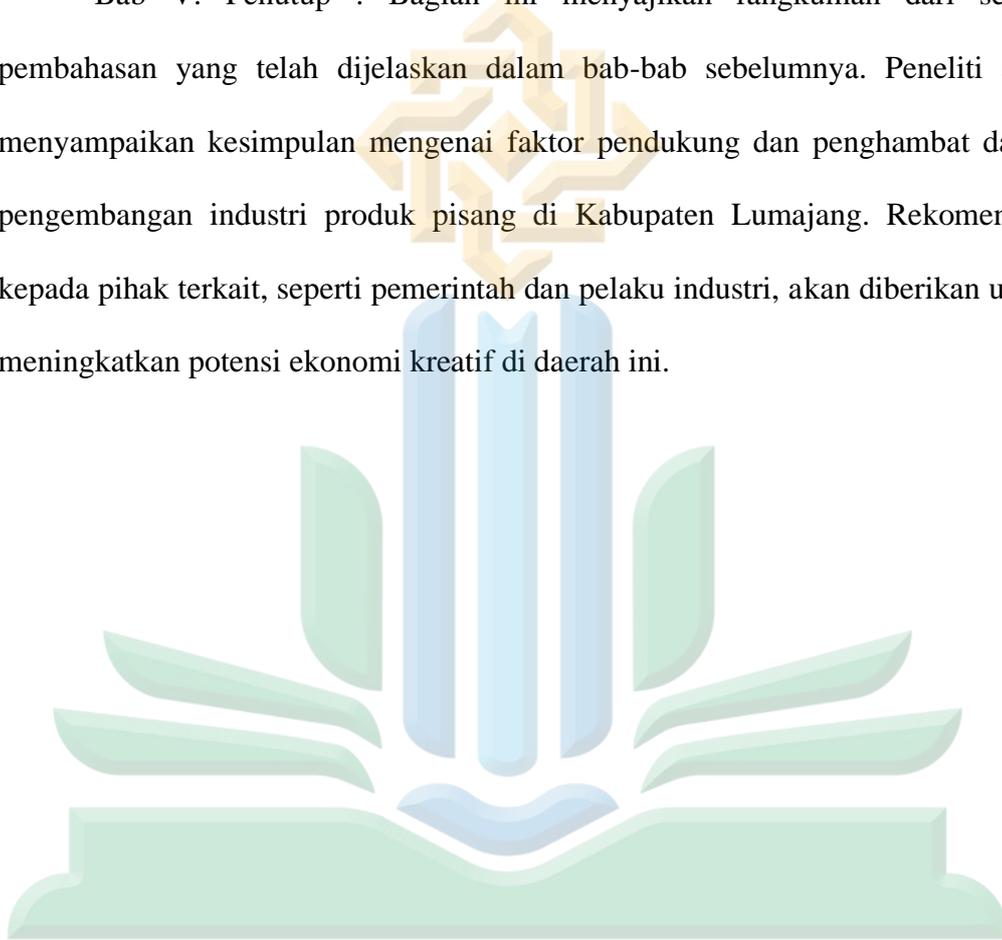
tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi terkini serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan industri pisang di daerah ini. Manfaat penelitian akan dijelaskan untuk berbagai pihak, termasuk pemerintah dan pelaku industri. Selain itu, definisi istilah penting dan susunan pembahasan dalam skripsi akan diuraikan.

Bab II. Kajian Pustaka : Pada bagian ini, peneliti akan mengulas penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pengembangan ekonomi kreatif dan industri produk pisang. Teori-teori yang berkaitan dengan pengembangan industri, strategi pemasaran, dan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan produk akan dibahas untuk memberikan landasan teori yang kuat bagi penelitian ini.

Bab III. Metodologi Penelitian : Bagian ini membahas pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, yaitu pendekatan kualitatif. Peneliti akan menjelaskan lokasi penelitian di Kabupaten Lumajang, subjek yang terlibat dalam penelitian, serta teknik pengumpulan data yang akan diterapkan, seperti wawancara dan observasi. Analisis data akan dijelaskan, termasuk langkah-langkah yang diambil untuk memastikan validitas data yang diperoleh.

Bab IV. Penyajian Data dan Analisis : Di bagian ini, peneliti akan memberikan gambaran objek penelitian yang meliputi kondisi industri pisang di Kabupaten Lumajang. Data yang dikumpulkan akan disajikan dan dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan industri produk pisang. Diskusi temuan juga akan dilakukan untuk memahami implikasi dari hasil analisis yang diperoleh.

Bab V. Penutup : Bagian ini menyajikan rangkuman dari semua pembahasan yang telah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya. Peneliti akan menyampaikan kesimpulan mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan industri produk pisang di Kabupaten Lumajang. Rekomendasi kepada pihak terkait, seperti pemerintah dan pelaku industri, akan diberikan untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif di daerah ini.



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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk meneliti dan mengkaji suatu objek penelitian, diperlukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, dalam bagian ini, peneliti menyajikan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum. Dengan langkah ini, kita dapat menilai sejauh mana orisinalitas dan relevansi posisi penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Khasanah, U. (2020). *Kolaborasi antara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) dan Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dalam Membantu Pemberdayaan Ekonomi* (Skripsi, IAIN Metro).¹⁴

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Kolaborasi antara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) dan Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) dalam membantu pemberdayaan ekonomi. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini bersifat deskriptif. Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya penelitian ini menggunakan teknik analisis data yakni teknik analisis kualitatif dengan

¹⁴ Uswah Khasanah. "Kolaborasi antara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) dan Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dalam Membantu Pemberdayaan Ekonomi." (Skripsi, IAIN Metro, 2020).

kerangka berfikir secara induktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) dan Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) dalam membantu pemberdayaan ekonomi yang dilakukan dalam bentuk pelayanan simpan pinjam, fasilitas pendukung berupa plang selamat datang dan layanan insidental. Dari kolaborasi tersebut memberikan keuntungan bagi BMT AKU dan Payungi.

2. Rini Arvika Sari, dan Tri Handayani, 2021 “Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis)”

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengembangan ekonomi kreatif bidang Kuliner dan apa faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang Kuliner melalui bauran pemasaran (studi kasus Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis). Metode dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif

dengan metode deskriptif dan jenis penelitian ini menggunakan penelitian *survey (survey research)* dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi¹⁵

Penelitian ini membahas pengembangan ekonomi kreatif di sektor kuliner dengan menggunakan bauran pemasaran di Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis. Faktor pendukung termasuk lokasi strategis dan

¹⁵ Rini Arvika Sari, dan Tri Handayani. T. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis)." *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis* 6, no. 1 (2021).

keaktivitas SDM, sementara faktor penghambat mencakup fluktuasi harga bahan baku dan sistem pemasaran terbatas.

Persamaan penelitian ini sama-sama membahas pengembangan ekonomi kreatif dengan fokus pada sektor tertentu. Perbedaan dari penelitian ini menggunakan bauran pemasaran untuk sektor kuliner, sedangkan penelitian pisang fokus pada produk pertanian dan tantangan lokal di Lumajang.

2. Benedhikta Kikky Vuspitasari, Deffrinica, dan Shanti Veronnica Br Siahaan, 2021 "Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang"

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi apa saja potensi desa yang dapat menjadi peluang ekonomi kreatif di Desa Suka Maju dan Faktor apa saja yang menjadi penghambat peluang ekonomi kreatif di Desa Suka Maju. Penelitian ini metode kualitatif pendekatan studi kasus, fokus pada

masyarakat Desa Suka Maju, data primer perangkat desa dan masyarakat desa. Teknik Pengumpulan Data menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi. Validitas data menggunakan metode triangulasi.¹⁶

Penelitian ini mengidentifikasi potensi Desa Suka Maju untuk ekonomi kreatif, seperti anyaman bambu dan wisata alam. Hambatan termasuk kurangnya pengetahuan dan modal, serta rendahnya kesadaran

¹⁶ Benedhikta Kikky Vuspitasari, Deffrinica, dan Shanti Veronnica Br Siahaan, "Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang," *Sebatik* 25, no. 1 (2021): 181.

dan peran desa dalam membina usaha. Menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus.

Persamaan penelitian ini sama-sama mengidentifikasi potensi dan hambatan dalam pengembangan ekonomi kreatif menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini penelitian ini fokus pada potensi desa untuk produk bambu dan wisata, sedangkan penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pertanian di Kabupaten Lumajang

3. Hadin Sri Isnaini, dan Dwi Setya Nugrahini, 2022 “Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dalam Pengembangan Usaha Makanan Kerupuk Beras Sebagai Ekonomi Kreatif Di Dukuh Sumurgung Desa Pucangrejo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun”

Tujuan dari penelitian ini ialah potensi pengelolaan beras dan metode yang digunakan adalah Asset Based Community Development.¹⁷

Penelitian ini membahas pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam pengembangan usaha makanan kerupuk beras di Dukuh Sumurgung. Fokus pada pemanfaatan potensi lokal dan pengembangan ekonomi kreatif melalui produk makanan khas, dengan harapan meningkatkan ekonomi masyarakat setempat.

Persamaan penelitian ini sama-sama membahas pemberdayaan dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif. Perbedaan penelitian ini penelitian ini fokus pada pemberdayaan ibu rumah tangga untuk produk

¹⁷ Hadin Sri Isnaini, dan Dwi Setya Nugrahini. "Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam Pengembangan Usaha Makanan Kerupuk Beras Sebagai Ekonomi Kreatif di Dukuh Sumurgung Desa Pucangrejo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun." *Loyalitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2022): 37.

kerupuk beras, sementara penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pisang di Kabupaten Lumajang

4. Rindiantika, dan Rofiatun, 2022 “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Halal Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Caffe Warkoba Kudus)”

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di Caffe Warkoba Kudus. (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di Caffe Warkoba Kudus Jenis penelitian ini adalah Penelitian tersebut merupakan jenis penelitian lapangan (field research) yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif mengenai latar belakang suatu keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu , kelompok lembaga ataupun masyarakat.¹⁸

Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di Caffe Warkoba Kudus. Faktor pendukung meliputi lokasi strategis dan peralatan memadai, sementara faktor penghambat termasuk pergantian karyawan dan masalah lokasi sewa.

Persamaan penelitian ini keduanya menganalisis strategi pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif. Perbedaan penelitian ini

¹⁸ Rofiatun Rindiantika, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Halal Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Caffe Warkoba Kudus)”. (Skripsi, IAIN Kudus, 2022).

berfokus pada usaha kuliner halal, sedangkan penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pertanian di Kabupaten Lumajang.

5. Winarsih, dan Sri Martono, 2023 “Mengkaji Peran Komite Ekonomi Kreatif dan Unsur Pemerintah Dalam Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten Grobogan, Menghadapi Era Ekonomi Digital”

Tujuan penelitian ini adalah memberikan sumbangan pemikiran kepada Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Grobogan untuk merumuskan strategi yang tepat sebagai dasar dalam menjalankan perannya sebagai motor penggerak melalui pembinaan dan pendampingan para pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Grobogan, khususnya dalam meningkatkan kesiapan menghadapi tuntutan persaingan global di era digitalisasi ekonomi yang menuntut para pelaku ekonomi kreatif melek teknologi atau mampu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.¹⁹

Penelitian ini mengeksplorasi peran komite ekonomi kreatif dan pemerintah dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Grobogan. Menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dan pentingnya sinergi antara pemangku kepentingan.

Persamaan penelitian ini keduanya mengeksplorasi peran berbagai pihak dalam pengembangan ekonomi kreatif. Perbedaan penelitian ini

¹⁹ Sri Martono. "Mengkaji Peran Komite Ekonomi Kreatif dan Unsur Pemerintah dalam Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten Grobogan, Menghadapi Era Ekonomi Digital." *JMBPpreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2023): 14.

menekankan pada peran pemerintah dan komite, sedangkan penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pertanian dengan faktor lokal.

6. Niken Lestari, dan Mei Rahmawati, 2023 “Kajian Pengembangan Produktifitas Ekonomi melalui Produk Aqwanu untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Kreatif MWC NU Buayan Kebumen”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan tantangan organisasi Nahdlatul Ulama untuk mengembangkan produk kreatif MWC NU Buayan Kebumen berupa air isi ulang merek Aqwanu dilatarbelakangi oleh beberapa sisi; konsumen, ekspedisi, pelayanan, system kinerja, globalisasi dan sosialisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif pengembangan produk Aqwanu, sedangkan analisis data menggunakan SWOT. Jenis data adalah data primer yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden melalui dokumentasi dan wawancara.

Untuk memperoleh gambaran faktor pendukung dan penghambat pengembangan produktifitas produk Aqwanu digunakan metode deskriptif.²⁰

Penelitian ini menganalisis potensi dan tantangan dalam pengembangan produk kreatif Aqwanu di bawah naungan MWC NU Buayan Kebumen. Menggunakan metode kualitatif dan analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan produk. Kendala termasuk minimnya pembukuan dan branding digital.

²⁰ Niken Lestari dan Mei Rahmawati, "Kajian Pengembangan Produktifitas Ekonomi melalui Produk Aqwanu untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Kreatif MWC NU Buayan Kebumen," *Akses: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 18, no. 2 (2023): 110.

Kedua penelitian sama-sama mengevaluasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk kreatif menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini fokus pada produk Aqwanu dan tantangan seperti pembukuan, sementara penelitian tentang produk pisang spesifik untuk Kabupaten Lumajang.

7. Nabila Alifia Putri, dan S Anugrahini Irawati, 2022 “Analisa Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Terhadap Perilaku UMKM Kuliner Di Kabupaten Sampang”

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengkaji terkait dengan analisa strategi pengembangan ekonomi kreatif terhadap perilaku UMKM kuliner di kabupaten Sampang. Strategi pengembangan Ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Sampang, untuk mengetahui dan menganalisa apa saja yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi pengembangan ekonomi kreatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menjelaskan fenomena atau karakteristik suatu objek penelitian.²¹

Penelitian ini mengevaluasi strategi pengembangan ekonomi kreatif untuk UMKM kuliner di Kabupaten Sampang. Fokus pada analisis faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan ekonomi kreatif, dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif.

²¹ Nabila Alifia Putri, dan S Anugrahini Irawati, "Analisa Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif terhadap Perilaku UMKM Kuliner di Kabupaten Sampang." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 1 (2022): 3.

Persamaan keduanya menganalisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengembangan ekonomi kreatif dengan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini berfokus pada UMKM kuliner di Sampang, sedangkan penelitian tentang produk pisang di Lumajang lebih spesifik pada produk pertanian.

8. Achmad Tavip Junaedi, Sudarno, Nicholas Renaldo, Amries Rusli Tanjung, Dadi Komardi, Nyoto, Suhardjo, Sarli Rahman, Andi, dan Tandy Sevendy, 2023 “Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak dalam Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat di Era Digitalisasi (Guru Ekonomi Provinsi Riau)”

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan wawasan mengenai ekonomi kreatif di era digital ini. Tim pengabdian menyampaikan tentang manajemen utang kepada para guru ekonomi di Provinsi Riau dengan metode kuliah mimbar dan diskusi terbuka. Penyelenggaraan kegiatan ini didukung oleh SMAN 8 Pekanbaru selaku penyedia tempat

sosialisasi.²²

Penelitian ini mengevaluasi peran ekonomi kreatif dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat di era digitalisasi. Menggunakan metode kuliah mimbar dan diskusi terbuka untuk meningkatkan pengetahuan digital di kalangan guru ekonomi di Provinsi Riau. Pengetahuan ekonomi digital peserta masih terbatas.

²² Achmad Tavip Junaedi, Sudarno, Nicholas Renaldo, Amries Rusli Tanjung, Dadi Komardi, Nyoto, Suhardjo, Sarli Rahman, Andi, Tandy Sevendy, "Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak dalam Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat di Era Digitalisasi (Guru Ekonomi Provinsi Riau)." *Judikat: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023): 89.

Persamaan keduanya menilai peran ekonomi kreatif dalam pertumbuhan ekonomi. Perbedaan penelitian ini menilai dampak ekonomi kreatif pada pendidikan dan digitalisasi, sedangkan penelitian pisang fokus pada produk pertanian di tingkat lokal.

9. Rahmatan Lil Alamin, dan Hasmawaty AR, 2024 “Strategi Meningkatkan Nilai Tambah Produksi Nanas dalam Pengembangan Unit Mikro Kecil dan Menengah Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif”

Dalam penelitian ini bertujuan meningkatkan nilai tambah produksi nanas dalam pengembangan unit mikro kecil dan menengah masyarakat berbasis ekonomi kreatif. Di kelurahan Karang Raja Kecamatan Prabumulih Timur terdapat unit usaha oleh kelompok petani yaitu usaha produksi nanas, untuk meningkatkan nilai tambah serta menjadikan pemanfaatan buah nanas ini sebagai ekonomi kreatif olahan nanas bagi masyarakat. Dalam meningkatkan nilai tambah produksi nanas ini dipengaruhi faktor internal dan eksternal serta adanya strategi yang tepat agar mencapai kestabilan.²³

Penelitian ini menganalisis strategi untuk meningkatkan nilai tambah produksi nanas dengan fokus pada unit mikro, kecil, dan menengah. Menggunakan analisis SWOT dan QSPM untuk mengidentifikasi faktor pendukung seperti kondisi lahan dan dukungan pemerintah, serta hambatan seperti fluktuasi harga nanas.

²³ Rahmatan Lil Alamin, dan Hasmawaty, A. R., "Strategi Meningkatkan Nilai Tambah Produksi Nanas dalam Pengembangan Unit Mikro Kecil dan Menengah Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5, no. 2 (2024): 3834.

Persamaan keduanya, sama-sama menganalisis strategi untuk meningkatkan nilai tambah produk dengan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini berfokus pada produksi nanas dan unit mikro-kecil-menengah, sementara penelitian pisang lebih spesifik pada produk pisang dan tantangan lokal di Lumajang.

