SKRIPSI

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAGEMEN BISNIS ISLAM
(Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)

Oleh:

ANANDA PAHMIL HUDA
NPM. 1502040223

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAGEMEN BISNIS ISLAM
(Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ANANDA PAHMIL HUDA
NPM. 1502040223

Pembimbing I : Drs. H. M. Saleh, M.A
Pembimbing II : Dharma Setyawan, MA

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAGEMEN BISNIS ISLAM (Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)**

Nama : **ANANDA PAHMIL HUDA**

NPM : 1502040223

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Januari 2021

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. H. M. Saleh, M.A	**Dharma Setyawan, MA**
NIP. 19650111 199303 1 001	NIP. 19880529 201503 1 005

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan Saudara Ananda Pahmil Huda**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **ANANDA PAHMIL HUDA**
NPM : 1502040223
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAGEMEN BISNIS ISLAM (Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Januari 2021

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. H. M. Saleh, M.A	**Dharma Setyawan, MA**
NIP. 19650111 199303 1 001	NIP. 19880529 201503 1 005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id;E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor : .0528./In.28.3./D./PP.00.9/02/2021

Skripsi dengan Judul **PENGEMBANGAN EKONOMI KOPI DALAM MANAGEMEN BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Kecamatan Bukit Kemuning Lampung Utara),** disusun oleh Ananda Pahmil Huda Jurusan: Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Senin, 25 Januari 2021.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator	**: Drs. H. M.Saleh, M.A**	(.....)
Penguji I	**: Hermanita, S.E.M.M**	(.....)
Penguji II	**: Dharma Setiawan, M. A**	(.....)
Sekretaris	**: Dian Oktarina, M. M**	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAMMA NAGEMEN BISNIS ISLAM (Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)

Oleh:
ANANDA PAHMIL HUDA
NPM. 1502040223

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Ciri dan daya tarik pada suatu produk dapat dilakukan dengan pengembangan produk, dengan pengembangan produk yang baik dapat menambah citra atau nilai positif dari suatu produk. Secara keseluruhan, untuk menciptakan produk baru yang berhasil, perusahaan harus memahami pelanggannya, pasar, dan pesaing serta mengembangkan produk yang memberikan nilai yang unggul bagi pelanggan. Perusahaan harus mempunyai rencana produk baru yang kuat dan mempersiapkan proses pengembangan produk baru yang sistematis untuk menemukan dan mengembangkan produk-produk baru. Perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk itu perusahaan harus mampu mengembangkan produk yang lebih baik dari pesaing tentang produk perusahaan kepada konsumen. Seperti bisnis yang terdapat Di Bukit Kemuning yaitu produk kopi Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Kopi Dalam Managemen Bisnis Islam (Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Risearch*), adapun sifat penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan 4 Orang Pemilik usaha kopi di Bukit Kemuning dan 4 orang Pelanggan. Sumber data tersebut dianalisis secara kualitatif dengan metode berfikir deduktif.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pengembangan produk kopi di Bukit Kemuningsudah berkembang dengain baik dilihat dari peningkatan hasil penjualan periode sebelumnya Apabila ditinjau dari sisi bisnis Islam bahwa Perkembangan produk kopi dapat dikatakan sudah baik dan sesuai dengan kaidah bisnis Islam. Hal tersebut dilakukan dengan produk yang halal, bermutu dan berkualitas, bermanfaat bagi masyarakat dan tidak ada unsur gharar.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Pahmil Huda

NPM : 1502040223

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftra pustaka

Metro, Januari 2020

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL

BAAB8AHF910913301

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Ananda Pahmil Huda

NPM. 1502040223

MOTTO

ٱنفِرُواْ خِفَافًا وَثِقَالاً وَجَٰهِدُواْ بِأَمْوَٰلِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٤١﴾

Artinya: *Berangkatlah kamu baik dalam Keadaan merasa ringan maupun berat, dan berjihadlah kamu dengan harta dan dirimu di jalan Allah. yang demikian itu adalah lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui*.[1] (At Taubah:41)

[1]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Baru,* (Surabaya: Danakarya, 2004), 378.

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Rusdianto, dan Ibunda Bonisah yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, motivasi serta dukungan demi keberhasilan peneliti.
2. Bapak Dr, Mat Jalil, M. HUM. yang telah senantiasa memberi motivasi dan dukungan kepada saya.
3. Tia Muninggar yang senantiasa menyemangati dan membatu saya dalam untuk mengerjakan penelitian ini.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini. Proposal ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian proposal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah, sekaligus Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
4. Bapak Drs. H. M. Saleh, M.A., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan proposal ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga proposal ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Januari 2021
Peneliti,

Ananda Pahmil Huda
NPM. 1502040223

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
NOTADINAS ..... **iii**
PERSETUJUAN ..... **iv**
PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
ORISINALITAS PENELITIAN ..... **vii**
MOTTO ..... **viii**
PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Penelitian Relevan 7
BAB II LANDASAN TEORI **11**
A. Pengembangan Produk 11
B. Ekonomi Kreatif 13
1. Pengertian Ekonomi Kreatif 13
2. Subsektor Ekonomi Kreatif 17
3. Peran Ekonomi Kreatif 20
C. Manajemen Bisnis Islam 22
1. Pengertian Managemen Bisnis Islam 22
2. Prinsip-Prinsip Managemen Bisnis Islam 23

BAB III METODE PENELITIAN 26
A. Jenis dan Sifat Penelitian 26
B. Sumber Data Penelitian 27
C. Teknik Pengumpulan Data 28
D. Teknik Analisa Data 30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32
A. Gambaran Umum Kecamatan Bukit Kemuning 32
B. Sejarah Singkat Kecamatan Bukit Kemuning 32
C. Pengembangan Ekonomi Kreatif Kopi Di Kecamatan BUKIT KEMUNING 33
D. Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kopi Dalam Managemen Bisnis Islam Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara 36
BAB V PENUTUP 43
A. Kesimpulan 43
B. Saran 43

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1.1. Produksi Kopi Menurut Provinsi Lampung pada tahun 2016-2019 4

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Surat Izin Pra Survei
3. Alat Pengumpulan Data
4. Kartu Bimbingan
5. Surat Tugas
6. Surat Izin Research
7. Surat Bebas Pustaka
8. Foto Dokumentasi
9. Daftar Riwayat Hidup
10. Surat Lulus Turnitin

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena perubahan kebutuhan dan gaya hidup yang disebabkan perkembangan zaman ini memacu perusahaan selaku produsen untuk terus berinovasi. Produk-produk lama secara terus menerus dirancang kembali, dan produk-produk baru tiada henti-hentinya dikembangkan. Dengan demikian, perusahaan harus bersaing dengan menguasai teknologi untuk mempersiapkan diri menciptakan inovasi produk. Inovasiterpenting yang dapat dilakukan perusahaan adalah pembaharuan yang menyangkut produk itu sendiri, karena produk menjadi alasan utamaseseorang untuk memilih dan membelinya, untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, dalam proses inovasinya perusahaan harus dapat menciptakan strategi bisnis yang tepat.[1]

Perusahaan harus mempunyai rencana produk baru yang kuat dan mempersiapkan proses pengembangan produk baru yang sistematis untuk menemukan dan mengembangkan produk-produk baru. Prosesnya yaitu adanya penciptaan ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujia konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pemasaran uji, dan komersialisasi.[2] Dalam pengembangan produk ada tiga tingkatan produk yaitu, yang pertama manfaat inti, yang kedua produk aktual,

---

[1] Endang Sulistiya Rini, "*Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan*", Jurnal Ekonom, Vol 16, No.1, Januari 2013, 30.