10. Lalu Septiya Fahmi Rezi, dan Ibrahim Ali, 2024 “Analisis Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Kemandirian Ekonomi Desa: Perspektif Pengelolaan Sumber Daya Alam”

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat kemandirian ekonomi desa dari sudut pandang pengelolaan sumber daya alam. Kemandirian ekonomi desa merupakan indikator penting dalam pembangunan pedesaan yang berkelanjutan, di mana pengelolaan sumber daya alam memiliki peran kunci. Metode penelitian yang digunakan adalah tinjauan literatur, dengan

mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber akademis, laporan pemerintah, dan dokumen relevan lainnya. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mendukung kemandirian ekonomi desa mencakup keberagaman sumber daya alam, partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan sumber daya, dukungan kebijakan pemerintah, serta akses terhadap teknologi dan informasi.²⁴

²⁴ Lalu Septiya Fahmi Rezi, dan Ibrahim Ali, "Analisis Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Kemandirian Ekonomi Desa: Perspektif Pengelolaan Sumber Daya Alam." Dalam *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, vol. 3, (Mei 2024): 579.

Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat kemandirian ekonomi desa dengan fokus pada pengelolaan sumber daya alam. Faktor pendukung termasuk keberagaman sumber daya dan dukungan kebijakan, sementara penghambat termasuk keterbatasan akses pasar dan infrastruktur.

Persamaan keduanya mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi kemandirian ekonomi. Perbedaan penelitian ini lebih fokus pada pengelolaan sumber daya alam secara umum, sedangkan penelitian pisang spesifik pada produk pertanian di Lumajang

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis & Tahun	Pembahasan
1	Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Rumah UKM Berkah	Rini Arvika Sari, Tri Handayani (2021)	Penelitian ini membahas pengembangan ekonomi kreatif di sektor kuliner dengan menggunakan bauran pemasaran di Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis. Faktor pendukung termasuk lokasi strategis dan kreativitas SDM, sementara faktor penghambat

	Desa Resam Lapis)		<p>mencakup fluktuasi harga bahan baku dan sistem pemasaran terbatas.</p> <p>Persamaan: Sama-sama membahas pengembangan ekonomi kreatif dengan fokus pada sektor tertentu.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini menggunakan bauran pemasaran untuk sektor kuliner, sedangkan penelitian pisang fokus pada produk pertanian dan tantangan lokal di Lumajang.</p>
2	Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang	<p>Benedhikta Kikky</p> <p>Vuspitasari, Deffrinica, Shanti Veronnica Br Siahaan (2021)</p>	<p>Penelitian ini mengidentifikasi potensi desa Suka Maju untuk ekonomi kreatif, seperti anyaman bambu dan wisata alam. Hambatan termasuk kurangnya pengetahuan dan modal, serta rendahnya kesadaran dan peran desa dalam membina usaha. Menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus.</p>

			<p>Persamaan: Sama-sama mengidentifikasi potensi dan hambatan dalam pengembangan ekonomi kreatif menggunakan metode kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini fokus pada potensi desa untuk produk bambu dan wisata, sedangkan penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pertanian di Kabupaten Lumajang.</p>
3	<p>Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dalam Pengembangan Usaha Makanan Kerupuk Beras Sebagai Ekonomi Kreatif Di Dukuh Sumurgung Desa Pucangrejo Kecamatan</p>	<p>Hadin Sri Isnaini, Dwi Setya Nugrahini (2022)</p>	<p>Penelitian ini membahas pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam pengembangan usaha makanan kerupuk beras di Dukuh Sumurgung. Fokus pada pemanfaatan potensi lokal dan pengembangan ekonomi kreatif melalui produk makanan khas, dengan harapan meningkatkan ekonomi masyarakat setempat.</p>

	Sawahan Kabupaten Madiun		<p>Persamaan: Sama-sama membahas pemberdayaan dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini fokus pada pemberdayaan ibu rumah tangga untuk produk kerupuk beras, sementara penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pisang di Kabupaten Lumajang.</p>
4	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Halal Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Caffe Warkoba Kudus)	Rindiantika, Rofiatun (2022)	<p>Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di Caffe Warkoba Kudus. Faktor pendukung meliputi lokasi strategis dan peralatan memadai, sementara faktor penghambat termasuk pergantian karyawan dan masalah lokasi sewa.</p> <p>Persamaan: Keduanya menganalisis strategi</p>

			<p>pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini berfokus pada usaha kuliner halal, sedangkan penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pertanian di Kabupaten Lumajang.</p>
5	<p>Mengkaji Peran Komite Ekonomi Kreatif dan Unsur Pemerintah Dalam Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten Grobogan, Menghadapi Era Ekonomi Digital</p>	<p>Winarsih, Sri Martono (2023)</p>	<p>Penelitian ini mengeksplorasi peran komite ekonomi kreatif dan pemerintah dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Grobogan. Menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dan pentingnya sinergi antara pemangku kepentingan.</p> <p>Persamaan: Keduanya mengeksplorasi peran berbagai pihak dalam pengembangan ekonomi kreatif.</p>

			<p>Perbedaan: Penelitian ini menekankan pada peran pemerintah dan komite, sedangkan penelitian pisang fokus pada pengembangan produk pertanian dengan faktor lokal.</p>
6	<p>Kajian Pengembangan Produktifitas Ekonomi melalui Produk Aqwanu untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Kreatif MWC NU Buayan Kebumen</p>	<p>Niken Lestari, Mei Rahmawati (2023)</p>	<p>Penelitian ini menganalisis potensi dan tantangan dalam pengembangan produk kreatif Aqwanu di bawah naungan MWC NU Buayan Kebumen. Menggunakan metode kualitatif dan analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan produk. Kendala termasuk minimnya pembukuan dan branding digital.</p> <p>Persamaan: Kedua penelitian sama-sama mengevaluasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk kreatif menggunakan metode kualitatif.</p>

			<p>Perbedaan: Penelitian ini fokus pada produk Aqwanu dan tantangan seperti pembukuan, sementara penelitian tentang produk pisang spesifik untuk Kabupaten Lumajang.</p>
7	<p>Analisa Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Terhadap Perilaku UMKM Kuliner Di Kabupaten Sampang</p>	<p>Nabila Alifia Putri, S Anugrahini Irawati (2022)</p>	<p>Penelitian ini mengevaluasi strategi pengembangan ekonomi kreatif untuk UMKM kuliner di Kabupaten Sampang. Fokus pada analisis faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan ekonomi kreatif, dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif.</p> <p>Persamaan: Keduanya menganalisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengembangan ekonomi kreatif dengan pendekatan kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini berfokus pada UMKM kuliner di Sampang, sedangkan penelitian tentang</p>

			produk pisang di Lumajang lebih spesifik pada produk pertanian.
8	Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak dalam Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat di Era Digitalisasi (Guru Ekonomi Provinsi Riau)	Achmad Tavip Junaedi, Sudarno, Nicholas Renaldo, Amries Rusli Tanjung, Dadi Komardi, Nyoto, Suhardjo, Sarli Rahman, Andi, Tandy Sevendy (2023)	Penelitian ini mengevaluasi peran ekonomi kreatif dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat di era digitalisasi. Menggunakan metode kuliah mimbar dan diskusi terbuka untuk meningkatkan pengetahuan digital di kalangan guru ekonomi di Provinsi Riau. Pengetahuan ekonomi digital peserta masih terbatas. Persamaan: Keduanya menilai peran ekonomi kreatif dalam pertumbuhan ekonomi. Perbedaan: Penelitian ini menilai dampak ekonomi kreatif pada pendidikan dan digitalisasi, sedangkan penelitian pisang fokus pada produk pertanian di tingkat lokal.

9	<p>Strategi Meningkatkan Nilai Tambah Produksi Nanas dalam Pengembangan Unit Mikro Kecil dan Menengah Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif</p>	<p>Rahmatan Lil Alamin, Hasmawaty AR (2024)</p>	<p>Penelitian ini menganalisis strategi untuk meningkatkan nilai tambah produksi nanas dengan fokus pada unit mikro, kecil, dan menengah. Menggunakan analisis SWOT dan QSPM untuk mengidentifikasi faktor pendukung seperti kondisi lahan dan dukungan pemerintah, serta hambatan seperti fluktuasi harga nanas.</p> <p>Persamaan: Sama-sama menganalisis strategi untuk meningkatkan nilai tambah produk dengan metode kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini berfokus pada produksi nanas dan unit mikro-kecil-menengah, sementara penelitian pisang lebih spesifik pada produk pisang dan tantangan lokal di Lumajang.</p>
10	<p>Analisis Faktor-Faktor</p>	<p>Lalu Septiya Fahmi Rezi,</p>	<p>Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan</p>

Pendukung dan Penghambat Kemandirian Ekonomi Desa: Perspektif Pengelolaan Sumber Daya Alam	Ibrahim Ali (2024)	<p>menghambat kemandirian ekonomi desa dengan fokus pada pengelolaan sumber daya alam. Faktor pendukung termasuk keberagaman sumber daya dan dukungan kebijakan, sementara penghambat termasuk keterbatasan akses pasar dan infrastruktur.</p> <p>Persamaan: Keduanya mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi kemandirian ekonomi.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini lebih fokus pada pengelolaan sumber daya alam secara umum, sedangkan penelitian pisang spesifik pada produk pertanian di Lumajang.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Secara umum, penelitian-penelitian ini mengangkat tema yang serupa, yaitu pengembangan ekonomi kreatif, tetapi dengan sektor dan pendekatan yang berbeda. Fokus penelitian pada produk pisang di Lumajang menawarkan celah yang lebih spesifik terkait tantangan dan potensi produk pertanian lokal dalam konteks ekonomi kreatif, yang belum banyak dibahas dalam studi-studi lainnya. Hal ini

menunjukkan pentingnya penelitian lebih lanjut untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif di sektor pertanian, khususnya produk pisang, yang dapat memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Lumajang.

B. Kajian Teori

1. Teori Pengembangan

Menurut Jean Pieterse, pengembangan adalah proses terencana yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas, keterampilan, serta kompetensi individu atau organisasi dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pengembangan individu, terutama dalam pendidikan dan sumber daya manusia (SDM), pengembangan bertujuan untuk menciptakan peningkatan dalam kemampuan teknis, konseptual, dan moral melalui proses pendidikan dan pelatihan.²⁵ Pengembangan mencakup berbagai aspek, termasuk peningkatan kualitas diri, daya inovasi, dan kreativitas, yang dapat menghasilkan kontribusi positif bagi individu maupun organisasi.

Pengembangan adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral yang diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan dengan tujuan meningkatkan kompetensi peserta didik atau karyawan. Dalam pengembangan SDM, aspek kreatifitas menjadi sangat penting, karena SDM kreatif mampu membawa inovasi yang berdampak besar

²⁵ Jan Nederveen Pieterse, *Development Theory* (London: Sage, 2010).

dalam berbagai bidang, baik dalam konteks organisasi, bisnis, maupun masyarakat luas.

Faktor pendukung pengembangan adalah elemen-elemen yang mendorong seseorang atau suatu organisasi untuk berkembang dan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Faktor ini bisa berasal dari diri individu maupun lingkungan sekitarnya. Berikut adalah faktor-faktor pendukung pengembangan:²⁶

a. Motivasi Internal

Motivasi internal mencakup dorongan dari dalam diri seseorang untuk belajar, berkembang, dan meningkatkan kompetensinya. Individu yang memiliki kesadaran akan pentingnya pengembangan diri, baik secara teknis, teoritis, maupun moral, akan lebih termotivasi untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan mereka. Kesadaran ini dapat muncul dari keinginan untuk menerapkan ilmu yang sudah diperoleh, minat yang mendalam terhadap bidang tertentu, atau keinginan untuk berkontribusi bagi orang lain maupun organisasi.

b. Kreativitas dan Inovasi

Kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif merupakan faktor pendukung penting dalam pengembangan, terutama dalam konteks pengembangan SDM dan produk. Kreativitas memungkinkan

²⁶ Jaime Ros. *Development Theory and the Economics of Growth*. University of Michigan Press, 2001.

seseorang untuk menghasilkan ide-ide baru yang dapat meningkatkan proses pembelajaran atau penciptaan produk yang lebih unggul. Inovasi adalah proses penerapan ide kreatif yang dapat memberikan solusi atau meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ada.

c. Dukungan Lingkungan

Lingkungan yang mendukung, seperti dukungan dari keluarga, teman, kolega, atau mentor, dapat menjadi dorongan penting dalam proses pengembangan. Lingkungan yang positif memberikan dorongan moral dan psikologis bagi individu untuk terus maju. Di tempat kerja, dukungan dari atasan dan rekan kerja dapat memberikan motivasi untuk terus belajar dan berkembang.

d. Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan pelatihan yang baik adalah faktor utama dalam pengembangan kompetensi individu. Melalui program pendidikan yang tepat dan pelatihan yang relevan, individu dapat memperoleh pengetahuan baru serta keterampilan teknis yang dibutuhkan untuk berkembang di bidang tertentu. Pelatihan yang dirancang dengan baik juga dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan pemecahan masalah.

Selain faktor pendukung, terdapat pula faktor penghambat yang bisa memperlambat atau bahkan menghentikan proses pengembangan individu atau organisasi. Faktor penghambat ini bisa berasal dari dalam diri individu

(internal) maupun dari lingkungan (eksternal). Berikut adalah beberapa faktor penghambat:

a. Rasa Malas dan Ketidakpedulian

Rasa malas dan kurangnya motivasi internal untuk belajar atau mengembangkan diri menjadi salah satu penghambat utama dalam proses pengembangan. Ketidakpedulian terhadap kebutuhan pengembangan dapat membuat individu berhenti belajar atau tidak berusaha untuk meningkatkan kemampuan mereka.

b. Lingkungan yang Tidak Mendukung

Lingkungan yang negatif atau kurang mendukung, baik dari keluarga, teman, maupun tempat kerja, dapat menjadi penghambat perkembangan. Misalnya, lingkungan yang tidak memberikan apresiasi terhadap upaya pengembangan diri, atau atasan yang tidak mendukung pelatihan dan pendidikan bagi karyawan, dapat menghambat individu dalam mencapai potensi maksimalnya.

c. Pengaruh Pergaulan yang Buruk

Pergaulan yang buruk dan tidak mendukung pengembangan diri juga bisa menjadi faktor penghambat. Lingkungan sosial yang kurang mendukung perkembangan pribadi, seperti pergaulan yang menjerumuskan pada kebiasaan buruk atau gaya hidup yang tidak produktif, dapat membuat seseorang kehilangan arah dalam pengembangan dirinya.

Dengan adanya pemahaman akan faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan, baik individu maupun organisasi dapat lebih efektif dalam mengelola proses pengembangan untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif menurut sumatupang ekonomi kreatif yang mengandalkan talenta, ketrampilan dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama ekonomi kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Bisa juga diartikan sebagai proses peningkatan nilai tambah dari hasil eksploitasi kekayaan intelektual, berupa kreativitas, keahlian dan bakat menjadi produk. Letak kekuatan ekonomi di era ini tidak lagi berorientasi pada Sumber Daya Alam (SDA) tetapi pada Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu ide, kreativitas, dan bekal pengetahuan sehingga dapat memberikan kontribusi luar biasa untuk ekonomi.²⁷

Ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi luar biasa untuk ekonomi diantaranya bisa menurunkan jumlah pengangguran di suatu negara, meningkatkan jumlah ekspor, meningkatkan pengembangan sosial dan budaya masyarakat, memberikan kesempatan luas kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup

²⁷ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia* (Yogyakarta: CV. Ziyadbooks, 2016).

masyarakat, memberikan kesempatan kepada golongan muda untuk bisa mengexploitasikan kemampuan ide kreatif sehingga bisa lebih meningkatkan kesempatan bekerja. Di dalam ekonomi kreatif industri-industri kreatif menjadi penggerak utamanya. Adapun subsektor industri kreatif merujuk kepada Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2010, terdapat 14 subsektor antara lain : 1) Aplikasi dan pengembangan permainan. 2) Arsitektur. 3) Pasar barang seni. 4) Kerajinan. 5) Desain. 6) Fashion. 7) Film, video dan fotografi. 8) Permainan interaktif. 9) Musik. 10) Seni pertunjukan. 11) Penerbitan dan percetakan. 12) Layanan komputer dan perangkat lunak. 13) Radio dan televisi. 14) Kuliner.²⁸

Terkait dengan ekonomi kreatif, Pemerintah pusat melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2010-2014, menjelaskan jika salah satu inovasi perkembangan jaman yang harus ditempuh yaitu dengan adanya ekonomo kreatif, dengan mengandalkan ide baru, dan pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman dari faktor manusia sebagai penggerak di bidang produksi utama. Ekonomi kreatif menjadi salah satu upaya yang berjenjang atau berkelanjutan melalui sebuah inovasi dan kreatifitas yang terus berkembang sesuai dengan keadaan. Titik utama dari maksud berkelanjutan yaitu pergerakan inovasi selalu dinamis dengan situasi jaman yang terus berkembang.²⁹

²⁸ Syahrul Amsari dan Windu Anggara, *Ekonomi Kreatif* (Medan: UMSU Press, 2023).

²⁹ I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada-Rajawali Pers, 2017).

Menurut Florida, pada dasarnya manusia itu memiliki sisi kreatif, terlepas dari berbagai pekerjaan yang digelutinya. Hanya saja, pembedanya adalah upaya dari masing-masing manusia itu sendiri, apakah ada kemauan yang lebih untuk melakukan pengembangan dalam bidangnya atau hanya menerima apa adanya yang tengah terjadi. Karena jika manusia itu secara khusus bergelut di bidang kreatif maka akan mendapat surplus atau keuntungan dari apa yang ia kerjakan. Suatu perusahaan selalu berinovasi dengan produk-produk barunya akan menjadi pemilik pasar di era ekonomi kreatif ini.

3. Kajian Industri Kreatif

Industri kreatif adalah industri tersendiri dengan penampilan pada keunggulan kreativitas dalam menghasilkan desain-desain kreatif yang melekat pada produk barang/jasa yang dihasilkan. Industri kreatif merupakan kumpulan dari sektor-sektor industri yang mengutamakan kreativitas sebagai modal utama dalam menghasilkan produk barang dan jasa. Industri desain dalam hal ini dapat dipandang sebagai komponen inti dari suatu industri kreatif, dimana implementasinya bisa terjadi pada beragam sektor. Industri dikembangkan untuk mendukung peningkatan nilai tambah produk dalam pengembangan kluster-kluster industri lainnya.³⁰

Ciri industri kreatif antara lain sebagai berikut :

³⁰ Ari Mulianta Ginting, Edmira Rivani, Juli Panglima Saragih, dan Dewi Wuryandani, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018).

- a. Industri yang unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.
 - b. Industri kreatif terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan.
 - c. Produk kreatif mempunyai ciri: siklus hidup singkat, margin tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru.
4. Aktor penggerak Ekonomi Kreatif

Cepat atau lambatnya perkembangan ekonomi kreatif sangat bergantung pada peran aktor. Aktor utama penggerak ekonomi kreatif terdiri atas:

- a. Cendekiawan (*Intellectuals*)

Cendekiawan atau intelektual berhubungan dengan penciptaan

hal baru yang memiliki daya tawar kepada pasar serta pembentukan insan kreatif. Cendekiawan adalah orang-orang yang perhatian utamanya mencari kepuasan dalam mengolah seni, ilmu pengetahuan

atas renungan metafisika dan hendak mencari tujuan praktis.

Cendekiawan atau intelektual memiliki peran:

- 1) Penyebar (*disseminator*) ilmu pengetahuan dan teknologi,
- 2) Pelaksana (*implementor*) ilmu pengetahuan dan teknologi, serta
- 3) Pencipta nilai yang konstruktif di masyarakat bagi pengembangan industri kreatif

b. Pembisnis (*Business*)

Tugas pembisnis adalah berintelerasi dalam rangka perubahan ekonomi serta transformasi kreativitas menjadi nilai ekonomi. Peran pembisnis dalam pengembangan industri kreatif meliputi hal-hal berikut:

a. Pencipta, yaitu sebagai pusat keunggulan (*center of excellence*) dari kreator produk dan jasa kreatif, pasar-pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya.

b. Pembentuk komunitas dan *enterpreuner* kreatif, yaitu sebagai 'motor' yang membentuk ruang publik tempat terjadinya tukar pemikiran (*sharing*), monitoring yang dapat mengasah kreativitas dalam melakukan bisnis di industri kreatif, pelatihan bisnis (*business coaching*) atau pelatihan manajemen pengelolaan sumber usaha di industri kreatif.³¹

c. Pemerintah (*Government*)

Tugas pemerintah adalah mengatur mekanisme program, seperti pemberian insentif, pengendalian iklim usaha, dan pemberi arahan kreatif untuk mendukung pengembangan industri kreatif. Peran utama

³¹ H. Ahmad M. Ramli, Hak Cipta Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif. Penerbit Alumni, 2021.

pemerintah dalam pengembangan industri kreatif, yaitu sebagai berikut:³²

- 1) Katalisator dan advokasi,
- 2) Regulator,
- 3) Konsumen, investor, dan *entrepreneur*, serta
- 4) Jangkauan publik (*public outreach*)

5. Sub Sektor Ekonomi Kreatif

a. Periklanan (*Advertising*)

Yaitu suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi, periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi, dan kampanye relasi publik.³³

b. Kerajinan (*Craft*)

Yaitu kreasi yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, kayu, bambu, logam (emas,

³² Ari Riswanto et al., *Buku Ajar Ekonomi Kreatif* (Yogyakarta: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

³³ Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif menuju Go Global (Sebuah Riset dengan Model Pentahelix)* (Yogyakarta: Merdeka Kreasi Group, 2021).

perak, tembaga, perunggu, dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).³⁴

c. Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan jasa pengepakan. Desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat.³⁵

d. Fesyen (*Fashion*)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk serta distribusi produk fesyen.³⁶

e. Video, Film, dan Fotografi

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produk video, film, dan jasa fotografer, serta distribusi rekaman video

³⁴ Ari Riswanto et al., *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Yogyakarta: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

³⁵ Marini Yunita Tanzil, dan Christian Anggrianto, *Kolaborasi Penta-Helix Pendidikan Tinggi Sub-Sektor Ekonomi Kreatif: Model dan Implementasi*, vol. 1 (Yogyakarta: Penerbit Mithra, 2022).

³⁶ Joni Hendra K. and Hidayati, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Masyarakat Menuju Revolusi Industri 4.0* (Jakarta: CV. Dotplus Publisher, 2023).

dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan pameran atau festival film.

f. Permainan Interaktif (*Game*)

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat pembantu pembelajaran atau edukasi.

g. Musik

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

h. Seni Pertunjukkan (*Showbiz*)

Merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya pertunjukkan wayang, balet, tari tradisional, opera termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

i. Penerbitan dan Percetakan

Merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital, serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham, dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup

penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartun pos, formulir, poster, reproduksi, pencetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

j. Layananan Komputer dan Piranti Lunak (*Software*)

Merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

k. Televisi dan Radio

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *game*, kuis, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara

televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar) siaran radio dan televisi.

l. Riset dan Pengembangan

Riset dan pengembangan merupakan kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian

dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

m. Arsitektur

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya instruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*town planning, urban design, lanscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya arsitektur taman, *desain interior*).

n. Pasar Barang Seni

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, dan toko.³⁷

6. Keunggulan, Peluang dan Tantangan Industri Kreatif

a. Keunggulan Industri Kreatif

Industri kreatif memiliki kelebihan dan telah terbukti memberikan sumbangan dalam pembangunan, diantaranya adalah:

1) Kebutuhan terhadap modal uang dan material relatif lebih kecil.

Siapa saja, individu atau kelompok bisa memulainya dengan menggunakan modal yang sudah ada.

2) Fleksibel terhadap perubahan sehingga lebih tahan terhadap guncangan eksternal. Ide kreatif itu bisa diterapkan dan

³⁷ I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers, 2017).

diadaptasikan ke tingkat yang tidak ada batasnya meski masih dalam satu bidang.

3) Kelincahan dalam bermain, terutama dalam distribusi dan pemasaran.

b. Peluang Industri Kreatif

Industri kreatif sangat responsif terhadap fenomena-fenomena sosial konsumen. Sebaliknya, konsumen juga sangat responsif terhadap barang-barang dan jasa-jasa baru yang unik yang diciptakan industri kreatif. Oleh sebab itu, industri kreatif akan merespon balik dari konsumen dengan cara menciptakan produk-produk yang berkarakter baru. Dengan daya respon dan fleksibilitas maka permintaan konsumen telah mengubah pendekatan dengan orientasi industri, dari supply driven, yaitu industri yang merespon konsumen, ke demand driven, yaitu pendekatan industri yang berorientasi untuk merangsang permintaan, dan proses produksinya tidak di suatu tempat, tetapi tersebar.³⁸

c. Tantangan Industri Kreatif

Selain peluang, industri kreatif juga memberikan tantangan tersendiri, yaitu:

³⁸ Dony Saputra et al., *Manajemen Operasi: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Yogyakarta: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

1) Kesiapan SDM kreatif di Indonesia

Demi kesiapan SDM yang kreatif, maka diperlukan pemahaman pola pikir kreatif yang lebih kontekstual dan diterapkan disegala sisi kehidupan, baik dari sisi pendidikan, budaya, maupun motivasi kewirausahaan.

2) Lembaga pendidikan yang mampu menghasilkan insan kreatif

Lembaga pendidikan seharusnya mengarah pada sistem pendidikan yang adapt menciptakan kompetensi yang kompetitif dan intellegensi multi-dimensi.

3) Keragaman sosio-kultural di Indonesia Indonesia

Merupakan negara yang kaya akan budaya. Maka seluruh etnis di Indonesia harus saling menghormati simbol-simbol budaya yang memiliki kesakralan bagi etnis tertentu.

Karena kadangkala perselisihan terjadi karena saling ketidaktahuan mengenai simbol-simbol tersebut.

4) Kesiapan perangkat negara untuk mendukung industri berbasis *intellectual property*.

Di tingkat internasional, daya tawar Indonesia untuk permasalahan HKI masih sangat perlu ditingkatkan. Sedangkan di tingkat dalam negeri, masih banyak pelanggaran hak cipta seperti pembajakan cakram optik yang melemahkan reputasi negara ditataran internasional

5) Perdagangan Bebas

Menghadapi perdagangan bebas agar individu lokal dapat bersaing dengan pemain asing, maka pekerja kreatif Indonesia harus dipersiapkan dengan segera lembaga-lembaga pelatihan baik formal, non-formal maupun organik yang mampu melatih kemampuan manajerial, oleh kreativitas, bahasa asing, pemasaran, dan negosiasi bisnis.

6) Lembaga keuangan bagi industri kreatif

Dukungan lembaga keuangan pada insan-insan kreatif Indonesia masih sulit dirasakan. Misalnya, industri-industri kreatif baru terutama yang berbasis konten digital yang menunjukkan pertumbuhan di atas rata-rata masih sulit untuk mendapatkan dukungan pembiayaan dari lembaga keuangan.

Hal ini disebabkan karena lembaga keuangan masih belum memahami bisnis di industri kreatif ini, sehingga lembaga keuangan masih sulit memberikan dukungan.

John Howkinds mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Lebih jauh dijelaskan oleh Howkins bahwa ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang mengabdikan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Ekonomi kreatif tidak hanya mendorong inovasi

tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja dan mendorong investasi.³⁹

Pentingnya ekonomi kreatif terletak pada kemampuannya untuk beradaptasi dan berkembang di era digital. Dengan kemajuan teknologi, terutama internet dan platform digital, ekonomi kreatif dapat mencapai audiens global dengan lebih mudah dan efisien. Digitalisasi memungkinkan kreator untuk memasarkan produk mereka secara *online*, berinteraksi dengan konsumen secara langsung, dan memanfaatkan data untuk memahami tren dan preferensi pasar. Hal ini meningkatkan daya saing industri kreatif di pasar internasional.⁴⁰

Namun, meskipun ekonomi kreatif menawarkan banyak peluang, ia juga menghadapi beberapa tantangan, seperti perlunya perlindungan hak kekayaan intelektual dan akses yang adil ke sumber daya. Banyak kreator menghadapi masalah dalam melindungi karya mereka dari penyalinan atau pemalsuan, sementara yang lain mungkin kesulitan mendapatkan dukungan finansial atau akses ke pasar. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kebijakan yang mendukung dan infrastruktur yang memadai untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan sektor ekonomi kreatif.⁴¹

³⁹ Hadin Sri Isnaini, dan Dwi Setya Nugrahini. "Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam Pengembangan Usaha Makanan Kerupuk Beras sebagai Ekonomi Kreatif di Dukuh Sumurgung Desa Pucangrejo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun." *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2022): 51.

⁴⁰ Alfu Lailah, "Pemberdayaan Unit Usaha Kampus dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pengolahan Batang Pisang Menjadi Cemilan Keripik dari Batang Pisang)" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2024).

⁴¹ Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)* (Yogyakarta: Merdeka Kreasi Group, 2021).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا
الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, apabila (seruan) untuk melaksanakan salat pada hari Jumat telah dikumandangkan, segeralah mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

Dalil dari Surah Al-Jumu'ah ayat 9 ini menekankan pentingnya melaksanakan salat Jumat dan mengutamakan ibadah di atas aktivitas ekonomi, seperti jual beli. Pesan ini menyoroti bahwa meskipun perdagangan adalah bagian dari kehidupan ekonomi yang penting, ada waktu-waktu tertentu yang harus diutamakan untuk ibadah dan spiritualitas. Dalam konteks ekonomi kreatif, ayat ini mengajarkan bahwa kesibukan dalam berbisnis tidak boleh mengabaikan kewajiban religius dan etika. Ekonomi kreatif harus mempertimbangkan keseimbangan antara aktivitas ekonomi dan kewajiban spiritual, memastikan bahwa upaya dalam mengembangkan produk dan berbisnis tetap sejalan dengan nilai-nilai agama dan etika. Dengan mengedepankan prinsip-prinsip ini, pelaku ekonomi kreatif dapat memastikan bahwa inovasi dan pengembangan produk mereka tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga mematuhi prinsip-prinsip moral dan spiritual yang lebih tinggi.⁴²

⁴² Niken Lestari dan Mei Rahmawati, "Kajian Pengembangan Produktifitas Ekonomi melalui Produk Aqwanu untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Kreatif MWC NU Buayan

7. Produk

Dalam menghasilkan dan menawarkan produk pada suatu perusahaan harus bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan. Menurut Sudaryono produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga memuaskan kebutuhan dan keinginan.⁴³

Menurut Setiyaningrum produk adalah kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan definisi diatas, disimpulkan bahwa produk bisa berupa manfaat nyata (*tangible*) maupun tidak nyata (*intangibile*) untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang berpotensi memuaskan pelanggan.⁴⁴

8. Siklus Hidup Produk

Suatu produk memiliki tahapan kehidupan yaitu siklus hidup produk. Siklus hidup produk yang disebut juga *Product Life Cycle* (PLC), yaitu suatu grafik yang menggambarkan tahap-tahap yang berbeda dalam riwayat perjalanan suatu produk sejak pertama kali dipublikasikan ke pasar sampai dengan penarikannya dari pasar. Siklus Daur hidup produk (PLC) merupakan konsep yang penting dalam sistem pemasaran karena pemasar perlu mengetahui dan memahami pada tahap mana produk berada dalam siklus daur

Kebumen," *Akses: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 18, no. 2 (2023): 7.

⁴³ Sudaryono, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Prenada Media, 2022).

⁴⁴ Untung Rahardja, Sudaryono, dan Mochamad Heru Riza Chakim. *Statistik Deskriptif Teori. Rumus. Kasus Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM), 2023).

hidup dan diharapkan mampu mengatasi permintaan pasar dalam tiap tahap agar dapat bersaing dengan produk lain.⁴⁵

a. Tahap Pengenalan

Periode pertumbuhan penjualan seringkali melambat ketika produk melakukan pengenalan di pasar. Sering terjadi laba yang nihil karena pengeluaran yang besar dalam tahap pengenalan produk. Pada tahap pengenalan waktu dibutuhkan relatif banyak untuk menghasilkan produk baru, mengatasi masalah teknis, mengisi saluran distribusi, dan mendapatkan penerimaan konsumen sehingga mengakibatkan lambatnya pertumbuhan penjualan. Laba rendah dan biaya untuk promosi mempunyai efek yang kurang baik terhadap penjualan karena kebutuhan untuk (1) memberitahu konsumen potensial, (2) mendorong percobaan produk, dan (3) melindungi distribusi di gerai eceran.

b. Tahap Pertumbuhan

Periode dimana terjadi penerimaan pasar yang cukup cepat dan peningkatan laba yang cukup besar. Selama tahap pertumbuhan, perusahaan menerapkan strategi dalam mempertahankan pertumbuhan pasar yang besar dengan:

- 1) Perusahaan memperbaiki kualitas produk dan menambah fitur produk baru serta perbaiki gaya.

⁴⁵ Philip Kotler, *Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets* (New York: Free Press, 2007), 94.

- 2) Perusahaan menambah model baru dan produk petarung/flanker (misalnya, produk dengan ukuran, rasa, dan hal lain yang berbeda yang melindungi produk utama).
- 3) Perusahaan merambah segmen pasar yang baru di pasar sasaran.
- 4) Perusahaan meningkatkan cakupan distribusinya dan memasuki saluran distribusi baru.

c. Tahap Kedewasaan

Periode dimana terjadi penurunan pertumbuhan penjualan yang disebabkan produk sudah diterima dan dibeli oleh sebagian pembeli pada pasar sasaran. Tahap kedewasaan memiliki 3 fase, yaitu:

- 1) Fase pertumbuhan, tingkat pertumbuhan penjualan mulai menurun. Saluran distribusi baru yang diisi tidak ada dan munculnya kekuatan persaingan baru.
- 2) Fase kestabilan, penjualan mendatar pada basisi perkapita

karena kejenuhan pasar. Sebagian konsumen potensial telah mencoba produk, dan penjualan masa depan diatur oleh pertumbuhan populasi dan permintaan pergantian.

- 3) Fase kedewasaan yang terkikis, tingkat penjualan penuh mulai mengalami menurun, dan pelanggan mulai beralih ke produk lain.

d. Tahap Penurunan

Periode dimana penjualan mengalami penurunan dan laba yang rendah. Menurunnya penjualan menurun disebabkan oleh kemajuan

teknologi, perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan dari dalam maupun luar negeri.

Selain itu terdapat tiga kategori khusus dalam siklus hidup produk, yaitu:

1) Gaya

Gaya adalah jenis ekspresi dasar dan berbeda yang muncul dalam bidang usaha manusia. Contoh gaya di bidang perusahaan (*colonial*, peternakan, *Cape Cod*); bidang pakaian (formal, santai, *funky*); dan bidang seni (realis, surealis, abstrak). Gaya dapat bertahan selama beberapa generasi dan menjadi tren yang datang dan pergi.

2) Mode

Mode adalah gaya yang terkenal saat ini dalam bidang tertentu. Mode memiliki empat tahap, yaitu: tahap perbedaan, tahap emulasi, tahap mode massal, dan tahap penurunan.