[2] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, Edisi Kedua Belas, 2006), 310.

dan yang ketiga produk tambahan.[3] Strategi yang dilakukan suatu perusahaan ialah dengan menciptakansuatu produk baru. Dalam Islam menciptakan suatu produksi bukanlahsesuatu yang hanya sekedar untuk konsumsi sendiri atau dijual kepasar. Islamsecara khas menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pulamewujudkan fungsi sosial.[4]

Islam juga menganjurkan umatnya untuk berproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, perikanan, perindustrian, dan perdagangan. Bekerja dalam pandangan Islam bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama. Persaingan dalam bisnis (usaha) bukan menjadi persoalan yang tabu, tapi justru persaingan dijadikan sebagai sarana untuk bisa berprestasi secara fair dan sehat kalau Allah tidak menghendaki adanya persaingan, maka Allah tidak akan menciptakan kita dalam beragam kultur, etnis, dan budaya yang berbeda. Saingan atau lawan dalam dunia bisnis bisa dijadikan sebagai partner untuk memicu dan mendorong kita agar menjadi manusia-manusia yang kreatif yang terus berinovasi untuk mengeluarkan produk-produk baru.[5]

Dalam peningkatan ekonomi kreatifbanyak cara yang di lakukan di antaranya adalah dengan sektor industri kuliner. Industri kreatif adalah sektor industrial yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Melalui ekonomi kreatif, diharapkan perkembangan industri di Indonesia yang

---

[3]*Ibid,* .. 268.
[4]Nurul Huda, dkk, *Pengenalan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 106.
[5] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Pers, 2009), 32.

dulunya didominasi oleh bidang tambang dan migas bisa beralih ke sektor industri alternatif yang berasal dari sumber terbarukan, dan lebih fokus menciptakan daya kreasi masyarakat Indonesia[6]. Ekonomi kreatifjuga dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutankarena ide dan kreatifitas adalah sumber daya yang senantiasadapat diperbaharui.[7] Untuk menjalankan kegiatan bisnisnya seorang entrepreneur harus mampu mengelola dan mengkombinasikan berbagai macam sumber daya yang dimiliki, sehingga mampu berproduksi secara optimal. Mengelola dan mengkombinasikan berbagai macam sumber daya itu disebut manajemen.

Jika didefinisikan manajemen adalah suatu rangkaian aktifitas (termasuk perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan, danpengendalian) yang diarahkan pada sumber daya organisasi (manusia, financial, fisik dan informasi) dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.[8]

Manajemen Islami adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Jika setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid, maka diharapkan perilakunya akan terkendali karena menyadari adanya pengawasan dari Allah SWT.

Manajemen menurut pandangan Islam merupakan manajemen yang adil. Batasan adil adalah pimpinan tidak mengurangi atau tidak memaksa

---

[6] Novita Sari, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi", dalam *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol. 2, No. 1 Januari - Juni 2018, 51

[7] Andi Sutrisman, *Strategi Peningkatan Potensi Ekonomi Kreatif Melalui Penataan Wilayah Strategi Di kota Palopo*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hassanuddin Makassar, 2017, 21.

[8] Griffin, *Manajemen*, alih bahasa Gina Gania, (Jakarta: Erlangga, 2004), 20

bawahan untuk bekerja melebihi ketentuan dan bawahan tidak mungkin pimpinan maupun perusahaan yang ditempati. Seharusnya kesepakatan kerja dibuat untuk kepentingan bersama antara pimpinan dan bawahan. Jika seorang manajer mengharuskan bawahan atau karyawannya bekerja melampaui waktu kerja yang ditentukan, maka sebenarnya manajer itu telah mendzalimi karyawannya. Dan ini sangat bertentangan dengan ajaran Islam.[9]

Perkebunan kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya, perkebunan kopi juga berperan penting sebagai sumber devisa negara dan merupakan sumber penghasilan bagi petani kopi di Indonesia.[10]

Tabel 1.1.
Produksi Kopi Menurut Provinsi lampung pada tahun 2016-2019

2016	2017	2018	2019
115.524 Ton	107.219 Ton	110.597 Ton	110.291 Ton

(Sumber Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung)

Untuk mencapai keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan, maka diperlukan suatu pengembangan produk. Pengembangan produk yang dilakukan suatu perusahaan merupakan cara perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen yang berbeda-beda. Produk yang berkualitas merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan, yang pada akhirnya akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.Di daerah Bukit Kemuning Lampung Utara, sudah banyak kopi bubuk seperti kopi bubuk milik bapak Deska, bapak

[9] Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis*, (yogyakarta, Graha Ilmu 2012), 2

[10] Noveliska Br Sembriring, I Ketut Satriawan, *Nilai Tambah Proses Pengolahan Kopi Arabika Secara Basah Di Kecamatan Kintaman*i, Jurnal Rekayasa dan Managemen Agroindustri, ISSn: 2503-488X, Vl.3.No.1 Maret 2015, 61.

Rafif, Bapak Sugeng, tetapi baru-baru ini yang sudah berkembang kopi milik Bapak Roin yang sudah memilik cap atau merk yaitu merk kopi sederhana dan dua putri bubuk merupakan kopi bubuk baru. Dari berbagai kopi bubuk di atas maka Bapak Roin melakukan pengembangan produk kopi bubuk cap Sederhana dan dua putrisehingga kopi bubuk cap Sederhana dan dua putrimampu bersaing dengan kopi bubuk lainnya.[11]

Dari hasil wawancara pada pra-surveyoleh Bapak Roin yang memiliki kopi sederhana dan dua putri, untuk saat ini secara kemasan hanya di bunggus dengan pelastik biasa dan sudah memiliki cap serta nama kopidan secara pemasaran bapak roin tidak hanya melaukuan pemasaran di warung warung terdekat tetapi juga memasarkan melalu sosial media yaitu facebook. kopi bapak roin saat ini mampu bersaing di pasaran dengan strategi pengembangan produk yang digunakan. Semua bentuk bisnis retail modern akan terus di tingkatkan kualitas produk dengan membuat kemasan yang baik dan unik.Bisnis yang di kelola bapak Roin yaitu produk kopi bubuk cap Sederhana dan dua putrimelakukan pengembangan produk dengan menggunakan strategi yang baik agar dapat berkembang dengan baik. Produk kopi bubuk cap Sederhana dan dua putrimerupakan kopi yang banyak diminati oleh konsumen.

[11] Hasil Prasurvey dengan Pemilik Usaha Kopi di Bukit Kemuning Lampung utara, Pada Tanggal 8 Oktober 2020.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelititertarik melakukan penelilitian dengan judul "**Pengembangan Ekonomi Kreatif Kopi Dalam Managemen Bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)".**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana pengembangan ekonomi kreatif kopi dalam managemen bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif kopi dalam managemen bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan menjadi suatu kajian dan menambah ilmu pengetahuan tentang meningkatkanekonomi kreatif dalam pengelolaankopi di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada masyarakat Bukit Kemuning dalam pengelolaan kopi.

E. Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka (*Prior Research*) berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang dikaji. Menegaskan bahwa penelitian yang sedang dilakukan belum pernah dilakukan sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni, dengan judul "*Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Bagik Polak Barat Dusun Jerneng Kecamatan Labuapi Kabupaten LombokBarat*" Skripsi ini membahas tentang peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Bagik Polak Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat, dimana kegiatan ekonomi kreatif ini melibatkan banyak orang dalam pengerjaannya dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat untuk ikut terlibat secara langsung dalam kegiatan ekonomi kreatif (kerajinan ilalang) sehingga menciptakan mata pencaharian baru untuk masyarakat yang berada di Desa Bagik Polak, oleh sebab itu pendapatan masyarakat menjadibertambah.[12]

Fokus penelitian tersebut yaitu meningkatkan kesejahtraan masyarakat desa bagik polak barat dusun jerneng kecamatan lanauapi kabupaten lombok dengan kegiatan ekonomi kreatif. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Sri Wahyuni, . Persamaannya yaitu, sama sama mengkaji mengenai peran Ekonomi Kreatif. Namun yang membedakan adalah tujuan dan lokasi objek penelitiannya. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang sekarang yaitu penelitian di atas mengarah kepada

[12] Sri Wahyuni, "*Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Bagik Polak Barat Dusun Jerneng Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat*", (Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Mataram, 2016)

peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Bagik Polak Dusun Jerneng Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat, Sedangkan yang peneliti teliti lebih terfokus pada bagaimana managemen bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara .

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hisyam dengan judul "*Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Hiasan Dari Limbah Pohon Kopi, Studi Kasus Pada Masyarakat Miskin Perkebunan Kopi Didesa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember"*. Penelitian ini membahas memberikan keterampilan dan alternatif sumber pendapatan pada masyarakat miskin disekitar dari produk yang dihasilkan dalam pelatihan dilihat dari segi potensi pendapatan. Hasil penelitian menunjukan bahwa peserta pelatihan memperoleh keterampilan baru terkait dengan pemanfaatan limbah pohon dan sudah dapat mempraktikan atau sudah dapat membuat sendiri produk hiasan dari hasil pelatihan.[13]

Fokus penelitian tersebut iyalah kegiatan ekonomi kreatif untuk memberdayakan masyarat miskin perkebunan kopi didesa harjomulio kecamatan silo kabupaten jembermelauli pelatiahan membuat produk hiasan dari limbah pohon kopi.Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Ahmad Hisyam Persamaannya yaitu, sama sama mengkaji mengenai pemberdayaanEkonomi Kreatif. Namun yang membedakan adalah tujuan dan lokasi objek penelitiannya.Perbedaan

[13] Ahmad Hisyam, *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Hiasan Dari Limbah Pohon Kopi, Studi Kasus Pada Masyarakat Miskin Perkebunan Kopi Didesa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember,* Skripsi jurusan Pendidikan Ekonomi fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember (UNEJ), 2015.

penelitian di atas dengan penelitian yang sekarang yaitu penelitian di atas mengarah kepada keterampilan dan alternatif sumber pendapatan pada masyarakat miskin disekitar dari produk yang dihasilkan dalam pelatihan dilihat dari segi potensi pendapatan masyarakat Didesa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember Sedangkan yang peneliti teliti lebih terfokus pada bagaimana managemen bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara dalam pengembagan ekonomi kretif kopi.