3) Fad

Fad adalah mode yang cepat dilihat masyarakat, diadopsi dengan antusiasme besar, cepat mencapai puncak, dan menurun dengan sangat cepat.

9. Pengembangan Produk

Pengertian produk baru menurut Tjiptono adalah produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merek baru yang dikembangkan melalui riset dan pengembangan.⁴⁶

Menurut Tjiptono & Diana dalam mengidentifikasi 6 kategori produk baru, berdasarkan tingkat kebaruan bagi perusahaan dan bagi pasar. Keenam kategori tersebut adalah:⁴⁷

- a. Produk yang benar-benar baru (baru bagi dunia), yaitu hasil dari inovasi yang menciptakan pasar baru.
- b. Lini produk baru, yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar yang sebelumnya sudah ada untuk pertama kali. Tambahan pada lini produk yang sudah ada, yaitu produk baru yang melengkapi lini produk yang sudah ada (misalnya ukuran kemasan baru, rasa yang berbeda)
- c. Penyempurnaan sebagai revisi terhadap produk yang sudah ada, merupakan pengenalan model produk yang telah disempurnakan untuk mengganti produk lama. Penyempurnaan produk dapat dilakukan dengan tiga cara:
 - 1) Menambah model produk.
 - 2) Mengubah persyaratan/kebutuhan pemrosesan.
 - 3) Mengubah kandungan/unsur-unsur produk.

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2023).

⁴⁷ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2022): 22.

- d. *Repositioting*, yaitu produk yang sudah ada dijual pada pasar atau segmen pasar baru.
- e. Pengurangan biaya, yaitu produk baru yang menghasilkan kinerja yang serupa tetapi pada tingkat biaya yang lebih rendah.

Pengembangan produk adalah proses sistematis yang melibatkan ideasi, perancangan, dan peluncuran produk baru atau perbaikan produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar atau meningkatkan kinerja bisnis. Proses ini mencakup penelitian pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, serta desain dan pengujian produk untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas dan fungsionalitas. Pengembangan produk yang efektif dapat memberikan keuntungan kompetitif dan membantu perusahaan dalam mempertahankan relevansi di pasar yang terus berubah.⁴⁸

Salah satu aspek penting dari pengembangan produk adalah inovasi, yang melibatkan penciptaan solusi baru atau peningkatan pada produk yang ada untuk menawarkan nilai lebih kepada konsumen. Inovasi ini bisa berupa penambahan fitur baru, penggunaan teknologi terbaru, atau peningkatan kualitas bahan baku. Proses inovasi seringkali memerlukan riset dan pengembangan (R&D) yang intensif serta kolaborasi antara berbagai disiplin ilmu untuk menghasilkan produk yang benar-benar memenuhi harapan pasar.⁴⁹

⁴⁸ Sri Martono. "Mengkaji Peran Komite Ekonomi Kreatif dan Unsur Pemerintah dalam Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten Grobogan, Menghadapi Era Ekonomi Digital." *JMBPpreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2023): 14.

⁴⁹ Nabila Alifia Putri, dan S Anugrahini Irawati, "Analisa Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Terhadap Perilaku UMKM Kuliner di Kabupaten Sampang." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 1 (2022): 3.

Selain itu, pengembangan produk juga melibatkan strategi pemasaran yang efektif untuk meluncurkan produk baru ke pasar. Ini mencakup penentuan strategi harga, promosi, dan distribusi yang sesuai untuk memastikan bahwa produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen target. Evaluasi dan umpan balik dari konsumen setelah peluncuran produk juga penting untuk melakukan perbaikan lebih lanjut dan memastikan bahwa produk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan pasar seiring waktu.⁵⁰

10. Pengertian Pengembangan Produk Baru

Pemasaran merupakan suatu usaha yang penting dalam menjalankan perusahaan. Kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan alat-alat pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Salah satu keputusan yang dapat digunakan adalah keputusan tentang produk dengan melakukan pengembangan produk. Keputusan pengembangan produk menjadi sangat penting, karena perusahaan tidak bisa jika hanya menggantungkan produk yang sudah ada secara terus menerus, tetapi perusahaan harus melakukan suatu usaha yaitu melalui pengembangan produk dan penyempurnaan produk tersebut.

Menurut Danang Sunyoto pengembangan produk (product development) adalah kegiatan-kegiatan pembuat barang dan perantara yang bermaksud melakukan penyesuaian barang-barang yang dibuat atau ditawarkan

⁵⁰ Rofiatun Rindiantika, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Halal Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Caffe Warkoba Kudus)”. (Skripsi, IAIN Kudus, 2022).

untuk dijual atas permintaan pembeli⁵¹. Pengembangan produk meliputi penentuan kualitas, ukuran, bentuk, daya tarik, labeling, cap tanda, pembungkus, dan sebagainya untuk menyesuaikan selera konsumen. Definisi pengembangan produk menurut Assauri adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan dayaguna maupun daya pemuas yang lebih besar.⁵²

11. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Produk Baru

Usaha untuk melakukan pengembangan produk ini terdapat beberapa faktor yang mendorong baik yang bersifat intern dan ekstern.⁵³

a. Faktor internal yang mendorong pengembangan produk adalah:

- 1) Sering terjadi kapasitas yang berlebih dalam perusahaan, sehingga untuk menghindarinya perlu melakukan penyelidikan penyebabnya dan mencari penyelesaiannya dengan usaha pengembangan produk.
- 2) Adanya produk lainnya yang mungkin masih dapat diolah menjadi suatu jenis produk lain.
- 3) Munculnya ide usaha untuk memanfaatkan bahan yang sudah ada dalam memproduksi suatu produk yang bernilai tinggi.

⁵¹ Erni Umi Hasanah dan Danang Sunyoto, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (Jakarta: Media Pressindo, 2013).

⁵² H. Sonny Indrajaya, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Kaizen Media Publishing, 2024).

⁵³ Agustinus Purna Irawan, *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018).

b. Faktor eksternal yang mendorong pengembangan produk adalah:

- 1) Adanya tingkat persaingan yang dekat dengan produk pesaing lain, dimana produk pesaing lain memiliki keunggulan.
- 2) Adanya usaha menjadi leader dalam memproduksi jenis produk tertentu, disamping untuk menaikkan posisi.
- 3) Terjadi penurunan dalam permintaan terhadap produk yang sudah ada, karena adanya perbedaan dengan produk lain yang lebih murah.

12. Tahap – Tahap Pengembangan Produk Baru

Usaha dalam mengembangkan produk baru diperlukan suatu proses sistematis melalui tahapan-tahapan pengembangan produk agar dapat terlaksana dengan tepat dan baik.

Adapun tahapan-tahapan dalam pengembangan produk menurut Kotler dan Armstrong, yaitu:⁵⁴

a. Penciptaan ide

Pencarian sistematis untuk ide produk baru. Penciptaan ide (idea generation) perusahaan dalam pengembangan produk bersumber dari:

⁵⁴ Philip Kotler, *Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets* (New York: Free Press, 2007), 94.

1) Sumber Ide Internal

Perusahaan dapat menemukan ide baru dengan mengambil pemikiran dari para eksekutif, peneliti, insinyur, staf manufaktur, dan tenaga penjualan.

2) Sumber Ide Eksternal

Perusahaan dapat menemukan ide baru dari pelanggan berdasarkan keluhan yang dialami pelanggan dengan menemukan produk yang bekerja lebih baik untuk memecahkan masalah konsumen.

Selain itu pesaing dapat menjadi sumber ide produk baru dengan memperhatikan iklan pesaing untuk mendapatkan petunjuk mengenai produk baru pesaing.

Distributor dan pemasok juga berperan dalam menciptakan ide produk baru. Distributor dapat memberikan info mengenai masalah konsumen dan kemungkinan produk baru. Pemasok dapat memberitahu perusahaan mengenai konsep, teknik, dan bahan baru yang dapat digunakan untuk pengembangan produk baru.

b. Penyaringan ide

Penyaringan ide (*idea screening*) produk baru yang bertujuan menemukan ide baik dan membuang ide buruk secepat mungkin. Banyak perusahaan menginginkan manajer untuk menuliskan ide produk baru pada format standar yang dapat ditinjau oleh komite produk baru. Tulisan tersebut menjelaskan produk, pasar sasaran, dan

persaingan yang mencakup perkiraan kasar dari ukuran pasar, harga produk, waktu dan biaya pengembangan, biaya produksi, dan tingkat pengembaliannya. Setelah itu komite mengevaluasi ide tersebut terhadap serangkaian kriteria umum.

c. Pengembangan dan pengujian konsep

Pengembangan ide yang menarik harus dikembangkan menjadi konsep produk (*product concept*) yaitu versi detail dari ide produk baru yang dinyatakan dalam bahasa konsumen yang mempunyai arti. Kemudian dilakukan pengujian konsep (*concept testing*) dengan menguji konsep produk baru dengan sekelompok konsumen sasaran untuk mengetahui apakah konsep tersebut mempunyai daya tarik yang kuat bagi konsumen.

d. Pengembangan strategi pemasaran

Tahap berikutnya adalah pengembangan strategi pemasaran (*marketing strategy development*) dengan merancang strategi pemasaran awal bagi produk baru berdasarkan konsep produk. Pengembangan strategi pemasaran terdiri dari tiga bagian, yaitu:

- 1) Menggambarkan pasar sasaran
- 2) Positioning produk yang direncanakan
- 3) Tujuan penjualan, pangsa pasar, serta laba untuk beberapa tahun pertama

e. Analisis bisnis

Analisis bisnis (*business analysis*) adalah peninjauan terhadap penjualan, biaya, dan proyeksi laba bagi produk baru untuk mengetahui apakah faktor-faktor ini memenuhi tujuan perusahaan.

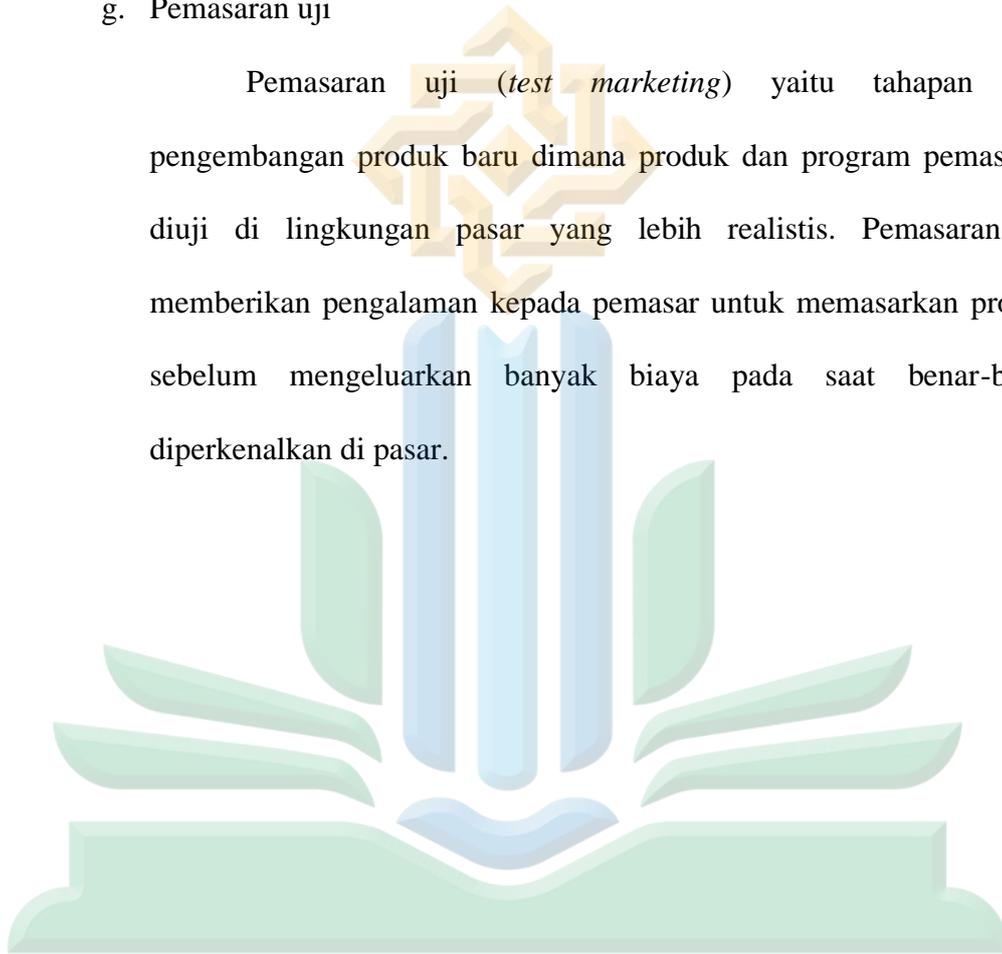
Usaha untuk memperkirakan penjualan yaitu perusahaan perlu melihat sejarah penjualan dari produk serupa dan melakukan survei untuk mengetahui opini pasar. Perusahaan kemudian mengestimasi penjualan maksimum dan minimum untuk mengetahui jangkauan risiko, selanjutnya manajemen dapat memperkirakan biaya dan laba rugi produk termasuk biaya pemasaran, R&D (*Research and Development*), operasi, akuntansi, dan keuangan. Perusahaan menggunakan angka penjualan dan biaya untuk menganalisis daya tarik keuangan dari produk baru.

f. Pengembangan produk

Pengembangan produk (*product development*) adalah mengembangkan konsep produk menjadi produk nyata untuk dapat memastikan bahwa ide produk dapat diubah menjadi produk yang bisa dikerjakan. Departemen R&D (*Research and Development*) akan mengembangkan dan menguji satu atau lebih versi nyata dari konsep produk. R&D (*Research and Development*) berharap dan merancang prototipe yang memuaskan dan mengejutkan konsumen serta dapat diproduksi secepatnya dan pada biaya yang direncanakan.

g. Pemasaran uji

Pemasaran uji (*test marketing*) yaitu tahapan dari pengembangan produk baru dimana produk dan program pemasaran diuji di lingkungan pasar yang lebih realistis. Pemasaran uji memberikan pengalaman kepada pemasar untuk memasarkan produk sebelum mengeluarkan banyak biaya pada saat benar-benar diperkenalkan di pasar.



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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian Faktor Pendukung Dan Penghambat Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Produk Pisang Di Kabupaten Lumajang, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam dinamika, perspektif, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk pisang dalam konteks lokal.⁵⁵ Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti dapat menggali informasi yang lebih detail dan kontekstual melalui wawancara mendalam, observasi, serta analisis dokumen terkait. Pendekatan ini sangat sesuai untuk mengeksplorasi pengalaman dan pandangan dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk petani, pengusaha, dan pihak pemerintah, untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk pisang.⁵⁶

Jenis penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif analitis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk pisang di Kabupaten Lumajang secara sistematis. Melalui penelitian deskriptif, peneliti dapat mengidentifikasi dan menjelaskan berbagai faktor yang mempengaruhi pengembangan produk, baik itu

⁵⁵ Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019).

⁵⁶ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019).

faktor pendukung seperti dukungan masyarakat dan akses pasar, maupun faktor penghambat seperti kendala infrastruktur dan keterbatasan teknologi. Analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna untuk merumuskan strategi yang efektif guna mengoptimalkan potensi produk pisang di wilayah tersebut.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Lumajang, yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini dikenal sebagai salah satu daerah penghasil pisang dengan potensi yang besar dalam sektor pertanian. Penelitian akan dilakukan di Sentra penghasil pisang Kabupaten Lumajang yang merupakan Kecamatan Pasrujambe sebanyak 277.000 ton dan Kecamatan Senduro sebanyak 273.209 ton. Tiga desa penghasil pisang terbesar di Kecamatan Senduro adalah Senduro, Sarikemuning dan Burno. Fokus utama akan mencakup wilayah yang terlibat dalam budidaya dan pengolahan pisang, serta area yang memiliki potensi pasar untuk produk pisang olahan.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kabupaten Lumajang memiliki sumber daya alam yang mendukung budidaya pisang serta tantangan yang dihadapi dalam pengembangan produk pisang. Dengan melakukan penelitian di lokasi ini, diharapkan dapat mengidentifikasi secara langsung faktor-faktor pendukung dan penghambat yang spesifik bagi pengembangan produk pisang di daerah tersebut. Selain itu, penelitian ini juga akan melibatkan interaksi dengan petani, pengusaha lokal, dan pemangku kepentingan lainnya untuk

memahami perspektif mereka mengenai potensi dan kendala yang ada dalam pengembangan produk pisang di Kabupaten Lumajang.

C. Subjek Penelitian

Subjek untuk menentukan penelitian ini menggunakan teknik *Purposive*. Teknik *Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini nantinya akan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti dan disesuaikan dengan tema. Dalam hal ini peneliti menemukan mereka sebagai informan berdasarkan kebutuhan peneliti dan merujuk pada penelitian terdahulu.