Penelitian yang dilakukan oleh Puspa Rini dan Siti Czafrani dalam Jurnal yang berjudul "*Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis KearifanLokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berbagai permasalahan yang mengiringi perkembangan globalisasi menjadi tantangan yang besar bagi bangsa yang masih berkembang termasuk Indonesia. Untuk itu, permasalahanpermasalahan yang membelit pemuda perlu di atasi terlebih dahulu agar pemuda Indonesia khususnya bisa berkompetisi di pasar global. Khusus untuk mengatasi permasalahan ekonomi, pengembangan ekonomi kreatif sangat diperlukan yakni perekonomian kreatif yang menjual keanekaragaman budaya Indonesia, dengan pemuda sebagai aktor utamanya. Melalui hal tersebut, diharapkan para pemuda bisa menghadapi tantangan

globalisasi dengan tidak menghilangkan identitas sebagai pemuda Indonesia serta sukses di pasar bebas.[14]

Fokus penelitian tersebut yaitu pemuda dapat mengembangakan ekonomi kreatif yang berbasiskearifan loka untuk menjawab tantangan ekonomi global. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitianPuspa Rini dan Siti Czafrani. Persamaannya yaitu, sama sama mengkaji mengenai pemberdayaanEkonomi Kreatif. Namun yang membedakan adalah tujuan dan lokasi objek penelitiannya.Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang sekarang yaitu penelitian di atas mengarah Berbagai permasalahan yang mengiringi perkembangan globalisasi menjadi tantangan yang besar bagi bangsa yang masih berkembang termasuk Indonesia Sedangkan yang peneliti teliti lebihpada bagaimana managemen bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara.

[14] Puspa Rini dan Siti Czafrani, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global*", 2010.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Pengembangan Produk

Pengembangan produk baru adalah pengembangan dari produk orisinal, peningkatan produk, modifikasi produk, yang dikembangkan perusahaan melalui usaha riset danpengembangan mereka sendiri.[1] Sedangkan pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan, dan pengiriman produk. Filosofi yang menjadi catatan penting bagi bisnis Islam adalah bahwa dalam setiap gerak langkah kehidupan manusia adalah konsep hubungan manusia dengan manusia, lingkungannya, serta manusia dengan tuhan (*Hablumminallah, Hablumminannas*).[2]

Seluruh aktivitas mengenai kehidupan sehari-hari dijelaskan dan diatur di dalamAl-Qur‟an dan Hadits Nabi.Pengembangan produk merupakan aktivitas lintas disiplin yang membutuhkan kontribusi dari hampir semua fungsi yang ada di perusahaan, namun tiga fungsi yang selalu paling penting bagi proyek pengembangan produk, yaitu:

1. Pemasaran

   Fungsi pemasaran menjembatani interaksi antara perusahaan dengan pelanggan. Peranan lainnya adalah memfasilitasi proses identifikasi peluang produk, pendefinisian segmen pasar, dan identifikasi kebutuhan pelanggan. Bagian pemasaran juga secara khusus merancang

[1] Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2006), 309.

[2] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 72.

komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, menetapkan target harga dan merancang peluncuran serta promosi produk.

2. Perancangan(*design*)

Fungsi perancangan memainkan peranan penting dalam mendefinisikan bentuk fisik produk agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks tersebut tugas bagian perancangan mencakup desain *engineering* (mekanik, elektrik, software dan lain-lain) dan desain industri (estetika, *user interface*).

3. Manufaktur

Fungsi manufaktur terutama bertanggung jawab untuk merancang dan mengoperasikan sistem produksi pada proses produksi produk. Secara luas, fungsi manufaktur seringkali mencakup pembelian, distribusi dan instalasi.[3]Islam memberikan pedoman tentang prilaku yang sesuai dengan fitrah manusia. Islam telah memberikan beberapa tuntunan dalam Al-Qur‟an dan sunnah rasulnya sebagai pedoman agar hidup manusia senantiasa sejahtera dan bahagia. Tuntunan tersebut tentu saja dapat dijadikan sebagai petunjuk dalam semua aktivitas muamalah manusiatermasuk*marketing*yang akan dimintak pertanggungjawaban dihadapan Allah SWT pada akhir kelak.

[3] Endang Sulistiya Rini, "*Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan*", *Jurnal Ekonom*, Vol 16, No.1, Januari 2013, 31.

B. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Sebagaimana dikutip oleh Basuki Pujuoalwanto, Menurut Sastradipoera istilah 'ekonomi' berasal dari bahasa yunani '*oikonomia',* yang artinya managemen urusan rumah tangga, khususnya peniyediaan dan administrasi pendapatan. Di sini Sastradipoera lebih menekankan pada persoalan rumah tangga, dan pada masalah pendapatan. Dalam konteks ini, tampak bahwa pendapatan menjadi bagian sentral dari peristilahan ekonomi..[4]

Sebagaiman di kutip oleh Juhaya S Pradja, Menurut M. Akram Khan bahwa ilmu ekonomi Islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar kerja sama dan partisipasi.[5] Ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai cara-cara yang ditempuh oleh masyarakat untuk menggunakan sumberdaya yang langka guna memproduksi komoditas atau barang-barang yang bermanfaat serta mendistribusikannya kepada semua orang.[6]

Ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa

---

[4] Basuki Pujoalwanto, *Perekonomian Indonesia; Tinjauan Historis, Teoritis, dan Empiris*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 12.

[5] Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 64.

[6] Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Jakarta: rajawali pers, 2011), 9.

dan mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan dimasa depan, kepada berbagai individu dan golongan masyarakat.[7]

Ekonomi kreatif merupakan konsep yang sedang berevolusi dan berbasis pada asset-aset yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (the ceative economy is anevolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.[8]

Ekonomi kreatif kini semakin diminatiseiring perkembangan informasi dan teknologi. Ekonomi kreatif menjadi denyut nadi perekonomian yang memiliki hubungan erat dibidang budaya kewirausahaan yang diprediksiakan menjadi trend ekonomi dunia termasuk Indonesia yang akan ikut serta berperan aktif dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).[9] Ekonomi Kreatif (EK) menurut Diktum Pertama Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah, ”Kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia.[10]

---

[7] Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 8-9.

[8]Rusydi, Noviana, *Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap KreativitasRemaja Di Kota Lhokseumawe*, Jurnal Visioner & Strategis Volume 5, Nomor 1, Maret 2016, 53

[9]M. Amir. Ht, *“Kebijakan Ekonomi Kreatif Berbasis Industry KerajinanUnggulan Dalam Upaya Mengangkat Kearifan Local Kabupaten Tuban*”, Jurnal Cakrawala Vol. 11 No. 2 Desember 2017, 158.

[10]Dharma Setyawan, “*Gerakan Intelektual Kolektif Komunitas #Ayokedamraman dalam Pemberdayaan Warga Membangun Pariwisata Alam dan Ekonomi Kreatif*”, Nizham, Vol. 05, No. 02 Juli-Desember 2017.19.

Definisi ekonomi kreatif adalah sebuah konsep diera ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan keluasaan dari sumberdaya manusia sebagai factor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.[11]

Ekonomi kreatif adalah sebuah kegiatan ekonomi yang timbul dari adanya kreatifitas, di mana dari berbagai kreatifitas, inovasi, bakat, ide gagasan, sebagai wujud nyata dari kreatif tersebut dan kekayaan intelektual merupakan sumber utama dari ekonomi kreatif.[12] Ekonomi kreatif adalah gagasan baru sistem ekonomi yang menempatkan informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi yang paling utama.[13] Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial.[14]

Kreativitas pada intinya merupakan kemampuan umum untuk menciptakan suatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah,

---

[11] Heny Febria Sari, *Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreative Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Dalam Perspektif Ekonmi Islam Study Pada Usaha Kecil Dodol Lele, Di Desa Adiwarno Batanghari Lampung Timur, Skripsi* Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institu Agama Islam Negeri, 2017

[12] Siti Nur Azizah, *"Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah, "Skripsi", (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)"*, 67.

[13] Novita Sari, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi", dalam *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol. 2, No. 1 Januari - Juni 2018, 51.

[14] Ririn Noviyanti, "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1", dalam *Jurnal Penelitian Ilmiah Intaj*, Vol 1, 2017, 80.

atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan –hubungan baru dan unsur-unsur yag sudah ada sebelumnya.[15]

Inovasi merupakan sesuatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk atau proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat.[16]

Ekonomi kreatif menjadikan sumber daya manusia (SDM) sebagai modal utama dalam sebuah pengembangan yang berawal dari gagasan, ide dan pemikiran. Ke depannya, diharapkan SDM ini mampu menjadikan barang yang awalnya bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual. Profesi yang mengaharuskan seseorang untuk memiliki daya kreativitas tinggi adalah wirausahawan. Maka pengembangan ekonomi kreatif ini secara tidak langsung mengarahkan dan mencoba untuk menciptakan wirausaha-wirausaha yang handal dalam berbagai bidang. Daya kreativitas harus dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan yang sudah ada.[17]

---

[15]Utami, Munnadar, *Perkembangan Kreatvitas Anak Bakat*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 24.

[16] Mari Elka Pangestu, *Studi Industri Kreatif Indonesia*, (Dapartemen Perdagangan RI, 2008), 69-70.

[17] Zul Asfi Arroyhan Daulay, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)", dalam *Jurnal Tansiq*, Vol.1, No.2, Juli-Desember 2018, 170-171.

Jadi dapat di simpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah suatu gagasan perekonomian yang terdorong dan terfokus pada kreativitas dan juga informasi dengan mengandalkan ide, ilmu pengetahuan dan sdm sebagai kunci utama dalam faktor produksi.

2. Subsektor Ekonomi Kreatif

Ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Inpres Nomor 6 Tahun 2009 adalah sebagai berikut:

a. Periklanan (advertising)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu.

b. Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh baik dari level makro sampai levelmikro. Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasibangunan warisan, pengawasan kontruksi.

c. Pasar barang seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinanautomobile dan film.

d. Kerajinan (craft)

Sub sektor kerajinan adalahdengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin

yang berasal dari desain awal sampai dengan proses peneyelesaian produknya.

e. Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desin industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

f. Fashion

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

g. Video, film dan fotografi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi, produksi video dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film dan hasil fotografi.

h. Permainan interaktif (game)

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 bantu pembelajaran atau edukasi.

i. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan musik, reproduksi dan distribusi darirekaman suara.

j. Seni pertunjukan

Sub sektor seni pertunjukkan meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksipertujukan balet, tarian tradisional, musik terater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunujkan, tata panggung dan tata pencahayaan.

k. Penerbitan dan percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid dan konten digital serta kegiatan kantor berita.

l. Layanan komputer dan piranti lunak

Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras serta desain portal.

m. Televisi dan radio

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran dan transmisi televisi dan radio.

n. Riset dan pengembangan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru,

proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

o. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual atau yang sering dikenal dengan sebutan DKV merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dengan memanfaatkan elemen visual sebagai cara untuk mencapai tujuan tertentu.

p. Kuliner

Kuliner memiliki potensi yang kuat untuk berkembang. Data dari Bekraf menyebutkan bahwa sektor ini menyumbang kontribusi 30% dari total sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Beberapa hal yang masih menjadi perhatian pemerintah yaitu akses perizinan satu pintu, panduan bisnis dan perizinan, hingga pendampingan hokum dalam proses pendirian usaha[18].

3. Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan (*income generation*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*), dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (*export earning*), meningkatkan teknologi (*technology development*), menambah kekayaan intelektual (*intelectual property*), dan peran sosial lainnya. Oleh sebab itu, ekonomi kreatif dapat dipandang

[18]Rusydi, Noviana, *Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe*, Jurnal Visioner & Strategis Volume 5, Nomor 1, Maret 2016. 55

sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa (*engine of economic growth and development*).[19]

Ekonomi Kreatif berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

a. Ekonomi kreatif dapat mendorong penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan penerimaan ekspor. Selain itu, ekonomi kreatif juga dapat mempromosikan aspek-aspek sosial (social inclusion), ragam budaya, dan pengembangan sumber daya manusia.
b. Ekonomi kreatif memupuk ekonomi, budaya, dan aspek-aspek sosial yang saling berhubungan dengan teknologi, kekayaan intelektual, dan tujuan-tujuan wisata.
c. Merupakan seperangkat ilmu pengetahuan yang berbasis aktivitas ekonomi dengan suatu dimensi perkembangan dan keterkaitan antara tingkat makro dan mikro untuk ekonomi secara keseluruhan.
d. Ini adalah salah satu pilihan pengembangan yang layak untuk menggugah inovasi yang multidisiplin, respons kebijakan dan tindakan antarkementrian.
e. Di dalam jantung ekonomi kreatif terdapat industri-industri kreatif *(at the heart of the creative economy are the creative industries).*[20]

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa, peran dari ekonomi kreatif adalah menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja dan

---

[19] Suryana, *Ekonomi KreatifSuryana, Ekonomi Kreatif, Ekonomi baru: mengubah ide dan menciptakan peluang*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013), 36-37.

[20] Nasrudin Ali, *Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu (Pengrajin Anyaman Bambu)*, Fakultas Dakwah Dan Ilmu KomunikasiUniversitas Islam NegeriRaden Intan Lampung, 28.

meningkatkan penerimaan hasil ekspor, teknologi, menambah kekayaan intelektual, sehingga akan membawa kemajuan bagi negara.

C. Manajemen Bisnis Islam

1. Pengertian Managemen Bisnis Islam

Manajemen Islami adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Jika setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid, maka diharapkan perilakunya akan terkendali karena menyadari adanya pengawasan dari Allah SWT. Manajemen menurut pandangan Islam merupakan manajemen yang adil. Batasan adil adalah pimpinan tidak mengurangi atau tidak memaksa bawahan untuk bekerja melebihi ketentuan dan bawahan tidak mungkin pimpinan maupun perusahaan yang ditempati. Seharusnya kesepakatan kerja dibuat untuk kepentingan bersama antara pimpinan dan bawahan. Jika seorang manajer mengharuskan bawahan atau karyawannya bekerja melampaui waktu kerja yang ditentukan, maka sebenarnya manajer itu telah mendzalimi karyawannya. Dan ini sangat bertentangan dengan ajaran Islam.

Manajemen Islami harus didasari dengan nilai-nilai dan etika Islam. Islam yang ditawarkan berlaku universal tanpa mengenal ras dan agama. Boleh saja berbisnis dengan label Islam, namun bila nilai dan akhlak Islam dalam melakukan bisnis tersebut ditinggalkan, maka tidaklah lagi pantas dianggap sebagai Islam.

Dalam rangkaian definisi bisnis dan manajemen di atas, secara ringkas manajemen bisnis adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan jalannya bisnis atau perusahaan, manajemen membantu bisnis fokus pada menetapkan dan mencapai tujuan secara efisien dan efektif sehingga dapat diperoleh keuntungan, kata manajemen juga merujuk pada orang-orang yang bertugas menjalankan bisnis. Manajer perlu pemahaman yang menyeluruh tentang operasi bisnis, yang melibatkan semua kegiatan perusahaan. mereka mengembangkan tujuan untuk sebuah perusahaan atau departemen dan kemudian mencari cara untuk mencapai tujuan tersebut melalui orang, proses kerja, danperalatan.[21]

2. Prinsip-Prinsip Managemen Bisnis Islam

Menurut Sonny Keraf beberapa nilai dan prinsip yang harusdijalankan dalam manajemen bisnis, meliputi: [22]

a. Prinsip Otonomi yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambilkeputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yangdianggapnya baik untuk dilakukan.

b. Prinsip Kejujuran yaitu terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkansecara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalautidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasadengan mutu dan harga yang

---

[21]Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis*(yogyakarta, Graha Ilmu 2012), .2.

[22] Sonny Keraf, *Etika Bisnis Islam: Tuntutan dan Relivansinya,* (Yogyakarta: Kanisius), 34.

sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

c. Prinsip Keadilan yaitu menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai criteria yang rasional obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.

d. Prinsip Saling Menguntungkan (*Mutual Benefit Principle*)yaitu menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.

e. Prinsip Integritas Moral yaituterutama dihayati sebagai tuntutan internal dalamdiri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya.