Adapun informan yang dijadikan sebagai sumber informasi untuk melengkapi penelitian ini :

- a. Disperindag : Ibu Romlah
- b. Petani Pisang : Ibu Siti
- c. Pengusaha pisang : Bapak Haris, Didik
- d. Konsumen : Bapak Budi
- e. Pakar Ahli : Ibu Sri Mulyani

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian mengenai faktor pendukung dan penghambat pengembangan produk pisang di Kabupaten Lumajang. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi metode kualitatif, dengan fokus pada pengumpulan data primer dan sekunder dari berbagai sumber. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *accidental sampling*, informan dipilih berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti

dan dinilai memiliki informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai teknik-teknik pengumpulan data yang akan diterapkan:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan salah satu teknik utama dalam pengumpulan data kualitatif. Teknik ini akan digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai pandangan dan pengalaman dari berbagai subjek penelitian, termasuk petani pisang, pengusaha pengolah produk pisang, dan pihak-pihak terkait dari pemerintah serta lembaga yang relevan.

a. Petani Pisang

Wawancara dengan petani pisang akan fokus pada aspek-aspek seperti metode budidaya yang digunakan, tantangan dalam produksi, serta dukungan atau hambatan yang mereka alami dalam mengembangkan usaha mereka. Pertanyaan wawancara akan dirancang untuk menggali informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi hasil produksi, seperti kondisi tanah, iklim, dan akses ke teknologi atau sumber daya.

b. Pengusaha dan Pengolah Produk Pisang

Wawancara dengan pengusaha akan mencakup diskusi mengenai proses pengolahan, strategi pemasaran, serta tantangan yang mereka hadapi dalam memperkenalkan produk pisang ke pasar. Informasi mengenai metode produksi, biaya, dan permasalahan yang berhubungan

dengan distribusi produk akan dikumpulkan untuk memahami dinamika dalam sektor pengolahan.

c. Pihak Pemerintah dan Lembaga Terkait

Wawancara dengan perwakilan pemerintah dan lembaga terkait akan bertujuan untuk mendapatkan pandangan mereka mengenai kebijakan, dukungan, dan program-program yang tersedia untuk pengembangan produk pisang. Mereka akan memberikan wawasan mengenai peran dan kontribusi mereka dalam mendukung industri pisang serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan program-program tersebut.

d. Pakar Ahli

Wawancara dengan pakar ahli akan fokus pada preferensi ahli, persepsi terhadap produk pisang, dan tantangan dalam pemasaran produk. Informasi mengenai pola konsumsi, harga, dan feedback konsumen akan membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan distribusi produk pisang.

e. Konsumen dan Pemasar

Wawancara dengan konsumen dan pemasar akan fokus pada preferensi konsumen, persepsi terhadap produk pisang, dan tantangan dalam pemasaran produk. Informasi mengenai pola konsumsi, harga, dan feedback konsumen akan membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan distribusi produk pisang.

Wawancara mendalam akan dilakukan secara langsung di lapangan dan, jika diperlukan. Proses wawancara akan direkam dengan izin dari partisipan dan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan pola-pola yang muncul.

2. Observasi

Observasi adalah teknik yang digunakan untuk mengamati secara langsung proses dan aktivitas yang terkait dengan pengembangan produk pisang. Teknik ini akan membantu peneliti memahami konteks dan dinamika yang tidak selalu dapat diungkap melalui wawancara.

a. Budidaya Pisang

Peneliti akan melakukan observasi langsung di kebun pisang untuk memahami praktek budidaya yang digunakan oleh petani. Observasi ini mencakup teknik penanaman, perawatan tanaman, serta faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi produksi. Peneliti juga akan mencatat peralatan dan teknologi yang digunakan serta interaksi antara petani dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam produksi.

b. Proses Pengolahan Produk

Observasi akan dilakukan di fasilitas pengolahan produk pisang untuk memahami proses produksi, dari penerimaan bahan baku hingga produk akhir. Peneliti akan mengamati alur kerja, metode pengolahan, serta penggunaan peralatan dan teknologi dalam produksi. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi efisiensi dan potensi masalah dalam proses pengolahan.

c. Pemasaran dan Distribusi

Peneliti juga akan mengamati kegiatan pemasaran dan distribusi produk pisang. Ini mencakup pengamatan di pasar lokal, toko, atau pusat distribusi untuk memahami bagaimana produk pisang dipasarkan, dijual, dan didistribusikan. Observasi ini membantu dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam pemasaran produk.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi akan melibatkan pengumpulan dan analisis dari berbagai sumber seperti laporan penelitian, dokumen kebijakan, dan data terkait pengembangan produk pisang.

a. Dokumen Kebijakan dan Program

Peneliti akan mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dan program-program yang mendukung pengembangan produk pisang. Ini mencakup peraturan, pedoman, dan rencana aksi yang relevan.

b. Analisis Dokumen

Data dari dokumen akan dianalisis untuk mengidentifikasi informasi yang relevan dengan faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk pisang. Analisis ini akan membantu dalam merumuskan rekomendasi berbasis data.

Dengan menggabungkan teknik-teknik pengumpulan data ini, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk pisang di

Kabupaten Lumajang, serta mengidentifikasi strategi untuk mengoptimalkan potensi yang ada dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses krusial dalam penelitian mengenai faktor pendukung dan penghambat pengembangan produk pisang di Kabupaten Lumajang. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antara berbagai variabel yang mempengaruhi pengembangan produk pisang. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis kualitatif, yang masing-masing memberikan wawasan yang berbeda namun saling melengkapi. Berikut adalah penjelasan detail mengenai analisis data dalam penelitian ini:⁵⁷

1. Analisis Data Kualitatif

a. Pengidentifikasian Tema dan Pola

Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi tema dan pola dari data. Tema-tema ini akan muncul dari analisis dan mencerminkan isu-isu utama yang dihadapi oleh petani, pengusaha, dan pihak-pihak terkait lainnya.⁵⁸ Contohnya, tema yang mungkin muncul adalah "keterbatasan teknologi," "kurangnya akses ke pasar," dan "dukungan dari pemerintah." Peneliti akan menggunakan metode analisis tematik untuk mengelompokkan data ke dalam tema-tema ini dan mengevaluasi

⁵⁷ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: PT Kanisius, 2021): 10.

⁵⁸ Abdul Majid, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Makassar: Penerbit Aksara Timur, 2017): 71.

bagaimana masing-masing tema mempengaruhi pengembangan produk pisang.

b. Analisis Konten

Analisis konten akan digunakan untuk memahami makna dan konteks dari tema-tema yang diidentifikasi. Teknik ini melibatkan pemeriksaan mendalam terhadap isi data untuk menentukan frekuensi dan signifikansi berbagai kategori dan tema. Misalnya, peneliti mungkin menganalisis berapa sering petani menyebutkan masalah terkait biaya produksi dibandingkan dengan masalah terkait teknologi. Analisis ini membantu dalam menghubungkan tema-tema dengan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk pisang.

F. Keabsahan Data

Triangulasi digunakan untuk meningkatkan keandalan dan validitas hasil analisis kualitatif. Ini melibatkan perbandingan dan konfirmasi temuan dari berbagai sumber data, seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, peneliti dapat memastikan bahwa temuan yang dihasilkan adalah representatif dan akurat. Misalnya, jika temuan dari wawancara dengan petani mengenai tantangan produksi cocok dengan hasil observasi di kebun, maka hasil tersebut lebih dapat dipercaya. triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan

berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.⁵⁹

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan wawancara.

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahap penelitian adalah sebagai berikut:⁶⁰

a. Perencanaan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menyusun rencana penelitian yang mencakup tujuan, hipotesis, dan metodologi. Peneliti juga mengidentifikasi variabel yang akan diteliti, menyusun instrumen pengumpulan data, dan menentukan sampel serta lokasi penelitian.

b. Pengumpulan Data

⁵⁹ Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).

⁶⁰ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019): 24.

Peneliti melakukan pengumpulan data di lapangan menggunakan teknik seperti wawancara, dan observasi. Data dikumpulkan dari petani pisang, pengusaha, dan *stakeholder* terkait di Kabupaten Lumajang.

c. Analisis Data

Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis data menggunakan analisis tematik untuk data kualitatif. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk pisang.

d. Penyusunan Laporan

Peneliti menyusun sebuah laporan penelitian mencakup temuan, analisis, dan rekomendasi. Laporan ini kemudian disusun untuk publikasi atau diseminasi kepada pemangku kepentingan dan pihak terkait.

e. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap akhir melibatkan evaluasi hasil penelitian dan tindak lanjut berdasarkan rekomendasi. Peneliti mengevaluasi efektivitas temuan dan rekomendasi serta mempertimbangkan langkah-langkah perbaikan atau penelitian lanjutan jika diperlukan.

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

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Objek Penelitian

Ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar penting dalam pengembangan ekonomi nasional, termasuk di Kabupaten Lumajang, yang memiliki potensi sumber daya alam melimpah, khususnya produk pisang yang terkenal akan kualitasnya. Objek dalam penelitian ini adalah industri produk pisang yang berkembang di beberapa wilayah di Kabupaten Lumajang, yakni Senduro, Sarikemuning, Burno, serta Parujambe. Wilayah-wilayah ini secara geografis tersebar di daerah pedesaan dan pegunungan, yang dikenal memiliki potensi produksi pisang cukup tinggi dan kegiatan pengolahan berbasis ekonomi kreatif masyarakat. Pengembangan industri produk pisang tidak hanya berpotensi untuk meningkatkan perekonomian lokal tetapi juga dapat menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan masyarakat. Namun, untuk mencapai potensi tersebut, perlu adanya pemahaman mendalam mengenai faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi pengembangan industri ini.

Objek penelitian ini adalah pengembangan ekonomi kreatif dalam industri produk pisang di Kabupaten Lumajang. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang

mendukung serta menghambat pertumbuhan industri produk pisang, serta dampaknya terhadap ekonomi lokal.

Petani pisang di Lumajang memiliki sejarah panjang yang erat kaitannya dengan perkembangan pertanian dan kehidupan masyarakat lokal. Kabupaten Lumajang, yang terletak di pesisir timur Pulau Jawa, memiliki iklim tropis dan tanah yang subur, menjadikannya tempat ideal untuk berbagai jenis pertanian, termasuk pisang. Kisah para petani pisang di Lumajang bermula sejak masa kolonial Belanda, ketika daerah ini mulai dikenal sebagai sentra produksi pertanian. Saat itu, petani lebih banyak mengandalkan metode tanam tradisional yang diwariskan turun-temurun.⁶¹ Selain untuk konsumsi sendiri, pisang juga dijual di pasar-pasar lokal. Selama berabad-abad, kebun-kebun pisang di Lumajang berkembang seiring dengan naiknya permintaan dari daerah sekitar, bahkan hingga luar Jawa.

Pada era 1960-an dan 1970-an, para petani di Lumajang mulai melihat pisang sebagai komoditas potensial untuk dikembangkan secara lebih komersial. Hal ini didorong oleh pembangunan infrastruktur transportasi yang memungkinkan distribusi hasil pertanian lebih luas. Pisang yang dihasilkan para petani di Lumajang semakin dikenal karena kualitasnya yang baik, cita rasanya yang manis, dan keanekaragamannya. Varietas seperti pisang mas, pisang raja, dan pisang agung menjadi andalan petani setempat. Pisang tidak

⁶¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia* (Yogyakarta: CV. Ziyadbooks, 2016): 7.

hanya menjadi tanaman utama, namun juga sumber penghasilan yang signifikan bagi masyarakat Lumajang.

Namun, tantangan besar juga mewarnai sejarah petani pisang di Lumajang. Pada era 1980-an, serangan penyakit tanaman seperti layu fusarium menyebabkan kerugian besar bagi para petani⁶². Penyakit ini merusak banyak pohon pisang dan membuat beberapa varietas hampir punah. Hal ini mendorong pemerintah daerah dan petani untuk bekerja sama dalam mengembangkan metode penanaman dan pengendalian hama yang lebih baik. Upaya ini membuahkan hasil, di mana teknik pemangkasan, perawatan lahan, dan rotasi tanaman mulai diterapkan untuk meminimalisir dampak penyakit tersebut.

Dengan dukungan teknologi pertanian yang mulai masuk pada era 1990-an dan 2000-an, petani pisang di Lumajang semakin memperkuat kualitas dan kuantitas hasil panen. Penerapan teknologi seperti sistem irigasi modern dan pemilihan bibit unggul memungkinkan mereka untuk menghasilkan pisang yang lebih tahan terhadap hama dan penyakit. Selain itu, petani juga mulai terlibat dalam program-program pemerintah yang mendorong ekspor pisang, terutama ke negara-negara Asia dan Timur Tengah. Program ekspor ini memberikan kesempatan bagi petani pisang di Lumajang untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan memperluas pasar.

⁶² Sri Wahyuningsih dan Dede Satriani, "Pendekatan Ekonomi Kreatif terhadap Pertumbuhan Ekonomi," *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 2 (2019): 195–205.

Tidak hanya itu, di masa kini, pertanian pisang di Lumajang juga telah bergeser ke arah yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Petani pisang mulai mempraktikkan pertanian organik, mengurangi penggunaan pestisida kimia, dan memperhatikan keseimbangan ekosistem. Beberapa kelompok tani telah merangkul konsep pertanian terpadu, yang memadukan penanaman pisang dengan tanaman lain serta peternakan untuk mengoptimalkan hasil lahan. Praktik-praktik ini diharapkan dapat menjaga kesuburan tanah dan kelestarian lingkungan, sehingga produksi pisang dapat bertahan hingga generasi mendatang.

Selain dari sisi ekonomi, pisang juga memiliki tempat penting dalam kebudayaan masyarakat Lumajang. Pisang seringkali digunakan dalam berbagai ritual tradisional, mulai dari acara pernikahan hingga upacara adat. Tradisi ini menjadi bukti bahwa pisang bukan sekadar tanaman komersial, tetapi juga bagian dari identitas masyarakat setempat. Dalam berbagai acara, seperti perayaan hari jadi daerah atau festival pertanian, pisang selalu hadir sebagai simbol kesuburan dan keberkahan bagi masyarakat.

Dengan perubahan zaman dan teknologi yang terus berkembang, masa depan petani pisang di Lumajang tampaknya penuh harapan. Inovasi dalam bidang pertanian dan perhatian pada pasar internasional dapat memberikan peluang lebih besar bagi mereka untuk bersaing di tingkat global. Pemerintah daerah dan institusi pendidikan pertanian juga berperan dalam memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada petani mengenai cara-cara bertani yang lebih efektif dan produktif. Dengan kerja sama antara masyarakat, pemerintah, dan

pihak swasta, petani pisang di Lumajang dapat terus mengembangkan potensi yang dimiliki, menjadikan Lumajang sebagai salah satu pusat produksi pisang terkemuka di Indonesia.

Pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Lumajang, khususnya dalam industri produk pisang, memerlukan perhatian khusus terhadap faktor-faktor pendukung dan penghambat yang ada. Melalui penelitian ini, diharapkan akan ditemukan solusi yang tepat untuk mengoptimalkan potensi industri pisang, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

2. Faktor Pendukung Pengembangan Industri Produk Pisang

a. Ketersediaan Sumber Daya Alam

Kabupaten Lumajang memiliki potensi besar dalam pertanian pisang, dengan berbagai varietas yang dihasilkan. Ketersediaan pisang berkualitas tinggi memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan industri produk pisang. Dalam wawancara, sebagian besar pelaku usaha menyatakan bahwa pasokan bahan baku yang melimpah menjadi faktor utama yang mendukung kegiatan produksi.

*"Keberagaman varietas pisang yang kami miliki di daerah ini tidak hanya mendukung produksi, tetapi juga memberikan peluang untuk inovasi produk yang lebih beragam,"*⁶³

⁶³ Haris diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

“Data dan informasi sedemikian pentingnya di era digital saat ini. Majalah ekonomi 2017 mengatakan the world most value the resource is no longer oil but data. Sumber daya yang penting di dunia ini tidak lagi dalam bentuk SDA seperti minyak, tapi data”⁶⁴

b. Infrastruktur yang Memadai

Aksesibilitas infrastruktur, seperti jalan yang baik, transportasi, dan fasilitas penyimpanan, juga memainkan peran penting. Responden melaporkan bahwa infrastruktur yang memadai memudahkan distribusi produk pisang ke pasar lokal dan regional. Dinas Perhubungan setempat juga berkomitmen untuk meningkatkan aksesibilitas jalan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif.

“Fasilitas infrastruktur yang baik, seperti jalan yang layak dan sistem transportasi yang efisien, sangat membantu kami dalam mendistribusikan produk pisang ke berbagai pasar, sehingga meningkatkan peluang penjualan, bagi masyarakat sekitar”⁶⁵

c. Dukungan Pemerintah

Dukungan dari pemerintah daerah dalam bentuk kebijakan yang ramah terhadap UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga sangat penting. Program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha produk pisang yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Selain

⁶⁴ Sri Mulyani, pidato dalam Webinar Nasional yang diselenggarakan oleh Universitas Pelita Harapan, 28 Mei 2021.

⁶⁵ Sri Mulyani, pidato dalam Webinar Nasional yang diselenggarakan oleh Universitas Pelita Harapan, 28 Mei 2021.

itu, insentif berupa akses pembiayaan untuk usaha kecil membantu meningkatkan modal kerja.

"Dukungan yang kami terima dari pemerintah, seperti program pelatihan dan akses pembiayaan, sangat membantu kami dalam meningkatkan keterampilan serta memperkuat modal usaha, sehingga kami bisa lebih kompetitif di pasar," ⁶⁶

d. Peningkatan Keterampilan Masyarakat

Tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat di Kabupaten Lumajang terus meningkat. Banyak pelaku usaha yang telah mengikuti pelatihan keterampilan dalam pengolahan dan pemasaran produk pisang. Hasil survei menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mengikuti pelatihan memiliki produk yang lebih inovatif dan mampu bersaing di pasar.

"Setelah mengikuti pelatihan keterampilan yang diadakan oleh pemerintah, kami merasa lebih percaya diri dan mampu menciptakan produk pisang yang lebih inovatif, sehingga dapat bersaing dengan produk lain di pasar," ⁶⁷

e. Jaringan Pemasaran yang Luas

Jaringan pemasaran yang berkembang, baik melalui pasar tradisional maupun *online*, mempermudah pelaku usaha untuk menjangkau konsumen. Media sosial dan platform *e-commerce* semakin

⁶⁶ Sri Mulyani, pidato dalam Webinar Nasional yang diselenggarakan oleh Universitas Pelita Harapan, 28 Mei 2021.

⁶⁷ Siti diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

banyak digunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan dan menjual produk pisang mereka, yang berdampak positif pada penjualan.