Dalam lingkup ajaran Islam, prinsip dasar muamalah dan manajemen bisnis menurut Islam ditegaskan bahwa segala sesuatu itu dibolehkan, kecuali ada larangan dalam al-Quran dan Hadits, sehingga dapat mengilhami dan mendorongsiapapun untuk melakukan inovasi dan kreatifitas (ijtihad) dalam memajukan bisnis. [23] Kebebasan bermuamalah tesebut wajib diikuti dengan identifikasi terhadap larangan yang tegas mencakup haram terhadap objek bisnisnya (haram lidzatihi) maupun prosesnya. Keharaman proses bisnis mencakup antara lain: tadlis(penipuan), gharar (ketidak-jelasan), ikhtikar atau hoarding (rekayasa pasar dengan mengurangi pengadaan komoditas), ba'i najasy (rekayasa pasar dengan

[23] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), 86.

menciptakan permintaan palsu), riba, maysir (perjudian), risywah (penyuapan), serta tidak sahnya akad.[24]

[24]*Ibid*., 87

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data, serta menyimpulkan dengan menggunakan metode atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atau permasalah yang timbul.[1]

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan atau sering disebut penelitian *Field Research*, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara insentif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit soaial masyarakat.[2]

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan untung mengetahui tentang bagaimanakah pengembangan ekonomi kreatif kopi dalam managemen bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini lebih menekankan pada DeskriptifKualitatif, penelitian Deskriptif Kualitatif merupakan metode penelitian yang dimasukan untuk menggambarkan, melukiskan, atau memaparkan keadaan

---

[1]Moh Karim, *Metodologi Penelitian Kuantitaif Kualitatif*, (Yogyakarta: Uin Malik Press, 2010), 36.

[2]Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 80.

suatu objek yang diteliti secara apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi pada saat penelitian dilakukan.[3]

B. Sumber Data Penelitian

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitudata yang didapat langsung dari sumber pertamanya (asli)[4]. Baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer ini diperoleh dengan wawancara langsung dengan limaorangyaitu 1 orang pemilik produk kopi yang sudah meiliki produk kopi sederhan dan dua putri yakni Bapak Roin, dan 4 pemilik produk kopi yang belum memiliki cap atau merk.

Teknik pengambilan sample yang digunakan oleh peneliti adalah *Snowballl* yaitu teknik penentuan responden dengan mengambil sejumlah kasus melalui hubungan keterkaitan dari satu orang dengan orang lain atau kasus dengan kasus lain, kemudian mencari hubungan selanjutnya melalui proses yang samademikian seterusnya. Dalam peneliti ini yang digunakan untuk sebagai sample adalah pemilik kopi yang berdomisili di Bukit Kemuning Lampung Utara yaitu sebanyak 4 orang, dan 4 orang masing-masing sebagai pelanggan kopi.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalahsumber data yang diperoleh melalui buku-buku pustaka yang ditulis orang lain, dokumen-dokumen yang

---

[3]Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 59.
[4]Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 39.

merupakan hasil penelitian dan laporan.[5] Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap datayang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku dan jurnal yang berkaitan tentang Branding Kopi Bukit Kemuning dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif (Sudi Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara).yaitu Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), Ambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Gava media).

Jadi dengan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder diharapkan dapat membantu untuk mendapatkan data-data guna menyelesaikan penelitian ini. Dari data sekunder ini juga diharapkan mempertegas toeri dari kesenjangan praktek yang sedang peneliti lakukan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang akurat dan lengkap. Adapun penjelasan dari teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada

[5]Beni Ahmad Soebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka, 2008), 93.

yang diwawancara.[6] Cara yang digunakan peneliti adalah interview atau wawancara bebas terpimpin, karena untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti.

Guna memperoleh data yangada kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti mencari informasi yang diperlukan tentang Pengembagan Ekonomi Kreatif Kopi Dalam Managemen Bisnis Islam (Studi Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara) dengan melakukan wawancara terhadap 5 orangpemilik usaha kopi bubuk yaituBapak Roin, Bapak Deska, Bapak Rafif, Bapak Sugeng, Bapak Lutfi Hakim. Selain melakukan wawancara terhadap pemilik usaha Kopi di Bukit Kemuning Lampung Utara Peneliti juga melakukan wawancara terhadap pelanggan kopi sebanyak 4 (Empat) orang yaitu Bapak Dahlan, Bapak Tusiam, Bapak Daus, dan Bapak Jariah.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview atau wawancara bebas terpimpin yaitu interview (peneliti) mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan yang telah dipersiapkan, sedangkan interview (4 orang orang pemilik usaha kopi di Bukit Kemuning Lampung Utara) diberikan kebebasan dalam memberikan jawaban.

2. Dokumentasi

Penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi yaitu dokumen yang biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya

[6]Sugiyono, *Metode Peneltian Managemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 224.

monumental dari seseorang.[7] Dokumentasi dalam penelitian ini yang digunakan adalah dari Badan Pusat Statistik, menggunakan buku dan literatur lainnya yang berkaitan dengan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kopi Kopi Managemen Ekonomi Kreatif (Sudi Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara).

D. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimipulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendri maupun orang lain. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif lapangan karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian.[8]

Data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif, karena bertolak dari yang umum dan diinterpretasikan untuk disusun sebagai suatu yang khusus. Penyusunan data dari teori ini tentunya dimulai dari data yang diperoleh dari suatu kasus umum kemudian ditarik sebuah kesimpulan yang berlaku secara khusus.[9]Cara berfikir tersebut digunakan untuk

---

[7]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 240.

[8]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 248.

[9] Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 2*, (yogyakarta: Andi Offiset, 1994), 40.

mengetahui pengembangan ekonomi kreatif kopi dalam managemen bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Bukit Kemuning

Secara geografis Kecamatan Bukit Kemuningmerupakan salah satu bagian dari wilayah Kabupaten Lampung Utara yang terletak di Jalur Lintas Sumatera dengan posisi 140 LS. Luas wilayah 11.498 Ha . Penduduknya kecamatan Bukit Kemuning terdiri dari berbagai macam suku, namun suku yang paling dominan adalah suku Semendo dan Suku Ogan. Secara topografis wilayah Kecamatan Bukit Kemuning sebagian besar daerahnya merupakan dataran tinggi. Mata pencarian penduduk mayoritas pada sektor pertanian dan perdagangan.

B. Sejarah Singkat Kecamatan Bukit Kemuning

Sehubungan dengan telah dibangunnya jalan raya pada tahun 1930 yang menghubungkan antara keresidenan Lampung dengan keresidenan Palembang dan Bengkulu.2Pemerintah memandang perlu pada titik persimpangan jalan raya tersebut untuk dibangun satu desa, yang oleh Kepala (Pesirah) rombongan sepuluh almarhum antara lain Hi. Abdulrahman dan menunjuk seseorang bekas penggaraplahan yaitu Hi. Kontar dengan rekan-rekannya sebagai pelopor pembangunan desa. Pada saat pendirian desa, status pemerintah masih bergabung dengan Desa Ulak Rengas pada tahun 1938 telah diakui dan disyahkan oleh pemerintah dengan status kampung dan diangkatlah Hi. Kontar sebagai Kepala Kampung. Setelah ditetapkan lokasi desa pada waktu mengerjakan jalan memasuki desa, maka ditemukan sebuh bukit yang

di atasnya terdapat pohon kemuning (tepatnya di depan rumah Bapak Mantri Hamid mantan Dinas Kesehatan). Maka timbullah pemikiran untuk memberi nama kampung/desa yang baru ini bernama Bukit Kemuning. Dengan persetujuan pemerintah Jepang pada tahun 1944 dibentuklah Kecamatan Bukit Kemuning yang meliputi Rebang Seputih yang ibukotanya di desa Bukit Kemuning yang dikepalai oleh seorang Fuku Chunnoho (istilah Jepang) setara dengan Camat.pada tahun 1954 Marga Rebang Seputih dibentuk kembali menjadi Negeri Semendo Abung yang dikepalai oleh seorang Kepala Negeri yang bernama Abu Bakar Sidiq. Kemudian pada tahun 1958 sampai tahun 1962 diganti oleh Aziz Kontar sampai pembubaran kenegerian pada tahun 1974. Semula Kecamatan Bukit Kemuning berjumlah 9 desa, dan selanjutnya pada tahun 1972, mengadakan pemekaran sehingga menjadi 18 (delapan belas) desa / kampung dan dimekarkan.[1]

C. Pengembagan Ekonomi Kreatif Kopi Di Kecamatan Bukit Kemuning

Dalam peningkatan ekonomi kreatifbanyak cara yang di lakukan di antaranya adalah dengan sektor industri kuliner. Industri kreatif adalah sektor industrial yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Melalui ekonomi kreatif, diharapkan perkembangan industri di Indonesia yang dulunya didominasi oleh bidang tambang dan migas bisa beralih ke sektor industri alternatif yang berasal dari sumber terbarukan, dan lebih fokus

[1] Hasil wawancara dengan bapak iwan pada tanggal 12 Desember 2020

menciptakan daya kreasi masyarakat Indonesia. Ekonomi kreatifjuga dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutankarena ide dan kreatifitas adalah sumber daya yang senantiasadapat diperbaharui.Untuk menjalankan kegiatan bisnisnya seorang entrepreneur harus mampu mengelola dan mengkombinasikan berbagai macam sumber daya yang dimiliki, sehingga mampu berproduksi secara optimal. Mengelola dan mengkombinasikan berbagai macam sumber daya itu disebut manajemen. Jika didefinisikan manajemen adalah suatu rangkaian aktifitas (termasuk perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian) yang diarahkan pada sumber daya organisasi (manusia, financial, fisik dan informasi) dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui Pengembangan Ekonomi Kreatif Kopi Dalam Managemen Bisnis Islam di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil jawaban informan dengan melakukan wawancara kepada 4 orang pengusaha kopidari masing masing usaha kopi tersebut yakni sebagai berikut:

Bapak Sugeng sebagai pengusaha kopi sejak 3 tahun yang lalujumlah kopi yang Beliau produksi perhari 24 bungkus yang dikemasa secara sederhana hanya dengan mengunakan plastik dan belum mengunakan merek, dengan harga yang berfariasi dari mulai harga 3000 sampai dengan harga 15000. Dalam pemasaranya bapak sugeng menjual hasil produksi bubuk

kopinya ke warung warung terdekat saja, bapak sugeng belum melakukan pemasaran lewat sosial media bapak sugeng belum mengenal ekonomi kreatif sehinga kemasan dan pemasaranya cukup sederhana hal ini di karnakan kurangnya ilmu pengetahuan ekonomi kreaatifdi lingkungan tersebut.[2] Bapak Rafif sebagai pengusaha kopi sejak 5 tahun yang lalu jumlah kopi yang beliau produksi perhari tidak menentu jumlahnya secara kemasan bapak rafif hanya mengemas bubuk kopi yang di produksinya dengan sederhana mengunakan plastik saja dan belum mengunakan merek dan pemasaran yang bapak rafif lakukan hanya memasarkan kopi yang di produksinya di warung warung terdekat saja den belum mengunakan sosial media sama sekali dikaranakan bapak rafif belum mengenal ekonomi kreatif sehinga kopi yang di produksinya hanya dengan kemasan yang sederhana saja.[3] Bapak Lutfi Hakim sebagai pengusaha kopi sejak 4 tahun yang lalu jumlah kopi yang beliau produksi perhari tidak menentu jumlahnya secara kemasan bapak lutfi hakim hanya mengemas bubuk kopi yang di produksinya dengan sederhana mengunakan plastik saja dan belum mengunakan merek dan pemasaran yang bapak lutfihakim lakukan hanya memasarkan kopi yang di produksinya di warung warung terdekat saja den belum mengunakan sosial media sama sekali dikaranakan bapak lutfihakim belum mengenal ekonomi kreatif sehinga kopi yang di produksinya hanya dengan kemasan yang sederhana saja.[4] Bapak Roin

[2] Hasil Wawancara Dengan Bapak Sugeng Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 2020

[3] Hasil Wawncara Dengan Bapak Rafif Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 2020

[4] Hasil Wawncara Dengan Lutfi Hakim Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 2020

sebagai pengusaha kopi sejak 6 tahun yang lalu jumlah kopi yang mereka produksi perhari 30 bungkus yang dikemassecara sederhana dengan mengunakan platis tetapi sudah mengunakan nama atau merek kopi yakni kopi sederhana dan dua putri, bapak roin melalukaan pemasaran di warung warung terdekat hinga kluar kecamatan bukit kemuning dan bapak Roin sudah melakukan. Harga kopi yang dijual petani langsung berkisar antara Rp.15.000-Rp. 16.000. Harga kopi yang dijual tengkulak berkisar antara Rp Rp 17.000-Rp.20.000. Pemasaran dengan sosial media yakni FACEBOOK dikarenakan bapak Roin sudah sedikit mengenal ekonomi kreatif sehinga kopi bapak Roin sudah sedikit berkembang dari pengusaha kopi lainya yang peneliti teliti [5] Adapun menurut Bapak Dahlan salah satu pelanggan kopi di Bukit Kemuning bahwa rasa kopi yang dihasilkan oleh para pemilik kopi enak, tidak terlalu pahit bila diseduh dan kemasannya yang menarik sehingga pelanggan kopi yang ada di bukit kemuning menjadi tertarik.[6]

D. Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kopi Dalam Managemen Bisnis Islam Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, peneliti dapat mendeskripsikan bahwa pengembangan ekonomi kreatif kopidalammanagemen bisnis Islamdi Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara. Pengembangan produk baru adalah pengembangan dari produk orisinal, peningkatan produk, modifikasi produk, yang dikembangkan

[5]Hasil Wawancara Dengan Bapak Roin Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 2020

[6] Hasil Wawancara DenganBapak Dahlan Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 2020

perusahaan melalui usaha riset danpengembangan mereka sendiri.[7] Sedangkan pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan, dan pengiriman produk. Filosofi yang menjadi catatan penting bagi bisnis Islam adalah bahwa dalam setiap gerak langkah kehidupan manusia adalah konsep hubungan manusia dengan manusia, lingkungannya, serta manusia dengan tuhan (*Hablumminallah, Hablumminannas*).[8]Adapun

indikator terkait pengembangan produk dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Produk Orisinal

   Produk orisinal dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar sasaran yang dituju**,** sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumennya sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perushaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan. Maka dapat dijelaskan bahwa di Kecamatan Bukit Kemuning memahami produk orisinal sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk kopi bubuk yang berkualitas dan mampu bersaing dipasaran.

   Kondisi dan kemampuan penjualan pada kopi bubuk yaitu dapat meyakinkan pembelinya dengan cara mampu bersaing di pasaran dengan produk kopi bubuk lainnya. Berkaitan dengan jenis dan karakteristiknya yang mudah dikenal oleh konsumen, harga produk kopi bubuk sangat

[7] Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2006), 309.

[8] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 72.

terjangkau sekalipun bagi orang-orang yang perekonomiannya kelas menengahkebawah.

Berdasarkan data wawancara yang penulis peroleh dari pengusaha kopi Bapak Roin mengenai kebutuhan konsumen terhadap kopi bubuk yaitu kopi sederhana dan dua putri**,** Dari aspek Produk Kopi sederhana dan dua putri menunjukan tingkat kemurnian. Berdasarkan hasil wawancara peminat kopi Sederhana dan dua putri peminatnya tinggi bahkan melakukan pemasaran di warung warung terdekat hinga kluar kecamatan bukit kemuning dan bapak Roin sudah melakukan pemasaran dengan sosial media yakni FACEBOOK dikarenakan bapak roin sudah sedikit mengenal ekonomi kreatif sehinga kopi bapak Roin sudah sedikit berkembang dari pengusaha kopi lainya.

2. Modifikasiproduk

Selain produk orisinal**,** aspek modifikasi juga tidak kalah pentingnya dalam upaya pengembangan produk. Modifikasi adalah cara merubah bentuk sebuah barang dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan fungsi aslinya**,** serta menampilkan bentuk yang lebih bagus dari aslinya. Setiapperubahan yang dibuat pada suatu produk (ukuran**,** bentuk**,** warna**,** gaya**,** harga**,** dll). Modifikasi produk biasanya dilakukan sebagai usaha merevitalisasi produk tersebut untuk meningkatkanpermintaan.

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa Kopi bubuk Bukit Kemuning menggunakan bahan baku kopi robusta yang berkualitas yaitu

kopi yang benar-benar masak dan berwarna merah. Proses produksi kopi bubuk Bukit Kemuning melalui beberapa tahapan seperti penyaringan, pendinginan dan pembersihan, penggilingan, dan pengemasan. Tahap akhir dari proses produksi adalah proses pengemasan. Proses pengemasan dilakukan di rumah pemilik usaha kopi bubuk Bukit Kemuning. Mengemas produk kopi bubukmenggunakan plastik bening. Dengan maksud agar konsumen dapat melihat langsung serta menilai kopi yang dikemas berkualitasbaik.

Modifikasi produk yang dilakukan oleh pemilik usaha kopi di Bukit Kemuningyaitu produk kopi bubuk dengan cara menambahkan gula pada kopi bubuk dari yang semula hanya kopi bubuk saja, dibentuk dalam saset sekali seduh. Kemasan pada bentuk *Sachet* syaitu menggunakan plastik aluminium foil, tanpa mengurangi bahan baku aslinya. Para konsumen banyak tertarik dengan produk yang baru dibuat oleh Pemilik usaha kopi karena bisa langsung seduh, mudah, dan praktis.Kopi bubuk yang diproduksi oleh pemilik usaha kopi mempunyai merek yaitu kopi bubuk cap sederhana dan dua putri dengan kualitas kopi yang berkualitas yaitu kopi yang benar-benar masak dan berwarna merah untuk dipasarkan.Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

3. Usaha Riset Produk

Riset Produk adalah sesuatu yang sangat penting dalam bisnis sebab dengan riset produk akan diketahui apa saja yang diperlukan dalam

menciptakan suatu produk. Jika kita tidak melakukan riset produk mungkin produk yang kita jual tidak akan laku dipasaran. Riset produk ini sangat penting sekali untuk dilakukan, tujuannya untuk mencari tau apakah produk yang akan kita pasarkan nantinya akan laris dipasaran atau tidak.

Dalam usaha riset produk dapat dilakukan cara yaitu dengan melakukan analisa apakah produk tersebut akan mampu terjual atau tidak, apakah ada yang akan membeli produk tersebut atau tidak. Produk baru merupakan hal yang paling penting bagi pelanggan dan pemasar sendiri. Melakukan uji coba dalam menjual suatu produk apakah layak untuk dijual atau tidak. uji coba dalam suatu produk harus dilakukan oleh setiap perusahaan agar produk yang dibuat oleh produsen aman untuk digunakan dan di pasarkan.

Berdasarkan dari hasil peneitian bahwa Kopi bubuk Bukit Kemuningmerupakan kopi bubuk yang telah dipasarkan, dipasaran kopi bubuk sangat banyak peminatnya, akan tetapi pemilik usaha kopi Bukit Kemuning tidak melakukan usaha riset terhadap produknya. Hanya saja pemilik Kopi Bapak Roinmenguji produk kopi bubukdalam cita rasa, kopi yang sudah diberi gula tersebut masih memiliki citarasa yang sama. Berdasarkan haltersebut, kopibubukyangdi produksi Bapak Roin sudah sangat baik. Hal ini di tandai dari banyaknya tingkat penjualan yang dilakukan, serta kemudahan dalam memperoleh kopi bubuk cap

sederhanadan dua putri termasuk konsumen yang jauh sekalipun dapat membeli kopi bubuk cap tersebut. [9]

Berdasarkan dari hasil penelitian pemilik usaha kopi yang berada di Bukit Kemuning lampung Utara maka di dapatkan indikator prinsip managemen bisnis Islam yaitu:

Prinsip managemen bisnis Islam Yaitu Prinsip Kejujuran merupakankegiatan bisnis yang bisa ditunjukkansecara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalautidak didasarkan atas kejujuran.[10] Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa pemilik usaha kopi yang berada di Bukit Kemuning ini menjual produk dari hasil usahanya sudahmemperhatikan kehalalan produknya. Secara opersional mutu produk atau jasa adalah sesuatu yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan atau kepuasan pelanggan. Dalam tanggung jawab sosial, seseorang harus mampu mempertanggung jawabkan perbuatannya[11]

Prinsip Saling Menguntungkan (*Mutual Benefit Principle*)yaitu menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.[12] Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa pemilik usaha kopi yang berada di Bukit Kemuning Produk yang diproduksi dapat bermanfaat

---

[99]Hasil Wawancara DenganRoin Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 2020

[10] Sonny Keraf, *Etika Bisnis Islam: Tuntutan dan Relivansinya*, (Yogyakarta: Kanisius), 34

[11]Hasil Wawncara Dengan Lutfi Hakim Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 2020

[12]*Ibid.*, 34

bagi masyarakat atau konsumen sehingga tidak ada yang dirugikan oleh satu pihak karena rasa dari kopi bubuk tersebut tergolong baik.[13]

[13]Hasil Wawncara Dengan Bapak Rafif Di Kecamatan Bukit Kemuning Pada Tanggal 12 Desember 202

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka Pengembangan produk kopi bubuk di Bukit Kemuningapabila ditinjau berdasarkan indikator yaitu produk orisinal, modifikasi produk dan usaha riset produk maka dapat dikategorikan kopi bubuk sudah berkembang dengan baik. Karena pengembangan produk kopi bubuk cap Sederhana dan Dua Putritelah berjalan dengan baik maka ini menjadi salah satu faktor pendukung untuk dapat meningkatkan penjualan produk kopi bubuk cap Sederhana dan Dua Putri yang ada di Bukit Kemuning, hanya saja tidak melakukan usaha riset produk dalam mengembangkan produknya.

Dalam bisnis Islam, pengembangan produk kopi bubuk di Bukit Kemuning yang dihasilkan memiliki kualitas atau mutu yang sangat baik, dapat bermanfaat bagi masyarakat yaitu dapat meningkatkan stamina, menjaga kesehatan mulut, mengurangi resiko diabetes dan lain-lain dan halal untuk dikonsumsi serta produk yang dijual belikan tersebut tidak gharar (jelas).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka peneliti akan memberikan saran-saran agar menjadi lebih baik kedepannya yaitu:

1. Sarana dan prasarana masih kurang pengembangan produk kopi bubuk sudah berkembang dengan baik, akan tetapi perlu mengoptimalkan pengolahan dan pemasaran hasil produksi sehingga dampak ekonomi yang

signifikan akan terus berlanjut.

2. Agar penjualan dapat lebih meningkat peneliti memberikan saran untuk dapat melakukan usaha riset produk.
3. Berhubung pengembangan produk kopi bubuk cap semut sudah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Kopi bubuk mempertahankan Produk kopi bubuk cap semut agar masyarakat atau konsumen tetap percaya dengan produk kopi bubuk.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Nasrudin, *Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu (Pengrajin Anyaman Bambu),* Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasiuniversitas Islam Negeriraden Intan Lampung, 28.

Arif, Al Rianto Nur M, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik,* Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015.

Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islam,* Semarang: Walisongo Pers, 2009.

Armstrong Gary, Kotler Philip, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* Jakarta: Erlangga, Edisi Kedua Belas, 2006.

Aziz, Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam,* Bandung: Alfabeta, 2013.

Azizah, Nur Siti, *"Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah, "Skripsi", (Study Case Di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)"*

Czafrani Siti, Rini Puspa, , *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global*", 2010.

Daulay, Zul Asfi Arroyhan, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada Umkm Kreatif Di Kota Medan)", Dalam *Jurnal Tansiq*, Vol.1, No.2, Juli-Desember 2018.

Hadi, Sutrisno, *Metode Research Jilid 2,* Yogyakarta: Andi Offiset, 1994.

Hisyam, Ahmad, *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Hiasan Dari Limbah Pohon Kopi, Studi Kasus Pada Masyarakat Miskin Perkebunan Kopi Didesa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember,* Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember (Unej), 2015.

Ht, Ami M, *"Kebijakan Ekonomi Kreatif Berbasis Industry Kerajinanunggulan Dalam Upaya Mengangkat Kearifan Local Kabupaten Tuban*", Jurnal Cakrawala Vol. 11 No. 2 Desember 2017.

Huda Nurul, dkk, *Pengenalan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.

Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Karim, Moh, *Metodologi Penelitian Kuantitaif Kualitatif*, Yogyakarta: Uin Malik Press, 2010.

Moleong, J Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2009.

Munnadar Utami, *Perkembangan Kreatvitas Anak Bakat*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004

Noviana, Rusydi, *Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap KreativitasRemaja Di Kota Lhokseumawe*, Jurnal Visioner & Strategis Volume 5, Nomor 1, Maret 2016.

Noviana, Rusydi, *Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe*, Jurnal Visioner & Strategis Volume 5, Nomor 1, Maret 2016.

Noviyanti, Ririn, "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus Di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1", Dalam *Jurnal Penelitian Ilmiah Intaj*, Vol 1, 2017.

Pangestu, Elka Mari, *Studi Industri Kreatif Indonesia*, Dapartemen Perdagangan Ri, 2008.

Pradja, S Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Pujoalwanto Basuki, *Perekonomian Indonesia; Tinjauan Historis, Teoritis, Dan Empiris*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Rini, Endang Sulistiya, *Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan*", Jurnal Ekonom, Vol 16, No.1, Januari 2013.

Rosyidi, Suherman, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Ekonomi Mikro Dan Makro*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Sari, Febria Heny, *Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreative Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Dalam Perspektif Ekonmi Islam Study Pada Usaha Kecil Dodol Lele, Di Desa Adiwarno Batanghari Lampung Timur, Skripsi* Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institu Agama Islam Negeri, 2017.

Sari, Novita, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi", Dalam *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol. 2, No. 1 Januari - Juni 2018.

Sari, Novita, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi”, Dalam *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol. 2, No. 1 Januari - Juni 2018.

Satriawan, Ketut I, Sembriring¸ Br Noveliska, *Nilai Tambah Proses Pengolahan Kopi Arabika Secara Basah Di Kecamatan Kintaman*i, Jurnal Rekayasa Dan Managemen Agroindustri, Issn: 2503-488x, Vl.3.N0.1 Maret 2015.

Setyawan, Dharma, “*Gerakan Intelektual Kolektif Komunitas #Ayokedamraman Dalam Pemberdayaan Warga Membangun Pariwisata Alam Dan Ekonomi Kreatif*”, Nizham, Vol. 05, No. 02 Juli-Desember 2017.

Soebani, Ahmad Beni, *Metode Penelitian*, Bandung: Cv Pustaka, 2008.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,* Bandung: Alfabeta, 2016.

--------, *Metode Peneltian Managemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2013.

Suryabrata, Sumardi, *Metdologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

--------, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Suryana, *Ekonomi KreatifSuryana, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang,* Jakarta: Selemba Empat, 2013.

Sutrisman, Andi, *Strategi Peningkatan Potensi Ekonomi Kreatif Melalui Penataan Wilayah Strategi Di Kota Palopo*, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hassanuddin Makassar, 2017.

Wahyuni, Sri, “*Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Bagik Polak Barat Dusun Jerneng Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat*”, (Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Iain Mataram, 2016.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1551/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 15 Juni 2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Drs.H.M.Saleh, M.A
2. Dharma Setyawan.,M.A

di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama	:	Ananda Pahmil Huda
NPM	:	1502040223
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	Ekonomi Syariah (Esy)
Judul	:	Branding Kopi Bukit Kemuning Dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif (Studi Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)

Dengan ketentuan :
1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
   a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan KH. Hapar Dewantara Kampus 15 A Imopemulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296
Website: www.metrouniv.ac.id, email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2074/In.28.3/D.1/PP.00.9/07/2020 Metro, 07 Juli 2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Izin Pra Survey**

Kepada Yth,
Kepala Desa Sidodadi Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama	:	Ananda Pahmil Huda
NPM	:	1502040223
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi	:	Ekonomi Syari'ah
Judul	:	Branding Kopi Bukit Kemuning Dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif (Studi Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I ,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAGEMENT BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)

A. Wawancara

1. Kepada pemilik Usaha Kopi Bukit Kemuning

a. Sejak kapan anda membagun usaha bubuk kopi?

b. Berapa bungkus kopi yang anda produksi dalam sehari?

c. Bagaimana kemasan bungkus kopi yang anda produksi?

d. Apakah kopi yang anda produksi sudah memiliki nama atau merek?

e. Dimana saja anda menjual kopi yang anda produksi?

f. Apakah anda juga menjual kopi yang anda produksi melalu media sosial?

B. Dokumentasi

Buku buku yang terkait dengan penelitian

Metro, Desember 2020
Mahasiswa Ybs.

Ananda Pahmil Huda
NPM. 1502040223

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. H. M. Saleh, M.A	**Dharma Setyawan, MA**
NIP. 19650111 199303 1 001	NIP. 19880529 201503 1 005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296, website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ananda Pahmil Huda** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1502040223 Semester / TA : XI / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	07/12 2020		acc outline acc ppt acc Bab I – III	

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa Ybs.

Ananda Pahmil Huda
NPM. 1502040223

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ananda Pahmil Huda** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1502040223 Semester / TA : XI / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6/01 2021		acc Bab IV - V Lanjut pembimbing j	

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa Ybs.

Ananda Pahmil Huda
NPM. 1502040223

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id,E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ananda Pahmil Huda** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1502040223 Semester / TA : XI / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	✓ Perbaiki Out Line sesuai dg petunjuk yg di berikan	
			✓ Perbaiki APD sesuai petunjuk yg di berikan	
	Kamis 10/12/2020.	✓	✓ Acc Out Line.	
			✓ Acc APD	
			Lanjutkan pd tahap berikutnya.	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. M. Saleh, M.A
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs.

Ananda Pahmil Huda
NPM. 1502040223

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ananda Pahmil Huda** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1502040223 Semester / TA : XI / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 14/01/2021.	✓	Acc skripsi untuk di Munaqosyahkan.	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. M. Saleh, M.A
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs.

Ananda Pahmil Huda
NPM. 1502040223

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3751/In.28/D.1/TL.01/12/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**ANANDA PAHMIL HUDA**
NPM	:	1502040223
Semester	:	11 (Sebelas)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di Ekonomi Kreatif Kopi di Bukit Kemuning Lampung Uta, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAJEMEN BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI KECAMATAN BUKIT KEMUNING KABUPATEN LAMPUNG UTARA)".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 23 Desember 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat

PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG UTARA DESA MUARA AMAN KEC. BUKIT KEMUNING

SUPRIYANTO

Wakil Dekan I,

KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM IAIN METRO LAMPUNG REPUBLIK INDONESIA

Drs. H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3752/In.28/D.1/TL.00/12/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Ketua Pengelola Ekonomi Kreatif
Kopi di Bukit Kemuning Lampung
Uta
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3751/In.28/D.1/TL.01/12/2020, tanggal 23 Desember 2020 atas nama saudara:

Nama	:	**ANANDA PAHMIL HUDA**
NPM	:	1502040223
Semester	:	11 (Sebelas)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Ekonomi Kreatif Kopi di Bukit Kemuning Lampung Uta, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAJEMEN BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI KECAMATAN BUKIT KEMUNING KABUPATEN LAMPUNG UTARA)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Desember 2020
Wakil Dekan I,

Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47296, Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-29/In.28/S/U.1/OT.01/01/2021

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: ANANDA PAHMIL HUDA
NPM	: 1502040223
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1502040223

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Januari 2021
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd
NIP. 195808311981031001

FOTO DOKUMENTASI

Foto 1. Wawancara dengan Bapak Ro'in selaku Pengusaha opi Bubuk

Foto 2. Wawancara dengan Bapak Rafif selaku pengusaha Kopi Bubuk

Foto 3. Wawancara dengan Bapak Sugeng selaku Pengusaha Kopi Bubuk

Foto 4. Wawancara dengan Bapak Lutfi Hakim selaku Pengusaha Kopi Bubuk

Foto 5. Kopi Bubuk Produksi Bapak Rafif

Foto 6. Kopi Bubuk Produksi Bapak Lutfi Hakim

Foto 7, Kopi Bubuk Produksi Bapak Ro'in

Foto 8, Kopi Bubuk Produksi Bapak Ro'in

Foto 9, Kopi Bubuk Produksi Bapak Sugeng

RIWAYAT HIDUP

Ananda Pahmil Huda dilahirkan di Bukit Kemuning pada tanggal 10 Januari 1998. Peneliti merupakan anak pertama dari 3 bersaudara pasangan Bapak Rusdianto dan Ibu Bonisah. Bertempat tinggal di Desa di Dusun 2 Sidodadi Bukit Kemuning. Pendidikan dasar peneliti tempuh di Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Bukit Kemuning selesai pada tahun 2009 melanjutkan ke SMPN 4 Bukit Kemuning selesai pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di MA Futuhiyyah 2 Bukit Kemuning dan selesai pada tahun 2015. Tahun 2015 penulis terdaftar sebagai mahasiswa STAIN Jurai Siwo Metro Jurusan Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah yang kini telah beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah dan di mulai pada semester I, TA. 2015/2020.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website www.metrouniv.ac.id; *email:* iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : ANANDA PAHMIL HUDA

NPM : 1502040223

Jurusan : S1 Ekonomi Syariah

Judul : PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOPI DALAM MANAGEMEN BISNIS ISLAM (Di Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)

Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi ***Turnitin Score* 21%**.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 14 Januari 2021
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005