*"Dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce, kami bisa lebih mudah menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan produk pisang kami secara signifikan,"*⁶⁸

3. Faktor Penghambat Pengembangan Industri Produk Pisang

a. Keterbatasan Akses Modal

Meskipun ada dukungan dari pemerintah, akses modal tetap menjadi salah satu kendala utama bagi pelaku usaha kecil. Banyak pelaku usaha mengeluhkan proses pengajuan pinjaman yang rumit dan syarat yang ketat. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam alat produksi dan inovasi produk.

*"Proses pengajuan pinjaman yang rumit dan syarat yang ketat membuat kami kesulitan untuk mendapatkan modal, sehingga investasi dalam alat produksi dan pengembangan produk baru menjadi terhambat,"*⁶⁹

b. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan

Masih terdapat pelaku usaha yang belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pengolahan dan pemasaran produk pisang. Hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha mengalami kesulitan dalam meningkatkan kualitas produk dan memperluas pasar

⁶⁸ Siti diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

⁶⁹ Haris diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

mereka. Hal ini menandakan perlunya lebih banyak program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

"Banyak di antara kami yang masih belum memahami teknik pengolahan dan pemasaran yang baik, sehingga sulit untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas pasar" ⁷⁰

c. Tingginya Persaingan

Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang memasuki industri produk pisang, persaingan semakin ketat. Beberapa responden mengeluhkan bahwa sulit untuk mempertahankan pangsa pasar di tengah maraknya produk pisang dari daerah lain yang lebih dikenal. Oleh karena itu, inovasi dan diferensiasi produk menjadi sangat penting.

"Saya merasa kesulitan untuk mempertahankan pelanggan karena produk pisang dari daerah lain yang lebih terkenal semakin banyak beredar, sehingga kami harus berinovasi agar tetap bersaing," ⁷¹

d. Kurangnya Inovasi dalam Produk dan Pemasaran

Sebagian pelaku usaha masih mengandalkan produk tradisional dan kurang melakukan inovasi dalam menciptakan produk baru. Hasil diskusi kelompok menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi dalam pemasaran, seperti penggunaan media sosial dan *e-commerce*, yang dapat meningkatkan jangkauan pasar mereka.

⁷⁰ Haris diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

⁷¹ Haris diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

*"Banyak pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran tradisional dan enggan mencoba teknologi baru seperti media sosial, sehingga kami merasa terjebak dalam cara lama dan kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas,"*⁷²

e. Kendala Distribusi dan Akses Pasar

Meskipun infrastruktur sudah memadai, masih terdapat kendala dalam distribusi produk pisang ke pasar yang lebih luas. Beberapa pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar luar daerah karena biaya transportasi yang tinggi dan risiko kerusakan produk selama pengiriman. Hal ini berdampak pada penurunan volume penjualan.

*"Walaupun jalan dan transportasi sudah cukup baik, biaya pengiriman yang tinggi dan risiko kerusakan produk saat diangkut membuat kami kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas,"*⁷³

Berdasarkan hasil penelitian, penting untuk memanfaatkan faktor pendukung yang ada untuk mendorong pertumbuhan industri produk pisang di Kabupaten Lumajang. Di sisi lain, upaya mitigasi terhadap faktor penghambat perlu dilakukan agar pengembangan industri dapat lebih optimal.

a. Peningkatan Akses Modal

Pemerintah daerah sebaiknya memperluas akses pembiayaan dengan memberikan kemudahan dalam pengajuan pinjaman bagi pelaku

⁷² Didik diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

⁷³ Didik diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

usaha kecil. Program-program mikrofinansial yang lebih inklusif dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala modal ini.

b. Program Pelatihan Berkelanjutan

Melanjutkan dan memperluas program pelatihan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan keterampilan dalam pengolahan, pemasaran, dan manajemen usaha. Pelatihan yang lebih spesifik sesuai dengan kebutuhan pasar dapat membantu pelaku usaha untuk lebih kompetitif.

c. Inovasi Produk

Encourage pelaku usaha untuk berinovasi dalam menciptakan produk baru berbasis pisang, seperti makanan olahan, keripik, atau produk kesehatan. Kolaborasi dengan lembaga penelitian dan perguruan tinggi dapat membantu dalam riset dan pengembangan produk.

d. Optimalisasi Pemasaran Digital

Pelaku usaha perlu didorong untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran. Pelatihan tentang penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* dapat membantu mereka menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

e. Peningkatan Infrastruktur Distribusi

Pemerintah daerah harus memperhatikan perbaikan dan pengembangan infrastruktur distribusi agar lebih efisien. Meningkatkan akses ke pasar yang lebih besar melalui kerjasama dengan perusahaan logistik dan pengusaha transportasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Lumajang, khususnya dalam industri produk pisang, dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung dan penghambat. Dengan memanfaatkan potensi yang ada dan mengatasi kendala yang dihadapi, Kabupaten Lumajang dapat mengoptimalkan pengembangan sektor ini untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian lokal. Diperlukan kerjasama yang erat antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat untuk mencapai tujuan bersama dalam pengembangan industri produk pisang yang berkelanjutan.

B. Analisis Data

1. Faktor Pendukung dan Cara Maksimalisasi Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Industri Pisang di Kabupaten Lumajang

Faktor pendukung utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di industri pisang Kabupaten Lumajang mencakup potensi sumber daya alam yang melimpah, kolaborasi antara berbagai pihak, serta kemajuan teknologi dan digitalisasi. Kabupaten Lumajang memiliki keunggulan sebagai sentra produksi pisang berkualitas tinggi, yang menjadi fondasi yang kokoh untuk pengembangan produk berbasis pisang. Keberagaman produk olahan yang dapat dikembangkan, baik produk pangan maupun non-pangan, membuka peluang besar untuk diversifikasi dan inovasi dalam industri ini.

Konsep kolaborasi *triple helix* mengintegrasikan peran pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha, banyak diakui sebagai strategi efektif

dalam pengembangan inovasi dan peningkatan daya saing produk lokal.⁷⁴ Pemerintah daerah memberikan dukungan berupa pelatihan keterampilan, fasilitasi pemasaran digital, dan pengembangan infrastruktur yang mendukung. Perguruan tinggi berperan penting dalam riset dan pengembangan produk, teknologi pengolahan, serta strategi pemasaran, yang dapat diadopsi oleh pelaku UMKM lokal guna meningkatkan kualitas dan daya saing produk pisang Lumajang.

Keterlibatan komunitas ekonomi kreatif lokal, termasuk pelaku UMKM dan seniman, memegang peran penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk pisang melalui berbagai *event* dan festival, seperti Festival Pisang Lumajang. Festival ini tidak hanya berfungsi untuk merayakan produk lokal, tetapi juga sebagai ajang untuk memperkenalkan inovasi masyarakat kepada publik, memperluas jaringan bisnis, dan memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Kemajuan teknologi, terutama digitalisasi, menjadi faktor kunci dalam memperluas pasar produk pisang dari Lumajang.

Pemasaran digital melalui media sosial dan platform *e-commerce* memungkinkan produk olahan pisang dijangkau oleh konsumen di berbagai wilayah, baik nasional maupun internasional. Seiring pesatnya perkembangan teknologi digital, peluang untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar semakin terbuka lebar. Strategi *digital marketing*, khususnya pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan influencer lokal,

⁷⁴ I Gusti Agung Ayu Yuliantika Dewi dan I. Nyoman Mangku Suryana, "Kolaborasi Triple Helix dalam Program Inovasi Desa (Studi Kasus: Desa Sanur Kaja, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar)," *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi* 15, no. 02 (2024): 256.

terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas, interaksi dengan konsumen, serta penjualan pada UMKM produk olahan pisang. Pentingnya pemanfaatan teknologi digital secara optimal juga ditekankan sebagai kunci dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di era ekonomi digital saat ini.⁷⁵ Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital bagi pelaku usaha perlu menjadi langkah strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di sektor ini.

Untuk memaksimalkan potensi pengembangan ekonomi kreatif dalam industri pisang, sejumlah langkah strategis perlu diambil :

- a. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan keterampilan produksi dan pemasaran berbasis digital.
- b. Kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan lembaga riset untuk menciptakan produk-produk baru yang inovatif dan berbasis teknologi.
- c. Optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial, platform *e-commerce*, dan kolaborasi dengan *influencer* untuk memperluas jangkauan pasar produk pisang Lumajang.
- d. Standardisasi produk dan sertifikasi internasional sebagai prioritas untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka peluang pasar ekspor bagi produk pisang Lumajang.

⁷⁵ Vina Ariska, Firdaus Annas, dan Rahma Alia, "Pengembangan Platform E-Commerce Menggunakan OpenCart untuk Transformasi Pemasaran UMKM di Kecamatan Palupuh," *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy* 2, no. 1 (2023): 100.

Dengan mengintegrasikan inovasi, pelibatan masyarakat lokal, serta pendekatan berorientasi pasar, industri pisang di Lumajang dapat berkembang lebih pesat dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan.

2. Faktor Penghambat dalam Pengembangan Industri Pisang di Kabupaten Lumajang dan Solusi untuk Mengatasinya

Pengembangan industri pisang di Kabupaten Lumajang menghadapi sejumlah hambatan yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan program ini. Hambatan-hambatan tersebut berasal dari berbagai aspek yang mempengaruhi kualitas produk, daya saing, serta akses pasar. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan infrastruktur dan teknologi yang masih menjadi masalah signifikan. Banyak petani dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Lumajang mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi modern yang diperlukan untuk pengolahan dan pengemasan produk pisang.⁷⁶ Keterbatasan ini berdampak langsung pada

kualitas dan daya saing produk pisang Lumajang di pasar, baik pasar domestik maupun internasional. Sebagai solusi, diperlukan upaya peningkatan akses terhadap teknologi modern melalui program bantuan alat dan mesin, serta skema kredit dengan bunga rendah yang dapat memfasilitasi pelaku usaha untuk melakukan modernisasi dalam proses produksi. Dengan demikian, kualitas produk pisang dapat ditingkatkan, dan daya saing produk akan semakin kuat di pasar.

⁷⁶ M. Arif Suhanda, Peran Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Pengembangan Digitalisasi UMKM Milenial Pada Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Aceh (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023): 73–76.

Selain keterbatasan infrastruktur, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal diversifikasi produk menjadi hambatan serius dalam mengembangkan potensi penuh industri pisang di Kabupaten Lumajang. Banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan limbah pisang, seperti kulit dan batang pisang, untuk menghasilkan produk bernilai tambah seperti kerajinan tangan atau produk kosmetik. Hal ini menyebabkan rendahnya inovasi dan kreativitas dalam produk olahan pisang yang dapat memperluas pasar. Untuk mengatasi hambatan ini, perlu diselenggarakan pelatihan yang berfokus pada diversifikasi produk, terutama pengolahan limbah pisang menjadi produk kreatif yang bernilai jual tinggi. Pelatihan ini juga harus mencakup aspek manajemen usaha dan pemasaran digital yang akan memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan pelatihan yang tepat, para pelaku usaha di Kabupaten Lumajang dapat mengembangkan produk-produk inovatif yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara domestik maupun internasional.

Keterbatasan akses terhadap pendanaan juga menjadi masalah yang signifikan dalam pengembangan industri pisang di Kabupaten Lumajang. Banyak pelaku UMKM yang kesulitan dalam memperoleh modal untuk memperluas skala produksi atau mengembangkan produk baru.⁷⁷ Dalam hal ini, penyediaan program pembiayaan mikro yang lebih mudah diakses akan

⁷⁷ Vera Maria, Tesalonika Situmeang, dan Robbi Fito Ardana, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang," *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen* 2, no. 2 (2024): 16.

sangat membantu para pelaku usaha dalam mengembangkan usaha mereka. Program pembiayaan ini perlu disertai dengan pendampingan dalam pengelolaan keuangan untuk memastikan keberlanjutan usaha, serta untuk mempercepat ekspansi produk pisang Lumajang. Selain itu, kerjasama antara pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan pelaku usaha juga perlu diperkuat untuk menciptakan akses modal yang lebih mudah dan terjangkau bagi UMKM.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan daerah lain yang juga mengembangkan produk berbasis pisang, pemasaran dan branding yang lebih agresif menjadi sangat penting. Pemasaran yang efektif dan branding yang kuat akan membantu produk pisang Lumajang membedakan dirinya dari produk sejenis yang ada di pasaran. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memanfaatkan platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan situs web untuk memperkenalkan produk pisang Lumajang kepada konsumen lebih luas. Selain itu, identitas produk yang kuat, seperti "Pisang Lumajang" yang mencerminkan kualitas dan keaslian, harus terus diperkenalkan melalui kampanye pemasaran yang menarik. Promosi produk pisang juga dapat dilakukan melalui pameran nasional dan internasional yang akan membantu memperkenalkan produk ini kepada pasar global, serta membuka peluang ekspor yang lebih besar.

Terakhir, masalah distribusi yang tidak efisien menjadi hambatan lain yang perlu diatasi. Untuk itu, perbaikan dalam jaringan distribusi sangat diperlukan agar produk pisang Lumajang dapat dengan mudah dijangkau oleh

pasar domestik maupun internasional. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jaringan distribusi, serta mengikuti pameran internasional yang dapat menjadi ajang untuk memperkenalkan produk pisang Lumajang ke pasar global. Dengan memperbaiki jaringan distribusi dan memanfaatkan teknologi digital, produk pisang Lumajang akan memiliki kesempatan lebih besar untuk memasuki pasar yang lebih luas dan berkembang lebih pesat.

Secara keseluruhan, untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada, diperlukan langkah-langkah yang komprehensif dan terpadu. Peningkatan akses terhadap teknologi modern, pelatihan untuk diversifikasi produk dan manajemen usaha, penyediaan akses pendanaan yang lebih mudah, serta pemasaran dan distribusi yang lebih efisien, merupakan langkah-langkah yang dapat membantu mengatasi masalah yang dihadapi industri pisang di Kabupaten Lumajang.⁷⁸ Dengan implementasi solusi-solusi ini, diharapkan

industri pisang di Kabupaten Lumajang dapat berkembang lebih pesat, berdaya saing tinggi, dan mampu memenuhi permintaan pasar domestik maupun internasional.

⁷⁸ Muhammad Iqbal, "Strategi Peningkatan Ketahanan UMKM di Aceh dalam Menghadapi Pasar Global: Analisis dan Rekomendasi Kebijakan," *El-Faqih: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2005): 38.

C. Pembahasan Temuan

1. Faktor Pendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Industri Produk Pisang di Kabupaten Lumajang

Pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Lumajang, terutama di bidang industri produk pisang, telah menjadi salah satu pilar penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah. Kabupaten Lumajang dikenal sebagai penghasil pisang berkualitas, yang kemudian dimanfaatkan sebagai bahan baku utama dalam berbagai produk kreatif seperti keripik pisang, pisang sale, hingga produk olahan yang lebih inovatif. Namun, keberhasilan industri ini tidak terlepas dari sejumlah faktor pendukung yang berperan penting dalam memaksimalkan kreativitas dan inovasi. Dalam sub bab ini, kita akan mengulas berbagai faktor yang mendukung pengembangan industri produk pisang di Lumajang dan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan kreativitas pelaku industri.⁷⁹

a. Ketersediaan Bahan Baku

Salah satu faktor utama yang mendukung pengembangan industri produk pisang di Kabupaten Lumajang adalah ketersediaan bahan baku yang melimpah. Lumajang merupakan daerah agraris dengan tanah subur yang mendukung pertumbuhan berbagai jenis pisang. Ketersediaan pisang secara berkelanjutan memungkinkan para

⁷⁹ Hadin Sri Isnaini, dan Dwi Setya Nugrahini. "Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam Pengembangan Usaha Makanan Kerupuk Beras Sebagai Ekonomi Kreatif di Dukuh Sumurgung Desa Pucangrejo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun." *Loyalitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2022): 38.

pelaku usaha untuk terus memproduksi berbagai produk olahan tanpa khawatir kekurangan bahan baku.

Untuk memaksimalkan potensi ini, pemerintah daerah dan pelaku usaha dapat mengembangkan teknologi pertanian yang lebih canggih, seperti metode tanam pisang yang lebih efisien, sistem irigasi modern, dan program pemeliharaan yang berkelanjutan. Dengan demikian, kualitas dan kuantitas pisang dapat ditingkatkan, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan industri pengolahan pisang.

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam mendorong inovasi dan kreativitas di sektor ekonomi kreatif. Di Kabupaten Lumajang, banyak pelaku industri yang memiliki keterampilan dalam mengolah pisang menjadi berbagai produk bernilai tambah. Kreativitas dalam menciptakan produk baru, seperti varian rasa keripik pisang atau pisang goreng dalam kemasan yang menarik, dapat menjadi daya saing di pasar.

Pemerintah dan lembaga pendidikan dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha melalui program pelatihan, workshop, dan seminar. Dengan meningkatkan pengetahuan mereka tentang tren pasar, teknologi produksi, serta strategi pemasaran, para pelaku usaha dapat terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk baru yang unik dan memiliki daya tarik tinggi bagi konsumen.

c. Teknologi

Teknologi merupakan faktor penting dalam mengembangkan industri kreatif. Dalam konteks industri produk pisang, teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi produksi, menjaga kualitas produk, dan menciptakan inovasi baru. Misalnya, penggunaan mesin pengering untuk memproduksi pisang sale dengan standar kualitas yang konsisten, atau teknologi pengemasan modern yang mampu menjaga daya tahan produk lebih lama.⁸⁰

Penggunaan teknologi canggih dalam produksi dan pengemasan produk pisang perlu lebih diperluas. Pelaku usaha dapat mengakses teknologi ini melalui kerjasama dengan pemerintah, sektor swasta, atau lembaga riset. Selain itu, akses terhadap peralatan modern, seperti mesin penggoreng vakum atau teknologi freeze drying, akan sangat mendukung inovasi produk dan meningkatkan daya saing di pasar nasional maupun internasional.

d. Dukungan Pemerintah

Dukungan dari pemerintah daerah dalam bentuk kebijakan yang pro terhadap ekonomi kreatif merupakan salah satu faktor penting. Pemerintah Kabupaten Lumajang telah menginisiasi berbagai program untuk mendukung perkembangan UMKM, termasuk industri produk pisang. Kebijakan fiskal berupa insentif pajak, akses permodalan,

⁸⁰ Gema Bangsawan, "Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif," *Jurnal Studi Kebijakan Publik* 2, no. 1 (2023): 27–40.

hingga kemudahan perizinan dapat menjadi katalis untuk mempercepat pertumbuhan industri.

Pemerintah perlu memperluas akses pembiayaan bagi pelaku industri produk pisang, terutama bagi UMKM yang masih berkembang. Program subsidi atau pinjaman lunak yang difokuskan untuk pengembangan produk inovatif bisa menjadi salah satu solusi untuk mendorong kreativitas dan meningkatkan daya saing industri lokal. Selain itu, penyederhanaan regulasi terkait ekspor produk olahan pisang juga penting untuk memperluas pasar ke luar negeri.

e. Akses Pasar

Akses pasar yang luas dan strategi promosi yang efektif menjadi faktor kunci dalam keberhasilan industri kreatif. Di era digital saat ini, promosi melalui media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya menjadi sangat penting untuk memperkenalkan produk pisang

Lumajang ke pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.⁸¹

Para pelaku usaha di industri produk pisang perlu lebih aktif memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar. Program pelatihan mengenai digital marketing, pembuatan konten kreatif, hingga manajemen toko *online* perlu diberikan agar pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Selain itu,

⁸¹ Imma Rokhmatul Aysa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2020): 121–138.

partisipasi dalam pameran produk lokal maupun internasional dapat membantu memperkenalkan produk ke pasar global.

Forum-forum bisnis dan komunitas kreatif di Kabupaten Lumajang perlu terus dikembangkan untuk memfasilitasi terjalannya kerjasama antar pelaku industri. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga riset dan perguruan tinggi dapat membuka peluang untuk mengembangkan produk-produk baru berbasis riset dan teknologi. Pemerintah daerah juga bisa membentuk klaster industri kreatif berbasis produk pisang, yang memungkinkan pelaku usaha untuk saling bersinergi dalam meningkatkan daya saing.

Kolaborasi antar pelaku industri, pemerintah, dan pihak swasta menjadi salah satu faktor pendukung yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif. Melalui jejaring bisnis, pelaku usaha dapat saling berbagi pengetahuan, teknologi, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi.⁸²

Pelatihan dan pengembangan keterampilan sangat penting bagi pelaku usaha di sini. Melalui program pelatihan dan *workshop*, kami berharap dapat mendorong inovasi dan memperkenalkan produk-produk pisang dengan variasi yang lebih menarik di pasar.⁸³

Dukungan teknologi sangat berperan dalam efisiensi produksi dan daya saing produk pisang. Dengan akses ke peralatan canggih dan pemanfaatan

⁸² Romlah diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

⁸³ Haris diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

platform digital untuk pemasaran, kami yakin industri pisang Lumajang dapat berkembang dan menembus pasar global.⁸⁴

f. Perbandingan Narasumber

1) Narasumber Haris

Narasumber Haris menyoroti faktor-faktor yang mendukung pengembangan industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, dengan fokus pada ketersediaan bahan baku yang melimpah, kualitas sumber daya manusia (SDM), penggunaan teknologi dalam produksi, kebijakan pemerintah yang mendukung, dan akses pasar yang luas. Di antaranya, pemerintah daerah diharapkan mengembangkan teknologi pertanian yang efisien, memberikan pelatihan bagi pelaku usaha, serta memperluas pasar melalui pemasaran digital.

2) Narasumber Siti

Narasumber Siti lebih menekankan pentingnya kolaborasi antara pelaku industri, pemerintah, dan pihak swasta dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif. Ia juga menyebutkan peran teknologi dalam meningkatkan efisiensi produksi dan pengemasan produk pisang, serta bagaimana pelaku usaha dapat memanfaatkan peluang pasar melalui platform digital dan promosi internasional. Menurut Narasumber Siti, program dukungan pemerintah yang berupa insentif fiskal dan akses permodalan sangat penting untuk memperkuat daya saing industri.

⁸⁴ Siti diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

Dalam konteks teori Ekonomi Kreatif dan Pengembangan Produk, pernyataan dari narasumber Haris dan narasumber Siti saling melengkapi dalam menjelaskan faktor-faktor pendukung yang mempercepat pertumbuhan industri produk pisang di Kabupaten Lumajang. Narasumber Haris menekankan pentingnya ketersediaan bahan baku, kualitas SDM, dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi, yang sejalan dengan prinsip Ekonomi Kreatif yang menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya lokal dan inovasi dalam menciptakan produk bernilai tambah. Di sisi lain, narasumber Siti menyoroti pentingnya kolaborasi antara pelaku industri, pemerintah, dan pihak swasta sebagai bentuk sinergi yang dapat mempercepat inovasi dan pengembangan produk, serta memperluas akses pasar melalui digital marketing dan promosi internasional. Pendekatan ini juga terkait dengan teori Pengembangan Produk, yang menekankan pentingnya kerjasama dan pemanfaatan teknologi dalam menciptakan produk yang inovatif dan kompetitif di pasar global. Keduanya mendukung teori bahwa keberhasilan industri kreatif sangat bergantung pada integrasi sumber daya, inovasi, dan akses pasar yang luas.

Dalam hal ini, faktor pendukung seperti lokasi strategis dan kreativitas SDM diidentifikasi sebagai kunci keberhasilan. Penelitian ini relevan dengan pengembangan industri produk pisang di Lumajang, sebagaimana dibahas oleh narasumber Haris dan Siti, yang juga menekankan pentingnya inovasi produk berbasis bahan baku lokal dan kreativitas SDM. Perbedaan mendasar antara kedua studi ini terletak pada produk yang dikembangkan: sementara penelitian

kuliner berfokus pada tantangan harga bahan baku yang fluktuatif, pengembangan produk pisang di Lumajang lebih menekankan pada pengolahan bahan baku lokal yang melimpah. Dalam konteks ini, inovasi produk seperti keripik pisang dan pisang sale menjadi bagian dari strategi pemasaran yang diperkenalkan oleh kedua narasumber untuk meningkatkan daya saing produk.

Pentingnya inovasi produk berbasis bahan baku lokal dan kreativitas SDM. Perbedaan mendasar antara kedua studi ini terletak pada produk yang dikembangkan pentingnya inovasi produk berbasis bahan baku lokal dan kreativitas SDM. Perbedaan mendasar antara kedua studi ini terletak pada produk yang dikembangkan.⁸⁵

Hambatan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif, yaitu kurangnya pengetahuan dan modal. Hal ini sangat relevan dengan tantangan yang dihadapi oleh industri produk pisang di Lumajang, di mana Narasumber

Haris dan Budi sama-sama mencatat pentingnya pelatihan, peningkatan keterampilan, dan akses permodalan untuk mendukung pengembangan produk.

Sebagaimana dinyatakan oleh Narasumber Siti, dukungan pemerintah berupa insentif fiskal dan akses permodalan sangat penting untuk memperkuat daya saing industri. Ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Suka Maju, yang menekankan peran penting pemerintah dalam memfasilitasi akses permodalan untuk memacu pertumbuhan industri kreatif di tingkat lokal dan nasional.

⁸⁵ Haris diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

2. Faktor Penghambat Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Industri Produk Pisang di Kabupaten Lumajang dan Strategi Pengatasiannya

Pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Lumajang, khususnya dalam industri produk pisang, menyimpan potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian daerah. Namun, di balik potensi yang melimpah, terdapat sejumlah faktor penghambat yang dapat menghalangi pertumbuhan dan perkembangan sektor ini. Dalam sub bab ini, kita akan mengidentifikasi berbagai hambatan yang dihadapi oleh industri produk pisang di Lumajang dan merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut, sehingga pengembangan ekonomi kreatif dapat berjalan lebih optimal.

- a. Salah satu hambatan utama yang dihadapi pelaku industri produk pisang adalah keterbatasan akses modal untuk pengembangan usaha.

Banyak pelaku UMKM di sektor ini yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Hal ini disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan, kurangnya jaminan yang dapat diberikan, serta ketidakpastian dalam proyeksi pendapatan.⁸⁶

Strategi Pengatasi :

- 1) Pemerintah daerah dan lembaga non-pemerintah perlu mengadakan program pendidikan keuangan yang bertujuan untuk

⁸⁶ Rinto Alexandro, Tonich Uda, dan Laba Lastaida Pane. "Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah." *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 6, no. 1 (2020): 17.

meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang manajemen keuangan dan akses keuangan.

- 2) Mendorong pembentukan koperasi di kalangan pelaku UMKM untuk meningkatkan akses terhadap pembiayaan bersama, yang juga dapat memberikan dukungan dalam pengadaan bahan baku dan alat produksi.
- 3) Pemerintah daerah dapat menyediakan skema pinjaman lunak atau hibah bagi UMKM yang terlibat dalam industri produk pisang, dengan syarat yang lebih ringan.

b. Banyak pelaku industri produk pisang yang masih kurang pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan produk, pemasaran, serta inovasi. Hal ini mengakibatkan produk yang dihasilkan kurang variatif dan tidak mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Strategi Penguat :

- 1) Mengadakan program pelatihan yang difokuskan pada pengolahan produk pisang, pengemasan, dan strategi pemasaran. Kerja sama dengan lembaga pendidikan dan pelatihan dapat membantu meningkatkan keterampilan pelaku usaha.
- 2) Menginisiasi program mentorship yang menghubungkan pelaku industri pemula dengan pengusaha yang lebih berpengalaman. Program ini dapat membantu berbagi pengalaman dan pengetahuan dalam mengembangkan usaha.

c. Keterbatasan dalam jaringan distribusi dan pemasaran menjadi hambatan signifikan bagi pelaku industri produk pisang. Banyak produk yang dihasilkan tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional. Hal ini disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang efektif dan akses terhadap saluran distribusi yang memadai.⁸⁷

Strategi Pengatasi :

1) Mendorong pelaku usaha untuk membangun kemitraan dengan distributor atau retailer yang sudah memiliki jaringan yang luas.

Ini bisa dilakukan melalui pameran atau bazar produk lokal.⁸⁸

2) Mengajak pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital dalam pemasaran produk mereka. Pelatihan mengenai *e-commerce* dan digital marketing dapat membantu memperluas jangkauan pasar.

3) Mengembangkan identitas merek yang kuat untuk produk pisang Lumajang dan melakukan promosi secara aktif melalui media sosial, *event* lokal, dan festival produk daerah.

d. Tingginya tingkat persaingan di industri produk olahan makanan, termasuk produk pisang, dapat menjadi penghambat bagi pelaku usaha

⁸⁷ Keumala Hayati. "Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Sinergisitas dengan Bumdes dan Desa Pintar (Smart Village)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)* (2021): 173.

⁸⁸ Rahmatan Lil Alamin, dan Hasmawaty, A. R., "Strategi Meningkatkan Nilai Tambah Produksi Nanas dalam Pengembangan Unit Mikro Kecil dan Menengah Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5, no. 2 (2024): 3834.

lokal. Banyak produk serupa yang hadir di pasar, baik dari luar daerah maupun merek besar yang telah dikenal.

Strategi Pengatasi :

- 1) Mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk baru yang berbeda dan menarik. Penggunaan bahan tambahan atau pengembangan rasa yang unik bisa menjadi daya tarik tersendiri.
- 2) Memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki standar kualitas yang baik. Ini bisa dicapai melalui penerapan sistem manajemen kualitas dan pengujian produk secara berkala.
- 3) Mengedepankan cerita atau narasi menarik tentang produk dan proses produksi untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini bisa membangun hubungan emosional antara konsumen dengan produk.

e. Infrastruktur yang kurang memadai, seperti jalan transportasi yang rusak, fasilitas penyimpanan yang minim, serta kurangnya akses terhadap teknologi, dapat menghambat proses produksi dan distribusi produk pisang.⁸⁹

Strategi Pengatasi :

- 1) Pemerintah daerah perlu memprioritaskan peningkatan infrastruktur dasar yang mendukung kegiatan ekonomi, seperti

⁸⁹ Kholifatul Husna Asri. "Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri menuju Era Digital 5.0." *Sharia Economics Journal* 1, no. 1 (2022): 22.

perbaikan jalan, fasilitas penyimpanan, dan akses terhadap teknologi.

2) Mendorong kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta untuk investasi dalam infrastruktur yang mendukung pengembangan industri lokal, termasuk tempat penyimpanan dan pengolahan produk.⁹⁰

f. Perubahan tren pasar yang cepat dapat membuat pelaku usaha kesulitan untuk beradaptasi. Konsumen saat ini lebih memilih produk yang sehat, praktis, dan berbasis keberlanjutan, yang mungkin belum sepenuhnya diterapkan oleh pelaku industri pisang di Lumajang.

Strategi Pengatasi :

1) Melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Ini dapat membantu pelaku usaha dalam menyesuaikan produk mereka agar tetap relevan.

2) Mendorong penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan dan proses produksi yang berkelanjutan, serta mengedukasi konsumen tentang manfaat produk yang dihasilkan dengan cara yang lebih bertanggung jawab.

Untuk mengatasi kurangnya pengetahuan dan keterampilan, kami berencana mengadakan pelatihan yang lebih fokus pada inovasi produk dan strategi

⁹⁰ Aldiansyah, Bhisma Wifhanda. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi Di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi." (Skripsi, IPDN, 2022).

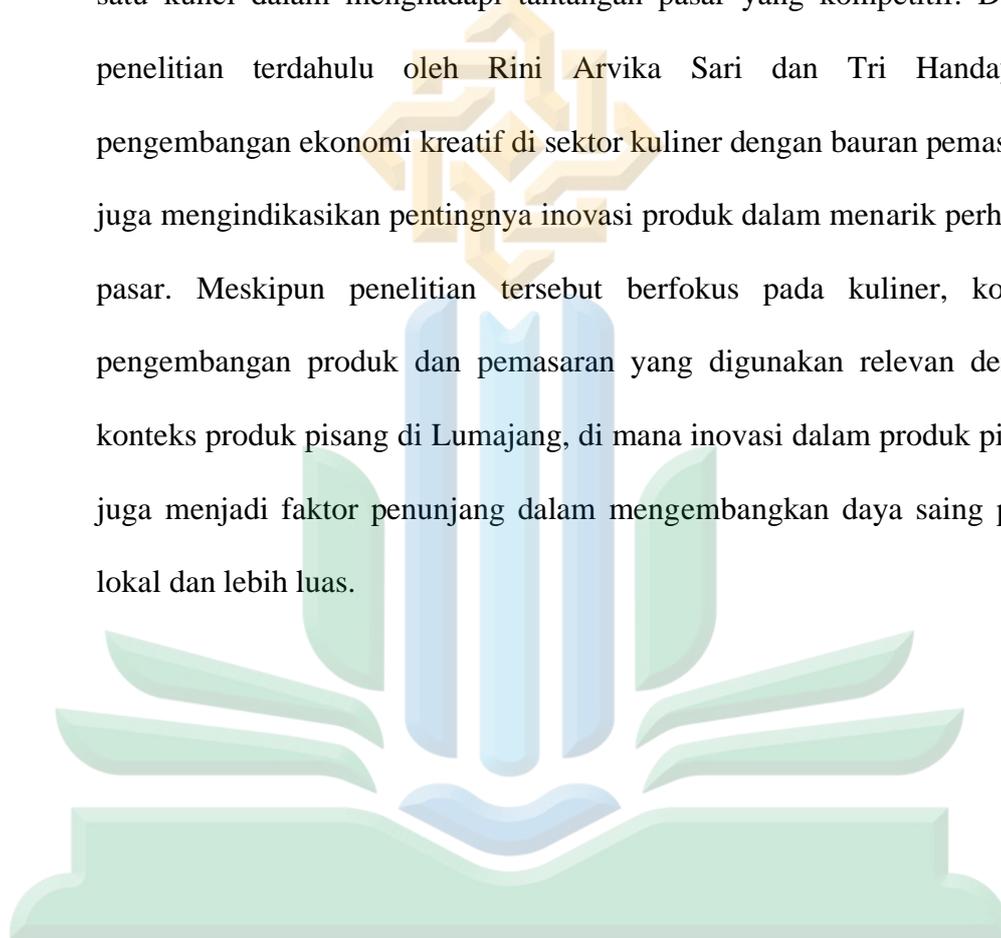
pemasaran, serta melibatkan mentor yang berpengalaman untuk berbagi wawasan dengan para pelaku industri.⁹¹

Perbandingan antara pernyataan narasumber Siti, Narasumber Haris, konsumen Budi, dan Pemerintah Lumajang menunjukkan kesamaan fokus pada pentingnya pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku industri produk pisang di Kabupaten Lumajang. Narasumber Siti lebih menekankan pada pengadaan pelatihan yang terfokus pada inovasi produk dan strategi pemasaran, serta melibatkan mentor berpengalaman untuk berbagi wawasan. Sementara itu, Narasumber Haris juga menyarankan pentingnya pelatihan yang berfokus pada inovasi produk dan strategi pemasaran, namun tidak menyebutkan secara eksplisit keterlibatan mentor berpengalaman. Kedua narasumber sepakat bahwa penguatan keterampilan dan pengetahuan pelaku industri pisang akan sangat berperan dalam meningkatkan daya saing produk dan memperluas pasar.

Kaitan dengan teori Ekonomi Kreatif dan Pengembangan Produk, kedua narasumber mengusulkan pelatihan sebagai upaya untuk mendukung pengembangan industri produk pisang, yang merupakan bagian dari sektor ekonomi kreatif. Pengembangan produk yang berbasis pada inovasi dan pemanfaatan pemasaran digital mencerminkan aspek dari ekonomi kreatif yang mendorong penciptaan nilai tambah dan produk yang lebih menarik di pasar. Menurut teori pengembangan produk, inovasi produk menjadi salah

⁹¹ Siti diwawancarai oleh Rizqy Putra Anugrahvianto, Jember, 28 Oktober 2024.

satu kunci dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif. Dalam penelitian terdahulu oleh Rini Arvika Sari dan Tri Handayani, pengembangan ekonomi kreatif di sektor kuliner dengan bauran pemasaran juga mengindikasikan pentingnya inovasi produk dalam menarik perhatian pasar. Meskipun penelitian tersebut berfokus pada kuliner, konsep pengembangan produk dan pemasaran yang digunakan relevan dengan konteks produk pisang di Lumajang, di mana inovasi dalam produk pisang juga menjadi faktor penunjang dalam mengembangkan daya saing pasar lokal dan lebih luas.



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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengembangan ekonomi kreatif dalam industri produk pisang di Kabupaten Lumajang didukung oleh beberapa faktor, seperti ketersediaan bahan baku pisang yang melimpah, tradisi budaya lokal yang kaya, serta dukungan dari pemerintah daerah dalam bentuk pelatihan dan promosi. Selain itu, tingginya minat masyarakat terhadap produk olahan berbahan dasar pisang membuka peluang pasar yang menjanjikan. Untuk memaksimalkan potensi ini, perlu dilakukan pengembangan inovasi produk berbasis teknologi, peningkatan keterampilan pelaku usaha melalui pelatihan, dan memperluas jaringan pemasaran, baik di tingkat lokal maupun nasional. Pemanfaatan media digital juga dapat menjadi alat strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.
2. Upaya mengatasi tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap modal, rendahnya pengetahuan tentang manajemen usaha, dan kurang optimalnya infrastruktur distribusi. Upaya mengatasi tantangan ini, pemerintah dan petani pisang dapat menerapkan strategi seperti penyediaan akses pendanaan yang mudah, pembinaan manajemen usaha secara berkelanjutan, dan pengembangan infrastruktur yang mendukung efisiensi distribusi. Kolaborasi dengan pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal juga

penting untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang lebih solid, sehingga pengembangan industri produk pisang di Kabupaten Lumajang dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

B. Saran

1. Upaya memaksimalkan industri produk pisang di Kabupaten Lumajang, disarankan agar pemerintah fokus pada pelatihan berkelanjutan bagi pelaku usaha, khususnya dalam inovasi produk dan pemasaran digital. Pelatihan dengan melibatkan ahli dapat membantu pelaku usaha memahami tren pasar dan menciptakan produk kompetitif. Selain itu, pembentukan komunitas atau klaster usaha dapat memfasilitasi berbagi pengetahuan dan memperluas jejaring bisnis.
2. Upaya mencari solusi mengatasi hambatan modal dan infrastruktur, pemerintah disarankan bekerja sama dengan lembaga keuangan untuk menciptakan skema pendanaan bagi pelaku usaha kecil dan menengah, disertai pendampingan manajemen keuangan. Perbaikan infrastruktur, terutama jalan dan fasilitas logistik, juga perlu diprioritaskan untuk memperlancar distribusi produk ke pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Aldiansyah, Bhisma Wifhanda. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi." Skripsi, IPDN, 2022.

Alexandro, Rinto, Tonich Uda, dan Laba Lastaida Pane. "Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah." *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 6, no. 1 (2020): 11-25.

Amsari, Syahrul, dan Windu Anggara. *Ekonomi Kreatif*. Umsu Press, 2023.

Anggraeni, Yessy, Suwingnyo Widagdo, dan Yuniorita Indah Handayani. "Determinant of the Decision to Visit Tourist Attractions." *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 12, no. 2 (2022): 125–130.

Ariska, Vina, Firdaus Annas, dan Rahma Alia. "Pengembangan Platform E-Commerce Menggunakan OpenCart untuk Transformasi Pemasaran UMKM di Kecamatan Palupuh." *Jovishe: Journal of Visionary Sharia Economy* 2, no. 1 (2023): 99-118.

Arjana, I Gusti Bagus. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. PT. Raja Grafindo Persada-Rajawali Pers, 2017.

Asri, Kholifatul Husna. "Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri menuju Era Digital 5.0." *Sharia Economics Journal* 1, no. 1 (2022): 17-26.

Aswati, Handayani Hajar. "Bauran Pengembangan Ekonomi Kreatif Bake O'Clock melalui Bauran Pemasaran." *Lensa* 16, no. 2 (2022): 25-31.

Aysa, Imma Rokhmatul. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2020): 121-138.

Bangsawan, Gema. "Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif." *Jurnal Studi Kebijakan Publik* 2, no. 1 (2023): 27-40.

DeVellis, Robert F., dan Carolyn T. Thorpe. *Scale Development: Theory and Applications*. Sage publications, 2021.

Dewi, I Gusti Agung Ayu Yuliartika, dan Mangku Suryana I. Nyoman. "Kolaborasi Triple Helix dalam Program Inovasi Desa (Studi Kasus: Desa Sanur Kaja, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar)." *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi* 15, no. 02 (2024): 253-262.

Ginting, Ari Mulianta, Edmira Rivani, Juli Panglima Saragih, dan Dewi Wuryandani. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018.

Hasan, Muhammad. "Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi." *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 1, no. 1 (2018): 81-86.

Hasanah, Ameliatun. "Peran UMKM 3 Bersaudara dalam Membuka Kesempatan Kerja bagi Remaja melalui Ekonomi Kreatif (Di Desa Tanjung Pakis Kecamatan Pakis Jaya Kabupaten Karawang)." Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2023.

Hasanah, Erni Umi, Danang Sunyoto. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Media Pressindo, 2013.

Hayati, Keumala. "Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Sinergisitas Dengan

Bumdes dan Desa Pintar (Smart Village)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)* 17, no. 3 (2021): 170-182.

Howkins, John. *Invisible Work: The Future of the Office is in Your Head*. September Publishing, 2020.

Indrajaya, Sonny H. *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing, 2024.

Iqbal, Muhammad. "Strategi Peningkatan Ketahanan UMKM di Aceh dalam Menghadapi Pasar Global: Analisis dan Rekomendasi Kebijakan." *El-faqih: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2005): 23-45.

Irawan, Agustinus Purna. *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*. Penerbit Andi, 2018.

Isnaini, Hadin Sri, dan Dwi Setya Nugrahini. "Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam Pengembangan Usaha Makanan Kerupuk Beras sebagai Ekonomi Kreatif di Dukuh Sumurgung Desa Pucangrejo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun." *Loyalitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2022): 33-53.

Hendra K., Joni, dan Hidayati. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Masyarakat menuju Revolusi Industri 4.0*. CV. Dotplus Publisher, 2023.

Junaedi, Achmad Tavip, Sudarno, Nicholas Renaldo, Amries Rusli Tanjung, Dadi Komardi, Nyoto, Suhardjo, Sarli Rahman, Andi, dan Tandy Sevendy. "Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak dalam Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat di Era Digitalisasi (Guru Ekonomi Provinsi Riau)." *Judikat: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023): 89-97.

Khasanah, Uswah. "Kolaborasi antara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU)

dan Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dalam Membantu Pemberdayaan Ekonomi." Skripsi, IAIN Metro, 2020.

Kotler, Philip. "Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets." (2007).

Kusumastuti, Adhi, dan Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.

Lailah, Alfu. "Pemberdayaan Unit Usaha Kampus dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pengolahan Batang Pisang menjadi Cemilan Keripik dari Batang Pisang)." Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2024.

Lestari, Niken, dan Mei Rahmawati. "Kajian Pengembangan Produktifitas Ekonomi melalui Produk Aqwanu untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Kreatif MWC NU Buayan Kebumen." *Akses: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 18, no. 2 (2023).

Maidiana, Maya Sari. "Ayat-Ayat Tentang Fungsi Manajemen." *Alacrity: Journal of Education* (2021): 87-94.

Majid, Abdul. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Penerbit Aksara Timur, 2017.

Maria, Vera, Tesalonika Situmeang, dan Robbi Fito Ardana. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang." *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen* 2, no. 2 (2024): 12-36.

Martono, Sri. "Mengkaji Peran Komite Ekonomi Kreatif dan Unsur Pemerintah dalam Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten Grobogan, Menghadapi Era Ekonomi Digital." *JMBPpreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis,*

dan *Kewirausahaan* 3, no. 1 (2023): 12-21.

Pieterse, Jan Nederveen. *Development Theory*. Sage, 2010.

Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. CV. Ziyadbooks, 2016.

Putri, Erni Puspanantasari. "Penyuluhan Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Desa Minggirsari, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur." In *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 1 (2022): 204-212.

Putri, Nabila Alifia, dan S. Anugrahini Irawati. "Analisa Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif terhadap Perilaku UMKM Kuliner di Kabupaten Sampang." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 1 (2022): 1-6.

Rahardja, Untung, Sudaryono, dan Mochamad Heru Riza Chakim. *Statistik Deskriptif Teori. Rumus. Kasus untuk Penelitian. Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM)*, 2023.

Alamin, Rahmatan Lil, dan Hasmawaty AR. "Strategi Meningkatkan Nilai Tambah Produksi Nanas dalam Pengembangan Unit Mikro Kecil dan Menengah Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5, no. 1 (2024): 3834–3843.

Ramli, H. Ahmad M. "Hak Cipta Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif." Penerbit Alumni, 2021.

Rezi, Lalu Septiya Fahmi, dan Ibrahim Ali. "Analisis Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Kemandirian Ekonomi Desa: Perspektif Pengelolaan Sumber Daya Alam." In *Seminar Nasional Lppm Ummat*, vol. 3 (2024): 579-590.

Rindiantika, Rofiatun. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Halal Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Caffe Warkoba Kudus)." Skripsi, IAIN KUDUS, 2022.

Riswanto, Ari, Endang Supriatna, Maklon Felipus Killa, dan Erasma Fitilai Zalogo. *Buku Ajar Ekonomi Kreatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

Riswanto, Ari, Tetty Sufianty Zafar, M. Afdhal Chatra P., dan Elisha Sunijati. *EKONOMI KREATIF: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Ros, Jaime. *Development Theory and The Economics of Growth*. University of Michigan Press, 2001.

Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.

Saputra, Dony, Yunike Berry, Sambudi Hamali, dan Vincent Gaspersz. *Manajemen Operasi: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Sari, Rini Arvika, dan Tri Handayani. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis)." *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis* 6, no. 1 (2021): 1-7.

Sarosa, Samiaji. *Analisis Data penelitian kualitatif*. PT Kanisius, 2021.

Sudaryono. *Komunikasi Bisnis*. Prenada Media, 2022.

Suhanda, M. Arif. "Peran Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap

Pengembangan Digitalisasi UMKM Milenial pada Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Aceh." Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023.

Syahbudi, Muhammad. *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif menuju Go Global (Sebuah Riset dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group, 2021.

Tanzil, Marini Yunita, dan Christian Anggrianto. *Kolaborasi Penta-Helix Pendidikan Tinggi Sub-Sektor Ekonomi Kreatif: Model dan Implementasi*. Vol. 1. Penerbit Mithra, 2022.

Tjiptono, Fandy. *Riset Pemasaran*. Penerbit Andi, 2023.

Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana. *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi, 2022.

Vuspitasari, Benedhikta Kikky, Deffrinica, dan Shanti Veronnica Br Siahaan. "Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang." *Sebatik* 25, no. 1 (2021): 181-187.

Wahyuningsih, Sri, dan Dede Satriani. "Pendekatan Ekonomi Kreatif terhadap Pertumbuhan Ekonomi." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 2 (2019): 195-205.

Warsita, Bambang. "Teknologi Pembelajaran Landasan dan Aplikasinya." (2008).

Wijaya, Hengki. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.

Zikri, Hadiyan. "Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia." *Glossary: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 16-25.



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

LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penilaian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF INDUSTRI PRODUK PISANG DI KABUPATEN LUMAJANG	1.Pengembangan Usaha 2.Strategi Bersain 3.Penghambat Produksi	a. Pengertian persaingan usaha b. Pengertian strategi bersaing c. Macam-macam strategi bersaing d. Tujuan strategi bersaing a. Konsep etika bisnis Islam b. Etika bersaing dalam Islam c. Larangan dalam etika bisnis Islam	1. Informan a. Pihak Desa b. Pengusaha mebel 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan a. Buku b. Jurnal	1. Pendekatan Kualitatif Deskriptif 2. Jenis penelitian lapangan 3. Sumbyek penelitian menggunakan purposive data (observasi, wawancara, dokumentasi) 4. Teknik pengambilan data (observasi, wawancara, dokumentasi) 5. Metode analisis data (pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan) 6. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber	1. Bagaimana pengembangan ekonomi di kabupaten lumajang ? 2 Bagaimana Pengembangan ekonomi serta factor pendukung dan penghambat dalam industry produk pisang?

Lampiran 2. Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqy Putra Anugrahvianto
Nim : 211105020072
Prodi Studi : Ekonomi Syariah
Fakutas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul “FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF INDUSTRI PRODUK PISANG DI KABUPATEN LUMAJANG” Adalah benar – benar hasil karya saya kecuali kutipan – kutipan yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 1 Oktober 2024



Rizqy Putra Anugrahvianto
NIM. 211105020072

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

PEDOMAN WAWANCARA/PENELITIAN

1. Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran yang di terapkan oleh pengusaha produk pisang di Lumajang?
2. Bagaimana bentuk strategi produk yang digunakan dan dihasilkan?
3. Untuk strategi promosi , apa yang dilakukan oleh pengusaha produk pisang?
4. Pada bagian strategi harga , apakah harga yang digunakan layak dengan kualitas produk tersebut?
5. Strategi lokasi apa yang dapat mempermudah dalam penjualan tersebut?
6. Apakah pada penerapan strategi bauran pemasaran memiliki hambatan dan pendukung dalam penjualannya?
7. Apa faktor penghambat yang di dapati dalam penerapan strategi bauran pemasaran?
8. Adakah faktor pendukung ketika strategi bauran pemasaran berlangsung?

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

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



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

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/09/2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

14 Oktober 2024

Kepada Yth.
Kepala Manager Pusat Oleh Oleh Khas Lumajang
Keripik Pisang Agung Jati Arum Jl Suwandak Timur Lumajang

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

Nama : Rizqy Putra Anugrahvianto
NIM : 211105020072
Semester : VI (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Produk Olahan Industri Pisang di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik


Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ibu siti

Jabatan : Pemilik Usaha Olahan Pisang

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Rizqy Putra Anugrahvianto

NIM : 211105020072

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Usaha Olahan Produk Pisang untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Produk Pisang di Lumajang”.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Lumajang, 2 November 2024

Pemilik Usaha Pisang



Siti

Lampiran 6. Jurnal Kegiatan Penelitian

Tanggal	Kegiatan	Catatan Singkat
1 Oktober	Studi literatur	Mengumpulkan dan menganalisis literatur terkait.
3 Oktober	Wawancara dengan pelaku industri pisang	Melakukan wawancara dengan 3 pelaku usaha.
5 Oktober	Observasi lapangan	Mengamati proses produksi di pabrik pisang lokal.
8 Oktober	Diskusi kelompok	Diskusi dengan tim penelitian mengenai hasil awal.
10 Oktober	Pengumpulan data	Mengumpulkan data dari survei yang telah disebar.
12 Oktober	Analisis data	Menganalisis data yang telah dikumpulkan.
15 Oktober	Penyusunan laporan awal	Menyusun draft laporan hasil penelitian sementara.
17 Oktober	Pertemuan dengan pembimbing	Mendiskusikan progres dan mendapatkan masukan.
20 Oktober	Seminar internal	Presentasi hasil penelitian awal kepada rekan-rekan.
23 Oktober	Penyusunan kajian pustaka	Merangkum dan menyusun kajian pustaka.
25 Oktober	Persiapan presentasi akhir	Menyiapkan materi presentasi untuk seminar.
28 Oktober	Evaluasi akhir dan penulisan laporan	Mengumpulkan semua hasil penelitian dalam laporan akhir.
30 Oktober	Publikasi hasil penelitian	Mengirimkan artikel untuk publikasi di jurnal.

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

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian



Observasi Para Petani



Observasi KePemasaran





Observasi Pedagang

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



UNIVERSITÄT NEGERI
KIAI HAJI AHMAD SIDDIQ



Observasi Kedinas terkait

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



Observasi Pedagang



Observasi Toko



Observasi Produksi





UNIVERSITAS KHARISMA
KIAI HAJI LACHMAD SIDDIQ
Jember

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Rizqy Putra Anugrahvianto
NIM : 211105020072
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Produk Pisang Di Kabupaten Lumajang

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, 19 November 2024

Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Luky Musfiroh

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

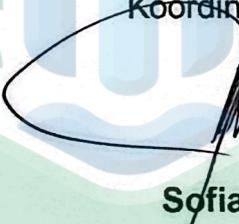
Nama : Rizqy Putra Anugrahvianto

NIM : 211105020072

Semester : 7

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

Jember, 25 November 2024
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Sofiah, M.E.

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

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Rizqy Putra Anugrahvianto
NIM : 211105020072
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 5 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : perum tukum indah blok p 12 RT 5 RW 16 desa
tukum kecamatan tekung kabupaten lumajang
Agama : Islam
Nomor Telepon : 085895175451
Email : rizpav2016@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN Ditotrunan 1 Lumajang
2. SMP NEGERI 1 Lumajang
3. SMA NEGERI 2 Lumajang
4. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER