

SKRIPSI

**ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN**

**(study : Kerajinan Kayu di Desa Sumber Rejo
Kecamatan Batanghari)**

Oleh:

**GYTA RISKI OKTAVIA
NPM. 1704040191**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/ 2022M**

**ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN
(study : Kerajinan Kayu di Desa Sumber Rejo
Kecamatan Batanghari)**

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

Oleh:

**GYTA RISKI OKTAVIA
NPM. 1704040191**

Pembimbing: Muhammad Ryan Fahlevi, S.E.,M.M

**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/ 2022M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

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

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

Nama : GYTA RISKI OKTAVIA
NPM : 1704040191
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN (Tempat Pembuatan Kerajinan Kayu Desa
Sumber Rejo Kecamatan Batanghari)

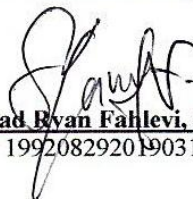
Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan.

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

Wassalamua 'alaikum Wr. Wb

Metro, Mei 2022

Dosen Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP. 199208292019031007

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN (Tempat Pembuatan Kerajinan Kayu Desa Sumber Rejo Kecamatan Batanghari)

Nama : GYTA RISKI OKTAVIA

NPM : 1704040191

Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

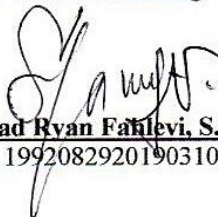
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, Mei 2022

Dosen Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M

NIP. 199208292019031007



**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: iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2332 / An.28.3 / D / PP.00-9 / 06 / 2022

Skripsi dengan Judul “ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN (study : Kerajinan Kayu di Desa Sumber Rejo Kecamatan Batanghari)”, Disusun oleh Gyta Riski Oktavia, NPM. 1704040191, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Kamis, 16 Juni 2022.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Dharma Setiawan, M.A

Sekretaris : Yudhistira Ardana M.E.K



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK
ANALISIS KREATIVITAS DAN IOVASI PRODUK DALAM UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN

(tempat pembuatan kerajinan kayu desa sumberrejo kecamatan Batanghari)

Oleh:
GYTA RISKI OKTAVIA

Industry creative di bidang pengelolaan kayu menjadi sebuah produk yang cukup menarik dengan nuansa budaya dan keindahan alami , meskipun terdapat halangan dan hambatan. permasalahannya berkaitan dengan kayu yang dimana menjadi bahan utama dalam pembuatan kerajinan kayu . kreativitas dan inovasi sangat diperlukan dalam proses pembuatan , kreativitas berfikir dan memproses sebuah produk agar tak sama dengan pengrajin lain. melakukan inovasi produk sebagai upaya peningkatan penjualan sangat di perlukan untuk mengembangkan sebuah usaha. promosi merupakan salah satu kegiatan di perlukan dalam upaya meningkatkan penjualan pada sebuah produk , promosi yang dilakukan kurang luas di karenakan kemampuan pemilik usaha yang tidak bisa menggunakan aplikasi jual online . saat ini media promosi yang aktif digunakan oleh pemilik usaha hanya facebook. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dengan melakukan kreativitas dan inovasi secara berkala dapat meningkatkan penjualan sebuah produk .

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan model analisa kualitatif . teknikpengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa peran kreativitas dan inovasi sangat penting terhadap peningkatan penjualan , dengan adanya kreativitas dan inovasi yang dilakukan akan menghasilkan ide dan produk yang kreatif dan inovatif .inovasi produk yang di lakukan oleh pengusaha kerajinan kayu milik pak setiono membuat penjualan meningkat meskipun tidak secara signifikan namun penjualan setelah menerapkan kreativitas dan inovasi mengalami peningkatan dari sebelumnya .

Kata kunci : kreativitas, inovasi produk , peningkatan penjualan .

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :Gyta Riski Oktavia

NPM : 1704040191

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumber dan disebutkan dalam daftar pustaka

Metro, Mei 2022



Gyta Riski Oktavia
NPM 1704040191

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas semua rahmat, hidayah dan karunia-Nya Shalawat serta salam tidak lupa peneliti lantukan kepada junjungan umat muslim Nabi Muhammad SAW sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu skripsi ini peneliti .

persembahkan kepada:

1. Untuk orang yang saya sayangi, kedua orangtua saya gunawan sidik purnomo dan yetty listiana yang sangat hebat telah menyayangi dan membesarkan saya , yang telah berusaha memberikan pendidikan sampai sejauh ini dengan jerih payah serta tenaga . terimakasih telah memberikan segala usaha , pengorbanan , doa' serta nasehat yang tiada henti dan motivasi serta dukungan materil untk terus melanjutkan pendidikan dan meraih mimpi .
2. Untuk kedua kaka ku dan kedua adikku , untuk ka Riyan Ardana yang telah menjadi kaka terbaik , telah menjaga , menasehati, memberi dukungan secara emosional dan juga motivasi untuk tetap menjadi orang yang lebih baik lagi , dan terimakasih untuk ka irvan limpat pambudi yang memeberikan dukungannya serta untuk adik ku ardioz nuno dan hafidz ridho pamungkas yang telah memberikan semangat .
3. Seluruh keluarga besar yang sudah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti sampai peneliti dapat menyelesaikam skripsi ini.

4. Sahabatku Novita Yeda Cahyanti , Iva Malika Frimudya Alfatonah dan Indra Bayu Wijaya terimakasih sudah menemani dan membantu serta memberikan dukungan, do'a dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Dan teman-teman konoha yaitu obito (Iva Malika), naruto (Riza Mulyasari), jiraya(Novita Yeda) , itachi (Renita Sari) , sasuke (Eva Uswatun) dan Minato (Siti Wulandari) yang sudah menemani perjalanan selama proses menempuh pendidikan menuju S1.
6. Seluruh keluarga besar Ekonomi Syariah IAIN Metro Lampung angkatan 2017 yang telah berjuang bersama.
7. Almamater tercinta, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ.
ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَىٰ.

Artinya : “dan bahwa manusia hanyalah memperoleh apa yang telah diusahakannya , dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya) kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna “ (Q,S An’Najm ayat 39-41)

KATA PENGANTAR

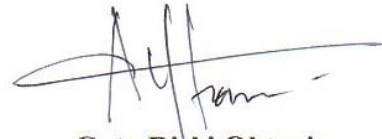
Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT , atas taufiq hidayah dan inayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini , sebagai salahsatu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE)

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak trimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak M.Ryan fahlevi, S.E.,M.M yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan .
5. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Namun peneliti menyadari bahwa penyusun skripsi ini belum mencapai kesempurnaan karna itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya.

Metro, Mei 2022
Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gyta Riski Oktavia', with a long horizontal stroke extending to the right.

Gyta Riski Oktavia
NPM. 1704040191

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Penelitian Relevan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Kreativitas dan Inovasi	12
1. Pengertian Kreativitas.....	12
2. Pengertian Inovasi	18
3. Inovasi produk	20
B. Produk	22
1. Pengertian Produk.....	22
2. Klasifikasi produk.....	23
3. Kualitas produk.....	24

C. Penjualan.....	25
1. Pengertian penjualan.....	25
2. Tujuan penjualan.....	26
3. Pentingnya Kreativitas dan Inovasi terhadap peningkatan penjualan	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	30
B. Sumber Data	31
C. Teknik Pengumpulan Data	32
D. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Profil Tempat Kerajinan Kayu	37
B. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Penjualan	39
C. Analisis Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan	54
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Relevan.....	10
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. SURAT BIMBINGAN
2. OUTLINE
3. ALAT PENGUMPULAN DATA
4. SURAT RESEARCH
5. SURAT TUGAS
6. FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI
7. SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
8. SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI
9. FOTO-FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN
10. RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha mempunyai fungsi krusial di kalangan masyarakat, salah satunya yaitu penyerapan tenaga kerja dan sebagai perputaran roda ekonomi. Dalam suatu usaha akan membutuhkan pemasaran bagi setiap perusahaan, dengan tuntutan persaingan yang ketat secara tidak langsung dapat mempengaruhi kinerja pemasaran. Sehingga pengusaha harus selalu dapat memahami hal apa yang tengah ada di pasaran, keinginan konsumen dan perubahan yang terjadi dilingkungan bisnisnya, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain secara optimal.

Kinerja pemasaran dianggap sebagai konsep melihat seberapa jauh prestasi yang dicapai oleh produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut, kinerja pemasaran merupakan dampak dari strategi yang di terapkan perusahaan. Inovasi dan kreativitas pula dijadikan ukuran presentasi proses pemasaran secara keseluruhan dari perusahaan. Inovasi sangatlah penting dalam peningkatan kinerja pemasaran.

Produk merupakan sebuah barang yang diciptakan guna mencukupi keinginan serta keperluan konsumen melalui penyediaan produk yang berkualitas dan berbeda agar menarik konsumen dipasar dan menciptakan pembelian ulang (pelanggan).

Pada dasarnya setiap perusahaan bersaing untuk menjadi yang lebih unggul dari perusahaan lain, keunggulan bersaing adalah cara terpenuhinya

kebutuhan dan keinginan konsumen untuk melihat perbandingan antar produsen yang menjadi pesaing, dari kesenjangan atau kemampuan antar produsen dengan pesaingnya dapat memudahkan konsumen dapat membedakan produk terbaik yang akan dipilih. Perusahaan yang menginginkan keunggulan secara terus menerus harus melakukan inovasi berkelanjutan, terus memperbarui ide-ide agar pelanggan dapat terpenuhi keinginannya. Adanya perkembangan teknologi serta ilmu pengetahuan yang begitu pesat dengan penyaluran informasi yang begitu cepat saat ini membentuk pola pikir dan dapat memilah-milah informasi yang dianggap menarik atau tidak untuk diambil.

Semakin banyak nya pesaing yang menciptakan produk yang hampir serupa membuat produk menjadi kurang menarik atau bahkan kurang laku di pasaran, sehingga hal ini menantang para wirausahawan untuk mampu berinovasi secara terus-menerus. Manusia memiliki karakter yang mudah berubah-ubah, oleh karena itu wirausahawan harus cukup mampu untuk selalu berinovasi, sebuah produk yang baik dan mampu bertahan adalah produk yang mampu menyeimbangi perkembangan zaman.

Pengusaha yang ingin terus berubah dengan lebih baik dan mengikuti perkembangan zaman secara terus-menerus merupakan pengusaha yang dapat terus bertahan beriringan dengan perubahan zaman. Kebutuhan dan biaya hidup yang semakin lama semakin tinggi membuat setiap orang bersaing untuk memperoleh pendapatan yang lebih guna mencukupi keperluan hidup sehari-hari, agar makin banyak masyarakat yang

menggunakan waktu nya secara produktif untuk menambah penghasilan menggunakan kreativitas untuk membangun dan mengembangkan usaha, semakin banyaknya masyarakat yang memiliki usaha itu berarti semakin ketat pula persaingan di dunia bisnis.¹

Sebuah ide akan menjadi peluang terciptanya produk baru, namun para wirausaha memerlukan adanya evaluasi pada penjualan yang sudah terjadi, mengamati peluang secara terus menerus, menganalisis proses secara mendalam, memperhitungkan resiko dan mencari solusi melalui pemanfaatan ide kreatif serta terobosan terbaru dan unik.² Kreativitas serta inovasi sangat penting bagi sebuah bisnis, namun mengenai mutu dan kualitas pula harus selalu di perbaiki, karena konsumen tidak hanya melihat dari keunikan sebuah produk namun kualitas produk itu pula, karena pada zaman yang serba canggih ini dimana semakin beraneka ragam bentuk produk namun soal kualitas selalu menurun dibandingkan dengan produk yang pernah dikeluarkan sebelumnya.

Menjaga agar konsumen tetap bertahan pada suatu produk karena kualitasnya yang tetap terjaga dan menarik akan mempengaruhi ketahanan dari sebuah usaha. Dengan terciptanya usaha yang menciptakan peluang kerja dengan kreativitas dan inovasi yang di kelola secara terus menerus dengan kerja keras dan ketekunan dalam menjalankan bisnis.

¹A.Rusdianan, *Kewirausahaan Teori Dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 3-5

²*Ibid.*, 50

Seperti yang di anjurkan dalam Hadist Ashim bin Ubaidillah tentang kecintaan Allah terhadap orang yang berkarya

عن عاصم بن عبد الله ، عن سالم ، عن أبيه ، قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : { إن الله يحب المؤمن المحترف } وفي رواية ابن عبدان : { الشاب المحترف } (أخرجه البيهقي)

dari Ashim bin Ubaidillah, dari salim, dari Ayahnya, ia berkata, Rasulullah Saw bersabda: sesungguhnya Allah mencintai seorang mukmin yang berkarya / bekerja keras.“(H.R. Baihaqy).

Pada hadits tersebut seorang wirausahawan dalam memulai bisnis nya harus memiliki kreativitas dan inovasi dalam usaha dan selalu bekerja keras, seperti sifat yang harus di miliki oleh wirausawan dengan selalu berkarya dan berinovasi agar kelak dapat menciptakan peluang pekerjaan untuk banyak masyarakat, sehingga tidak adanya kekhawatiran akan habisnya lahan bisnis, seorang wirausahawan yang memiliki sifat inovatif maka akan mendorong kembali semangat berkompetisi dalam pemasaran untuk mencapai kemajuan dalam berbisnis, dan selalu mampu menciptakan produk dengan keunikan dan kualitas yang lebih baik dari sebelumnya. Sehingga usaha yang dilakukan dapat bertahan lama dan menyeimbangi perkembangan zaman sekarang.

Wirausahawan juga perlu menerapkan aktivitas yang konsisten guna menindaklanjuti ide atau gagasan yang baik menjadi kegiatan usaha yang menghasilkan keuntungan. Manusia merupakan ciptaan Allah yang ditunjuk menjadi khalifah di bumi, dengan harapan dapat memanfaatkan sumber daya

alam yang ada di bumi. Allah SWT telah menciptakan segala isi di bumi yang diperuntukkan dan bisa dinikmati oleh manusia, dan oleh karena itu manusia di anjurkan untuk mengelola apa yang ada di bumi dengan kreativitas serta penuh terobosan terbaru.

Terobosan juga ide kreatif adalah sesuatu yang penting bagi wirausahawan dimana seseorang dapat melihat masalah dengan cara yang berbeda dengan melihat peluang untuk menambah performa kerja serta menciptakan sebuah komoditas yang akan dinikmati oleh banyak konsumen, serta sebagai jembatan agar lebih mudah menemukan hal baru dalam melihat peluang dan masalah yang ada. Jiwa kewirausahaan biasanya membuat orang tersebut mengelola serta mendirikan usaha tersebut secara professional, dengan melihat kemampuan pada bidang apa yang dimiliki oleh pengusaha dan prospek dari lingkungan yang diinginkan untuk membuka usaha dengan merancang dan menimbang kembali perhitungan modal, kemampuan, dan pengalaman dari pengusaha agar menjadi perencanaan yang matang dan efektif.³

Semakin memasuki era sekarang sumber daya alam (SDA) seperti kayu yang digunakan sebagai bahan baku untuk mengolah produk local semakin berkurang karena banyaknya penebangan kayu tanpa menanamnya kembali, sehingga perlu penanaman kembali pohon dan kemudian batang dari kayu dapat dimanfaatkan secara efisien. Salah satu pengelola limbah kayu yaitu Bapak Setiono di desa Sumber Rejo memanfaatkan limbah kayu

³ Kasmir, Op.Cit, 20

dan kayu sisa dari pembuatan kusen dan *furniture* diberikan sentuhan menjadi barang yang lebih bernilai, dengan tidak melupakan budaya Indonesia yang memiliki sejuta kekayaan dengan memanfaatkan kekayaan yang tersedia.

Kayu bisa bermanfaat apabila mengubahnya menjadi barang-barang yang bernilai seperti kerajinan kayu, miniatur, *furniture*, hiasan dinding, meja dan kursi, pintu, lemari, sandal alat makan, vas bunga, dan masih banyak lagi. Penggunaan kayu sebagai bahan dasar sebuah benda memiliki nuansa dan kesan yang berbeda, bagi beberapa orang menganggap barang dari bahan dasar kayu memiliki keunikan. Dengan mengimplementasikan kreativitas dan inovasi ke dalam kayu yang biasanya hanya digunakan sebagai kayu bakar, diubah menjadi barang yang lebih bernilai .

Dengan kaitannya Pak No sebagai pemilik dari kerajinan kayu memulai usahanya di desa Sumber Rejo dengan memanfaatkan bahan yang ada seperti kayu sisa pembuatan mebel untuk dijadikan sebuah produk. Kreativitas dan inovasi yang di olah oleh Pak No menghasilkan sebuah karya menarik bagi peminat kerajinan kayu yang mengerti akan keunikan tersebut. Kerajinan yang diolah oleh Pak No membutuhkan kreativitas dan ketelatenan, terkadang ia membuat karya yang dirancang berdasarkan ide kreativitasnya lalu di pasarkan dan tak jarang ia menerima pesanan sesuai dengan kriteria barang sesuai keinginan konsumen itu sendiri. Dalam melakukan Kreativitas dan inovasi mampu menghadapi persaingan usaha cukup efektif untuk memenangkan hati konsumen.

Dengan adanya kerajinan kayu milik Pak No ini secara tidak langsung membuka peluang pekerjaan bagi warga desa Sumber Rejo. Alasan Pak No menekuni bidang ini adalah karna masih jarang nya pembuatan kerajinan kayu dikecamatan Batanghari dan disinilah Pak No melihat peluang bisnis, untuk mempertahankan bisnis dan mengembangkan menjadi lebih baik Pak No mengikuti dan melihat perkembangan zaman seperti apa yang sedang disukai oleh anak-anak, orang dewasa, tergantung pada target konsumen yang akan dituju saat itu. Tak jarang ia melihat barang yang sudah ada dizaman dulu namun diberi imbuhan apa yang sedang sangat di nikmati pada zaman sekarang, dengan mengelola kreatifitas dan inovasi yang di terapkan dalam karyanya, membuat kerajinan ini menjadi menarik dan dapat diminati oleh konsumen di pasaran sebagai upaya untuk meningkatkan penjualannya.

Pak No awalnya membuat mebel lalu memanfaatkan kayu untk membuat kerajinan kayu sederhana di mulai dengan mainan mobil-mobilan, miniatur kendaraan. Karena banyaknya komoditi yang memiliki kesamaan terhadap komoditi yang diproduksi oleh Pak No walau dengan bahan dasar yang berbeda, seperti bahan dasar plastik, hal ini membuat penjualan Pak No tidak meningkat. Dalam setiap orang memiliki kapasitas tingkatan berfikir kreatif masing-masing, namun kreativitas perlu dilatih dan di gali lebih dalam lagi agar menciptakan produk yang baru.

Kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan untuk mengembangkan produk untuk mempertahankan usaha nya dalam jangka waktu yang lama. Untuk meningkatkan penjualannya Pak No mengikuti pelatihan untuk

menambah wawasannya agar produknya menjadi lebih baik dan laku di pasaran. Pak no yang mulanya hanya membuat produk yang meniru barang yang sudah ada di internet dan tidak melakukan inovasi produk , kini setelah menerapkan kreativitas dan iovasi terhadap produknya dengan cara membuat produk berdasarkan gagasan pikirannya , atau mencari referensi dari internet namun di kombinasikan dengan ide nya sendiri agar apa yang pak no buat tidak sama dengan produk-produk yang sudah ada pada kerajinan kayu lainnya .beberapa produk yang di hasilkan pak no setelah melakukan inovasi produk yaitu , nampan dengan corak yang tetap terbuat dari kayu , tata,an dinding , meja bonsai , jam dinding , kotak cincin , kotak obat dan Inovasi yang di lakukan oleh Pak No dilakukan pada saat Pak No yang bosan dengan kegiatannya mengerjakan mebel, untuk mengisi waktu luangnya Pak No membuat hiasan dinding dan masih banyak lagi kerajinan kayu lain yang memanfaatkan kayu sisa dari pembuatan kusen, pintu dan *furniture* dan terdapat lebih banyak produk yang di hasilkan. Penjualan kerajinan kayu mengalami peningkatan setelah menerapkan kreativitas dan melakukan inovasi produk namun terdapat naik turunnya volume penjualan . pada tahun 2017-2019 penjualan mengalami stuck dan tidak terjadinya peningkatan di karenakan produk yang dibuat hanya menduplikasi yang ada di internet dan jarang melakukan inovasi produk dengan lebih memfokuskan pada pembuatan mebel , kemudian pada tahun 2020 pak setiono mulai mengevaluasi produk kerajinan kayu nya dan mencari ide referensi pada internet dan mengkombinasikan dengan ide yang pak no miliki di sela-sela

kebosanannya dalam pembuatan mebel , dengan memanfaatkan sisa potongan dari pembuatan mebel dan furniture . menerapkan kreativitas dan inovasi dengan memanfaatkan bahan yang ada membuat penjualan meningkat. Tahun 2020-2022 penjualan kerajinan kayu mengalami peningkatan pada 5 bulan setelah panen , dan menjelang lebaran .

Oleh karena itu penulis menganalisis upaya peningkatan penjualan melalui kreativitas dan inovasi yang di terapkan pada produk kerajinan kayu. Inovasi dan kreativitas yang diciptakan dalam pemanfaatan limbah kayu dapat menjadi barang bernilai lebih dengan proses yang membutuhkan ketekunan, ketelatenan, dan ketelitian karena pembuatan kerajinan kayu, *miniatur* dan juga *furniture* ini masih dikerjakan menggunakan tenaga manusia, dan alat yang sederhana. Dengan proses yang cukup panjang dan membutuhkan keterampilan dari pembuatnya, akan menciptakan produk yang unik dan dapat menarik orang-orang yang menyukai hal unik.

B. Pertanyaan Penelitian

Dari uraian latar belakang sebelumnya sehingga dapat disimpulkan pertanyaan peneliti yakni bagaimana kreativitas dan inovasi produk dalam upaya meningkatkan penjualan kerajinan kayu (study Desa Sumber Rejo Kecamatan Batanghari Lampung Timur)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berlandaskan pada pertanyaan peneliti diatas sehingga diperoleh tujuan yakni guna memahami kreativitas dan inovasi dalam upaya meningkatkan penjualan kerajinan kayu.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil pada peneliti ini yakni:

- a. Penelitian ini merupakan gabungan ilmu pengetahuan untuk sarana penunjang serta penambah wawasan mengenai upaya meningkatkan penjualan dengan kreativitas dan inovasi.
- b. Sebagai informasi tambahan terkait dengan implementasi meningkatnya penjualan menggunakan kreativitas dan inovasi dan sebagai bahan referensi maupun pertimbangan bagi pengelola kerajinan kayu Pak No agar meningkatkan kinerja usahanya.

D. Penelitian Relevan

Berkaitan pada peneliti ini, sudah terdapat beberapa peneliti sebelumnya dengan mengusung tema yang relevan dengan peneliti ini diantaranya:

Tabel 1.1

Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Hasil penelitian	persamaan	perbedaan
1	Tri Susanti/2018	Pengaruh Kreativitas Produksi Terhadap	Kreativitas produksi yang dilakukan	Kreativitas suatu produksi	Produk UMKM kerupuk

		Kesuksesan Usaha UMKM Kerupuk di Desa Sido Dadi	pada usaha kerupuk di desa Sido Dadi sangat berpengaruh terhadap usaha, dengan menyeluruh terdapat kenaikan baik pada penjualan maupun imset. Melalui penggunaan ide kreatif dalam produksi, pemilik usaha mampu bersaing lebih baik dari sebelumnya. ⁴		
2	Susi Wulandari/ 2013	Kontribusi Upaya Kreatif Dan Inovatif Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Menurut Perspektif Islam Studi Kasus Usaha Kue Ridho Pekan Baru	Partisipasi usaha kreatif serta penuh inovasi yang diterapkan pada segi bentuk dan juga rasa dapat membuat usahanya semakin berkembang dengan baik, melalui hadirnya	upaya kreativitas dan inovatif dalam rangka meningkatkan ekonomi	Produksi usaha kue keluarga

⁴ Tri Susanti, "Pengaruh kreativitas produksi terhadap kesuksesan umkm kerupuk di desa sidodadi," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2018), 61

			bisnis ini bisa menambah tingkat hidup rumah tangga bajkan menjadi penunjang kebutuhan keluarga dengan membentuk bisnis lain yang dapat dijalankan serta membuka peluang pekerjaan. ⁵		
3	Sifah Arifah/2019	Dinamika Industri Kerajinan Kayu di Desa Tutul	Kerajinan kayu di desa Tutul yang dipelopori oleh Bapak Irwanto melalui keterampilan yang dimilikinya mampu memberikan pengaruh baik bagi tingkat kesejahteraan di desa Tutul kecamatan Balung. Dengan adanya kerajinan kayu tersebut dapat	Usaha kerajinan kayu	Dinamika industri

⁵ Susi Wulandari, "Kontribusi upaya kreatif dan inovatif untuk meningkatkan ekonomi keluarga menurut perspektif ekonomi islam usaha kue ridho di pekan baru," *Skripsi* (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2013), 60

			membuka lapangan pekerjaan serta pendapatan masyarakat sehingga dapat mengurangi pengangguran di Desa Tutul, dari pendapatan yang diperoleh masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari dan dapat membiayai pendidikan anak-anaknya. ⁶		
--	--	--	--	--	--

⁶Sifah Arifah, "Dinamika Industri Kerajinan Kayu di Desa Tutul kabupaten Jember pada tahun 1990-2015," *Skripsi* (Jember: Universitas Jember, 2019), 39

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kreativitas dan Inovasi

1. Pengertian Kreativitas

Kreativitas memiliki asal kata dari bahasa Inggris *to create* yang memiliki arti menciptakan atau membuat. Kreativitas merupakan suatu upaya untuk menuangkan ide yang baru dan berbeda dalam menanggapi masalah dan melihat peluang yang ada. Seseorang dapat dibidang kreatif jika memiliki daya ingin tahu yang cukup tinggi, rasa ingin menantang dirinya untuk hal baru dan suka bermain intuisi.

Kreativitas bisa berupa sesuatu yang berwujud dan tidak berwujud ,
Bentuk-bentuk kreativitas antara lain :

a. Kreativitas yang di sengaja (bersifat kognitif)

Kreativitas yang di sengaja atau kognitif berasal dari pekerjaan yang berkelanjutan dalam sebuah disiplin ilmu. Thomas Alfa Edison sebagai penemu bola lampu misalnya , adalah satu sosok yang memiliki kreativitas. Sebelum ia menemukan bola lampu Thomas menjalankan percobaan demi percobaan sampai akhirnya menemukan dan menghasilkan sesuatu .

b. Kreativitas yang di sengaja atau bersifat emosional

Kreativitas dimana seseorang sengaja memiliki momen-momen tertentu yang berhubungan dengan perasaan dan emosi saat mereka menemukan sebuah ide kreatif

c. Kreativitas Spontan dan Sifatnya Kognitif

Selama proses kreativitas jenis ini, otak sadar akan berhenti sejenak menyelesaikan masalah dan memberikan kesempatan pada otak bawah sadar untuk melakukannya. Contoh orang yang menggunakan kreativitas ini adalah saat Isaac Newton menemukan teori terkait gravitasi ketika dia duduk di bawah pohon apel.

d. Kreativitas Spontan dan Emosional

Seperti namanya, kreativitas ini bersifat spontan. Ini adalah jenis kreativitas yang dimiliki oleh para seniman dan musisi hebat. Seringkali momen kreatif spontan dan emosional ini muncul seperti layaknya sebuah pencerahan.

Seorang wirausahawan selalu dituntut untuk memiliki pola pikir yang cenderung berbeda dari orang kebanyakan, wirausahawan yang selalu berfikir sama dengan pengusaha lain maka tidak ada daya tarik dan kelebihan yang bisa membuat konsumen menginginkan produk tersebut. Sebuah produk akan menarik minat konsumen bila produk tersebut mengandung nilai keunikan, dan keunikan itu dapat tercipta dari pemikiran yang kreatif dan inovatif.⁷ Terdapat beberapa tingkatan kreativitas, yaitu:

a. Kreativitas Murni (*Pure Creativity*)

Merupakan identifikasi baru atau penemuan gagasan praktik yang baru diketahui dan memiliki keunikan tersendiri.

⁷ A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2004), 81

b. Kreativitas Relatif (*Relative Creativity*)

Tingkatan dapat berupa suatu gagasan atau praktik pada saat tertentu atau beberapa bentuk yang sama sekali tidak berhubungan.

c. Kreativitas diinformasikan (*Informed Creativity*)

Kreativitas diinformasikan adalah sesuatu gagasan atau praktik diturunkan dari sesuatu yang telah diturunkan atau dalam beberapa kasus hasilnya merupakan kelanjutan dari gagasan baru atau praktik yang sudah ada. Ide atau gagasan tidak dapat muncul begitu saja, pelaku usaha perlu membuat suasana yang bisa meningkatkan ide kreatif baik dari personal atau pun bagi karyawannya, terdapat beberapa cara, yaitu :

1) Masukan Kreativitas Sebagai Nilai Inti Perusahaan

Pelaku usaha dapat memasukan ide kreatif serta pembaruan pada target organisasi atau perusahaan dan melakukan konsistensi terhadap komunikasi internal dalam perusahaan. menjadikan kreativitas merupakan hal yang penting untuk kesuksesan perusahaan.

2) Merangkul Keragaman

Diantara metode efektif dalam menciptakan lingkungan kerja yang creative adalah dengan mempekerjaka nberbagai macam latar belakang pengalaman karyawan, mulai dari hobi, minat, bakat, kemampuan dan budaya merupakan bahan baku yan baik untuk perusahaan membentuk ide kreatif.

3) Masalah Sebagai Tantangan

Tiap permasalahan yang timbul dalam perusahaan merupakan suatu peluang untuk melakukan kreativitas dan inovasi. Jika terdapat masalah namun perusahaan menyarankan untuk masalah itu dibuang sejauh mungkin merupakan langkah yang salah, karena dengan adanya masalah mampu mengembangkan karyawan dalam perusahaan.

4) Pelatihan Kreativitas

Hampir setiap orang memiliki kapasitasnya masing-masing dalam kemampuan untuk berfikir kreatif, namun tetap perlu melakukan pelatihan untuk mengembangkan kreativitas. Melalui seminar, pelatihan atau mendatangkan seseorang yang profesional dalam bidang tersebut untuk membangun kreativitas karyawan sehingga dapat menggunakan kapasitas kreativitas mereka dengan baik.

5) Melakukan Komunikasi dengan Pelanggan (Konsumen)

Bisnis yang penuh inovasi mampu menyediakan waktunya guna mendengarkan kritik serta saran dari konsumen, dan melihat bagaimana produk yang diciptakan tersebut digunakan.⁸

⁸ Thomas W. Zimmer, et.all, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha edisi 5*, 75-78

2. Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan teknik dalam mencari atau mengaplikasikan produk yang telah ada menuju hal terbaru, atau menciptakan sesuatu yang benar-benar belum adasebelumnya. Konsep yang disebut baru ini berbeda dari produk-produk lain, karena sifatnya relative. Adapun pengertian inovasi menurut para ahli yakni:

- a. Larsen, P and Lewis. A, (2007) dalam diri wirausahawan harus memiliki karakter jiwa berinovasi, dengan inovasi maka produk yang di kelolanya akan tetap berkembang dan mempertahankan perusahaan untuk rentang waktu yang relatif lama, karena kebutuhan juga permintaan pelanggan yang selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman. Konsumen akan mencari barang yang dirasa sebagai kebutuhannya dan kebutuhan setiap saat berbeda-beda, pelanggan akan memilih perusahaan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya maka dari itu dibutuhkan.⁹
- b. Hills (2008) mendefinisikan inovasi adalah sesuatu barang atau jasa yang dianggap belum pernah ada (baru) oleh seseorang atau kelompok.¹⁰
- c. Menurut Suryana (2003) inovasi merupakan penerapan dari kreativitas yang dikembangkan untuk tujuan memberikan solusi dari masalah dan melihat peluang bisnis untuk memperkaya hidup.¹¹

⁹ Larsen P dan A Lewis, How Award Winning SMEs Manage The Barriers To Innovation,” *journal creativity and innovation management*, 141-151

¹⁰ Hills, Gerald.2008” Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities “*journal of small and medium entrepreneurship*, 27-39

¹¹ Suryana, kewirausahaan, pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses (Jakarta,

Terdapat alasan mengapa inovasi sangat penting menurut Keeh, et.al (2007):

- a. Teknologi berkembang pesat seiring berjalannya waktu, begitu pula terhadap media promosi produk, teknik serta pelayanan terbaru dari kompetitor, kemudian hal ini mendukung para pengusaha sehingga bisa berkompetisi dengan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang baru.
- b. Dampak transformasi perputaran peredaran produk yang relatif singkat, komoditas dan jasa wajib selalu di perbarui dengan cepat, hal ini dikarenakan semakin banyak orang yang berfikir kreatif menciptakan kreatifitas dalam produk yang baru.
- c. Konsumen pada era zaman sekarang lebih banyak menuntut apa yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan, dalam keinginan untuk memenuhi kebutuhan selalu mengharapkan peningkatan kualitas, pembaruan, dan harga. maka dari itu inovasi dapat memenuhi kepuasan dari pelanggan dan dapat menjadikan konsumen sebagai pembeli tetap.
- d. Market juga teknologi yang dinamis, gagasan yang menarik pula gampang untuk diikuti oleh pesaing, oleh karena itu pengusaha memerlukan teknik pemanfaatan komoditas baru, serta memiliki keunikan tersendiri yang sulit untuk ditiru dan proses yang lebih baik.

- e. Inovasi dapat menciptakan pertumbuhan yang sangat pesat bagi pertumbuhan jalannya usaha dan meningkatkan segmen pasar.¹²

3. Inovasi Produk

Inovasi merupakan upaya untuk mengaplikasikan kreativitas dalam hal menemukan solusi dan melihat peluang (*doing new thing*), inovasi umumnya, inovasi berpedoman dengan sifat contohnya merubah, manambahi, Maupun sebuah metode membuat suatu barang, juga cara untuk memproses barang mentah menjadi produk yang siap digunakan. Terkait hal berbisnis inovasi produk merupakan penerapan gagasan terbaru, menambah jasa yang tersedia, juga menciptakan gagasan lain tentang komoditi yang terus berjalan.

Memulai bisnis dengan mendasari inovasi sebagai hal yang penting dapat menciptakan usaha yang baik. Dalam menciptakan inovasi terdapat perbedaan antara ide atau gagasan hasil dari spekulasi dengan ide yang tercipta akibat adanya hasil pemikiran peneliti atau pengalaman kerja. Pebisnis yang baik dalam ngelola produk harus berani untuk mengaplikasikan ide melalui sebuah proses untuk mengimplementasikan ide tersebut menjadi gagasan yang lebih baik lagi, dengan begitu inovasi menjadi hal dasar yang mampu bertahan lama, dengan keteguhan dan menjalankan misi yang menjadi tujuan dasar dari perusahaan.¹³

Proses inovasi dimulai dengan menganalisis secara lebih mendalam

¹²Keeh, Hean Tat, Mai Nguyen & Ping. “ The effects pf entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs”, *journal creativity and innovation management*, 2007, 141-151.

¹³ Sutomo, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 132

tentang objek yang dijadikan bahan sebagai penyaluran kreativitas dan inovasi, salah satu cara memenangkan persaingan yaitu dengan melakukan persaingan produk. Agar dapat mengikuti perbedaan lingkungan yang nantinya bisa menyediakan komoditi ataupun jasa yang semakin baik. Inovasi terbagi atas empat bentuk yakni:

- a. Penemuan, kreativitas dan proses baru komoditi atau layanan yang sebelumnya tidak ada.
- b. Pengembangan, pengembangan suatu proses produk atau jasa yang telah ada, proses ini menjadikan pengaplikasian ide yang sudah ada namun menjadi sesuatu yang unik.
- c. Duplikasi, menirukan sebuah komoditi ataupun layanan, juga teknik yang tersedia, pada proses ini tidak hanya sekedar menjiplak keseluruhan dari produk namun merubah sedikit bentuk, rasa, dan varian dengan memberi sedikit sentuhan untuk memperbaiki barang yang sudah ada dengan lebih kreatif dan menciptakan hal yang unik sehingga siap untuk bersaing.
- d. Sintetis, perpaduan konsep yang sudah ada dengan hal yang baru dan dibentuk sedemikian rupa tercipta konsep baru. Metode ini terdiri dari penambahan gagasan secara lebih menarik menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara terbaru.

B. Produk

1. Pengertian Produk

Produk merupakan *output* dari aktivitas produksi yang berbentuk benda serta bisa disentuh, terlihat, dapat dirasakan serta digunakan untuk dapat ditawarkan kepada konsumen dipasaran agar dapat dinikmati, dikonsumsi dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan dari konsumen.¹⁴ Berdasarkan konsep, produk merupakan definisi umum dari produsen untuk barang yang dapat dijual dalam upaya menggapai tujuan organisasi dengan memenuhi keperluan serta kegiatan konsumen selaras pada kompetisi serta kualitas pebisnis juga minat beli dipasaran.¹⁵

Pada suatu perusahaan, produksi dan produk merupakan hal yang saling berkaitan dengan menghasilkan suatu output. Produksi dapat diartikan sebagai bentuk aktivitas maupun metode yang merubah penerimaan menjadi pengeluaran atau output yang berupa sebuah produk.¹⁶ Kriteria kebutuhan pembeli harus diperhatikan, pembeli akan tertarik untuk mencoba suatu produk apabila produk tersebut sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Produk wajib selaras pada keinginan konsumen, bukan sebaliknya. Produk merupakan seluruh komoditas yang bisa ditawarkan kepasar guna memberikan kepuasan terhadap keinginan maupun kebutuhan. Komoditi yang dijual dipasaran terdiri dari produk fisik,

¹⁴ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Erlangga, 2011), 333

¹⁵ Philip Kotler dan Gray Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Penhallindo, 1997), 274

¹⁶ Spfjan Assauri, *Manajemen Produksi Dan Operasi Edisi Ke Empat*, (Jakarta :Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993), 15

layanan, acara, lokasi, gedung sampai dengan ide.¹⁷

2. Klasifikasi Produk

Produk dibagi menjadi dua, yaitu produk konsumen (*consumer produk*) dan produk industri (*industrial produk*). Kotler dan Keller mengklasifikasikan produk ke dalam tiga jenis berdasarkan ketahanan juga bentuknya, yakni:

a. Produk yang Bertahan Sebentar (*Non Durable Goods*)

Produk jenis ini merupakan produk yang biasa digunakan pada satu ataupun beberapa kali saja seperti sabun, pasta gigi, shampoo. Karena jenis barang ini sering di gunakan untuk kebutuhan sehari-hari, dan sering di beli oleh konsumen. Strategi yang tepat adalah menyediakan produk tersebut diberbagai lokasi, dengan menggunakan margin yang kecil, dan mempromosikan secara terus menerus guna menarik konsumen untuk mencoba dan membangun preferensi.

b. Barang yang Tahan Lama (*Durable Goods*)¹⁹

Produk jenis ini biasanya dapat digunakan berulang kali atau diambil manfaatnya secara terus menerus namun wujudnya tetap sama dan tidak berkurang, produk jenis ini biasanya membutuhkan transaksi jual beli serta pelayanan secara persilangan, margin yang dimiliki juga makin besar, serta perlu adanya garansi dari penjual. Namun barang yang tahan lama cenderung memerlukan perawatan yang lebih perlu diperhatikan. Contoh barang tahan lama seperti kulkas, mesin cuci,

¹⁷ M. Murshid, Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 69

televise, lemari dan lain sebagainya.

c. Jasa (*services*)

Jasa adalah komoditi yang tidak memiliki bentuk, tetapi membutuhkan kendali kualitas juga kapabilitas untuk adaptasi yang cukup sulit, seperti potong rambut, serta pengantaran barang.

Kreativitas dan inovasi sangat di perlukan dalam proses pembentukan produk agar apa yang menjadi keinginan dan tujuan dari perusahaan dapat tergapai dan mencapai keberhasilan dalam tingkat yang lebih baik, karna suatu barang atau jasa yang berbeda dan mampu untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman secara terus-menerus akan mampu bertahan dari pesaing-pesaing.

3. Kualitas Produk

Kualitas adalah satu diantara keutamaan yang dinilai oleh konsumen dalam memilih produk. Kualitas adalah ukuran baik atau tidaknya produk selaras pada kriteria dan keinginan konsumen, mutu disini adalah sebuah produk yang melalui kompetensinya bisa mempunyai *value* berdasarkan *merk* pada perannya mengenai daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan pemeliharaan dan perbaikannya. Namun dalam segi penjualan produk, mutu harus menarik penglihatan karna hal ini mempengaruhi persepsi konsumen terhadap mutu dari produk yang ditawarkan.¹⁸

Kualitas produk juga mencakup dari kecocokan terhadap penggunaan produk guna mencukupi kriteria juga keperluan pelanggan, Kualitas produk

¹⁸ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Syariah*, 89

menjadi pokok perhatian dari sebuah perusahaan. Kualitas menjadi ketentuan krusial dalam menaikkan daya saing produk yang perlu membagi kepuasan melebihi dari mutu produk kompetitor. Mutu dalam produk adalah gabungan karakter yang menjadi penentu seberapa jauh produk yang dihasilkan sesuai dengan kriteria keperluan konsumen.¹⁹

C. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu aktivitas dalam perekonomian yang dibentuk untuk menciptakan dan membentuk value ekonomi, dan value ekonomi ini menjadi penentu terhadap harga produk ataupun jasa. Penjualan menjadi penghubung antar kegiatan produksi dan konsumsi. Dalam penjualan, kegiatan pertukaran menjadi hal yang utama, pertukaran merupakan suatu kegiatan tawar-menawar antar produk serta layanan melalui beberapa nilai guna beragam orang atau golongan sosial guna mencukupi kebutuhan dan keinginannya.

Penjualan adalah penggerak dalam aktivitas bisnis, dan kesuksesan dari suatu bisnis bergantung pada kemampuannya dalam memasarkan, membuat, SDM, finansial dan akuntansi serta kompetensi yang menggabungkan faktor tersebut secara bersama sehingga usahanya bisa dijalankan dengan efektif.²⁰

Penjualan merupakan suatu kegiatan dimana produsen memberikan

¹⁹ Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 187

²⁰ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 1-3

informasi mengenai produk yang diciptakan mengenai kelebihan-kelebihan yang berada pada produk tersebut. agar dapat mencari dan mempengaruhi pembeli agar tertarik dan menyesuaikan dengan Keinginan dan keperluan pelanggan. Perusahaan bisa memperhitungkan harga yang pantas untuk produk yang akan di suguhkan agar tidak memberatkan pembeli dengan menyeimbangkan dengan kualitas, Hal ini juga sudah dijelaskan dalam firman Allah QS Ali-Imran ayat 3 berikut ini:

نَزَّلَ عَلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ وَأَنْزَلَ التَّوْرَةَ وَالْإِنْجِيلَ ۚ

Artinya: *“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertawakalalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan”* (Q.S Ali-Imron :130)²¹

Pada surat di atas di anjurkan untuk melakukan jual beli sesuai pada ketentuan syariah yang sudah ada di Al-Qur'an dan hadist barang yang nantinya dijual pada pembeli. untuk menjauhi riba dan segala jenisnya, dan larangan untuk mengambil keuntungan secara berlebihan, keuntungan di tentukan berdasarkan modal dan kualitas dari produk yang akan ditawarkan kepada konsumen

Indikator volume penjualan

Indikator Volume Penjualan Salah satu berhasil atau tidaknya suatu aktivitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang di capai oleh perusaha'an yang bersangkutan dalam

²¹ Alqur'an Surat Ali-Imran ayat 180, Al-Qur'an dan Terjemahan

suatu periode. Umumnya bila volume penjualan yang di peroleh rendah maka keuntungan akan rendah pula. Hal ini menunjukkan pada kita bahwa setiap perusaha'an dituntut untuk dapat meningkatkan volume penjualannya seoptimal mungkin. Volume penjualan merupakan jumlah total yang di hasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang di hasilkan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan di hasilkan perusaha'an.

Terdapat beberapa indikator volume penjualan, antara lain :

- a. Mencapai target volume penjualan
- b. Mendapatkan laba
- c. Menunjang pertumbuhan perusaha'an

2. Tujuan Penjualan

Satu diantara tujuan penjualan ialah mendapatkan angka penjualan yang tinggi dalam perusahaan, tujuan yang akan di capai ini diiringi dengan niat, usaha dan kemampuan. Secara umum perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan penjualan serta mempertahankan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Karena semakin hari akan semakin banyak usaha baru yang akan menjadi pesaing sehingga orientasi pemilik usaha tidak hanya berputar pada berapa banyak nya produk tersebut terjual dan berapa besar keuntungan yang ia peroleh namun dibutuhkan upaya untuk memahami dan mengerti apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen, apakah produk yang di keluarkan memberikan kepuasan bagi pelanggan atau tidak, memahami kebutuhan

yang dikonsumsi secara tidak langsung dapat memprediksi produk tersebut akan cocok dan membuat konsumen puas atau tidak, dengan begitu maka perusahaan akan memperoleh laba keuntungan yang besar dan dapat membuat perusahaannya berumur panjang.

3. Pentingnya Kreativitas dan Inovasi Terhadap Peningkatan Penjualan

Kreativitas Serta inovasi merupakan ciri khas individu yang saling berkaitan. Jika suatu bisnis tidak dilandasi akan upaya kreativitas dan juga inovasi biasanya tidak dapat berkembang secara terus menerus, karna semakin hari akan selalu ada inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen, lingkungan bisnis yang selalu bersing mendorong untuk pengusaha selalu melakukan terobosan baru dan mampu untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, karakter seorang pembisnis yang mudah merasa puas pada diri sendiri akan membawa usaha tersebut stagnan atau sama dengan membawa bisnis kearah kematian.

Kepekaan merupakan sebuah kunci dari kreativitas dan inovatif yang sederhana dalam membaca peluang dan kemampuan pasar. Kreativitas dan Inovasi adalah sesuatu yang mendasar guna membentuk ide serta gagasan yang nantinya akan direalisasikan menjadi sebuah produk, dengan mengembangkan ide tersebut dalam kegiatan yang produktif dan lebih kreatif. Kreatif merupakan suatu dorongan untuk terbentuknya gagasan dan ide sedangkan inovasi merupakan lanjutan dari kreativitas yang telah

tercipta dan mengimplementasikannya ke dalam sebuah karya, dalam bentuk produk, jasa.²²

Inovasi merupakan kelanjutan dari kreativitas, tanpa adanya ide-ide atau gagasan yang menciptakan kreativitas tidak terbentuk pula inovasi tersebut. Produk yang dibuat perlu dipasarkan pada konsumen

melalui promosi-promosi agar sasaran dari produk kita dapat mengetahui kelebihan dari suatu produk, walau hanya kemasan, variant, bentuk dari produk saja yang sedikit berubah namun tetap diperlukannya promosi secara terus-menerus terus meningkatkan kualitas dan mutu produk.²³

Dalam era globalisasi para wirausaha diuntut untuk semakin inovatif seperti menciptakan sesuatu yang blm pernah ada sebelumnya dengan keunikan juga lebih efisien. Dalam hal menjalankan usaha wirausahaan harus tetap berinovasi untuk mempertahankan bisnisnya agar berumur panjang. Jika seorang wirausaha tidak mempertahankan eksistensi prosuknya di pasaran maka konsumen akan merasa bosan, karna pesaing usaha semakin lama akan semakin ketat seperti persaingan harga dan persaingan kualitas. Jika pengusaha tidak melakukan inovasi secara terus menerus maka pesaing juga dapat membuat produk yang sama atau lebih baik karena terus berinovasi dalam produknya yang akan mengambil perhatian konsumen dalam pemasaran.²⁴

²² Kao dan John, *Entrepreneurship, Creativity, and Organization, Taxes, Cases and Readings* (New Jersey: Englewood Cliffs Prentice Hall 1989)

²³ Asmara Usi, *pemikiran kreatif pemasaran* (Yogyakarta: asuma books 2008), 34-34

²⁴ Niti susanto Mulyadi, *kewirausahawan dan manajemen usaha* (Yogyakarta: Alfabeta, 2009), 60-61

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis peneliti yang digunakan ialah *case study* atau dengan kata lain peneliti lapangan (*field research*) yakni peneliti yang memfokuskan denah. Lebih mendalam mengenai permasalahan dan kondisi serta kejadian yang sedang terjadi, serta hubungan sosial yang sifatnya apa adanya. Peneliti lapangan juga bisa diartikan sebagai peneliti yang dijalankan dengan langsung kepada objek peneliti dengan menggali data yang bersumber pada objek lapangan untuk memperoleh informasi yang valid serta pasti.²⁵

Pada peneliti ini, peneliti melaksanakan peneliti melalui mencari data yang sumbernya dari objek penelitian langsung yakni usaha kerajinan kayu di desa Sumber Rejo kecamatan Batanghari Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Peneliti ini sifatnya kualitatif yakni tatacara peneliti yang akan memperoleh data berupa deskripsi tertulis maupun langsung dari objek penelitian. Peneliti deskriptif merupakan peneliti yang berupaya dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi dengan didasarkan pada fakta yang ada. Metode kualitatif juga memiliki karakteristik yaitu penekanan pada lingkungan yang diteliti bersifat alamiah. Yang berarti bahwasituasiserta

²⁵Surahman, Mochamad Rachmat dan Sudibyo Supardi *Metedologi Penelitian* (Jakarta: Pusdik SDM Kesehatan, 2016), 75

konteks dari subek penelitian dimengerti dan dijabarkan secara lebih terperinci serta jelas, sehingga pembaca dapat mengerti dan memahami seperti sedang terlibat didalamnya.²⁶

Alasan peneliti ini bersifat deskriptif kualitatif adalah karena peneliti ini menggambarkan fenomena yang berasal dari data yang telah didapat. Selain itu penelitian ini juga menggambarkan, menguraikan, fenomena yang terjadi. Terkait dengan ini peneliti sekedar ingin memahami tentang sesuatu yang berkaitan pada data penelitian. Oleh sebab itu, penelitian ini memfokuskan pada gambaran fenomena ulang diciptakan oleh bahasa ilmiah

Focus pada permasalahan yang diambil selaras pada judul dalam peneliti, sehingga peneliti ini disebut dengan peneliti deskriptif, Peneliti akan mendeskripsikan dengan informasi yang tanpa melalui tes signifikan, karena dalam peneliti ini tidak berniat melakukan generalisasi, agar tidak terdapat kesalahan pada saat generalisasi. Peneliti ini menggambarkan situasi keadaan yang tengah terjadipada saat penelitian terhadap pemilik usaha pengelola kerajinan kayu didesa Sumber Rejo kecamatan Batanghari.

B. Sumber Data

Sumber data ialah faktor utama serta krusial pada suatu peneliti, karena nantinya dapat memberikan pengaruh pada mutu penelitian. Sumber data pada penelitian merupakan subjek asal data tersebut didapat. Adapun sumber data dalam peneliti ini yaitu:

²⁶ Jaco, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarna Indonesiam 2010), 57

1. Data Primer

Data primer yakni data yang dihasilkan peneliti dengan cara memperoleh data dari narasumber utama. Data yang asli dan memiliki sifat up to date merupakan data primer.²⁷

Sumber dalam penelitian ini adalah sumber yang didapat dari pemilik serta karyawan pada tempat usaha tersebut melalui wawancara dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang dihasilkan karena memahami bahan pustaka atau dengan memperoleh keterangan dari sumber ke dua.²⁸

Data sekunder di pada peneliti ini di peroleh dari laporan, literature-literatur kepustakaan seperti jurnal, buku, karya tulis, serta artikel-artikel lain yang ada kaitannya dengan fokus penelitian sehingga bisa membagi informasi lanjut untuk menguatkan data utama.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode penghimpunan data adalah metode yang harus dilaksanakan peneliti, karena melalui teknik ini maka penelti akan memperoleh data secara jelas, akurat, tepat dan sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan. Sebab, pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapat sumber-sumber dan informasi yang valid dan akurat.²⁹

²⁷ Eeny Rajab dan Andy Jam'an, *Metode Penelitian Bisnis*, (Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar, 2007), 109-110

²⁸ *Ibid.*, 111

²⁹ Mohar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksaea, 2002), 133

Di dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data kualitatif sehingga peneliti melakukan wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh hal tersebut. Berikut ini instrumen penghimpunan data dalam peneliti ini:

1. Wawancara(*interview*)

Wawancara merupakan metode dalam memperoleh informasi serta data dengan cara dialog yang diselaraskan pada keperluan peneliti. Metode ini juga bisa disebut dengan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penanya kepada sumber informasi tentang permasalahan yang sedang diteliti. Adapun wawancara yang dapat digunakan dalam peneliti ini adalah wawancara struktur, pada wawancara ini peneliti menyediakan beberapa pertanyaan berurutan yang akan diajukan kepada sumber untuk memperoleh data. Peneliti juga memanfaatkan sarana pembantu seperti kamera, perekam suara dan gambar serta lain sebagainya.³⁰ Pada peneliti ini, wawancara yang lebih mendalam diperuntukkan pada pemilik usaha kerajinan kayu dan karyawan.

Teknik wawancara ini dilakukan dengan cara berhadapan langsung dengan sumber yang akan di wawancarai³¹ jenis wawancara yang di lakukan pada penelitian ini merupakan jenis wawancara gabungan, jenis ini adalah gabungan dari wawancara terstruktur dengan tidak terstruktur. 32

³⁰ HarisHardiansyah, *Wawancara, Obsevasi, dan Focus Groub Sebagai Instrumen Peggalian Data Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013),63

³¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 104

³² W.Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Grasindo, 2002), 120-121

Tipe wawancara ini memperbolehkan sumber untuk menjawab secara lebih terbuka berkaitan dengan permasalahan penelitian yang ditanyakan oleh peneliti tentang pertanyaan yang mengarah ke jawaban dalam pertanyaan yang dikemukakan. Dalam wawancara ini dilakukan kepada karyawan dan pemilik dari kerajinan kayu yaitu Pak Setiono untuk mengetahui bagaimana kontribusi kreativitas dan inovatif dalam meningkatkan penjualan kerajinan kayu.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi biasanya digunakan untuk melakukan identifikasi kecenderungan didalam suatu hal yang sedang terjadi disuatu bidang dan hasil dari dokumentasi ini kemudian akan dianalisis, dokumentasi juga bisa berupa laporan, kajian atau catatan yang berkaitan dengan penelitian. Teknik dokumentasi adalah teknik dengan metode menghimpun data yang berasal dari karya maupun penelitian yang bisa berwujud *hard file* maupun *soft file*.³³ Dokumentasi yang ada dalam penelitian ini didapatkan foto produk yang dihasilkan, foto pemilik usaha kerajinan kayu, proses pembuatan dan sesuatu yang berhubungan dengan kreativitas juga inovasi produksi pada usaha kerajinan kayu serta surat izin prasurevey.

³³ Asmaul Husna dan Budi Suryaba, *Metode Penelitian Statistik*, (Kementrian Kesehatan RI, 2017), 125

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode penguraian data dan mengurutkan data dengan benar, agar bisa ditentukan fokus dan rumusan hipotesis kerja. Peneliti ini menerapkan metode analisis data bersifat deskriptif kualitatif dengan pola pikir induktif. Pola pikir induktif yaitu dengan penyaluran hasil dari data berdasarkan fakta dan secara valid dari peristiwa yang diteliti menjadi terbuka dan sifatnya universal.³⁴

Berlandaskan penjelasan sebelumnya sehingga peneliti melakukan analisis data dengan cara menggambarkan dan menguraikan data yang diperoleh dengan menggunakan cara berfikir yang induktif berdasarkan informasi tentang analisis kreativitas dan inovasi terhadap upaya meningkatkan penjualan pada usaha kerajinan kayu. Berikut beberapa langkah yang diperlukan dalam analisa data:

1. Pengumpulan data

Proses penghimpunan data dari hasil yang ada di lapangan melalui penerapan beberapa teknik dan cara seperti survey, wawancara, ataupun dokumentasi ditempat usaha pembuatan kerajinan kayu.

2. Pengolahan Data

Ketika seluruh data yang ada dikumpulkan, kemudian data tersebut di olah agar mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan.

³⁴ Surahman, Mochamad Rachmad dan Sudiby Supardi, *Metodologi Penelitian*, (Kementrian Kesehatan RI, 2016), 185

3. Penyajian Data

Selanjutnya dari informasi yang di dapatkan disajikan data tersebut, kemudian dilaporkan serta dijelaskan dalam bentuk sebuah tulisan. Bentuk dari hasil penelitian yang disajikan datanya adalah uraian berupa rangkuman yang sebelumnya telah dilakukan wawancara yang didapatkan sebelumnya dalam proses mengumpul serta mengolah data yang berikutnya dikaji dengan membandingkan terhadap teori sebelumnya yang terdapat pada BAB II.

4. Generalisasi dan Kesimpulan

Generalisasi yaitu cara dengan menarik kesimpulan secara umum kepada hasil dari analisis penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Tempat Kerajinan Kayu

Tempat kerajinan kayu yang didirikan oleh Pak Setiono atau biasa di panggil dengan Pak No di mulai sejak tahun 2017, asal mula dari berdirinya bisnis ini karna salah satu dari teman dekat Pak No menyukai barang yang iseng-iseng dibuat oleh Pak No untuk anaknya, kemudian teman Pak No menyarankan untuk membuka bisnis ini, karna pada tahun 2008 Pak No pernah bekerja dengan saudaranya yang berada di Palembang untuk mengerjakan kerajinan kayu. barang tersebut memiliki daya tarik sendiri, selain itu pula yang memiliki bisnis kerajinan kayu di daerah yang ia tepati hanya sedikit. kerajinan kayu ini berada di desa sumberrejo kecamatan Batanghari, untuk melakukan pemasaran di desa ini cukup sulit, karna tidak banyak peminat. Pak No mulai menjualnya secara *online* untuk mencari peminat dari produk yang ia tawarkan. Dari teman ke teman, via *Whatsapp*. dan *Facebook*.

Bisnis ini mulanya di lakukan oleh pak setiono yang sering di panggil dengan Pak No hanya sebatas hobi, dan bosan dengan aktivitasnya yang dirasa monoton untuk mengisi waktu luang di sela-sela pekerjaannya sebagai pembuatan mebel kusen dan pintu. karna tak terlalu banyak pesanan Pak No hanya menjadikan bisnis ini sebagai sambilan, jenis produk yang di jual saat itu hanya sebatas mainan yang terbuat dari kayu dan juga miniatur mobil dan motor, dan papan nama custom yang terlihat simple dengan memberikan harga

Rp.10.000,00 s/d Rp.27.000,00 saja namun karna penjualan yang tidak meningkat Pak No mengevaluasi produk yang ia buat.

Pada bulan November tahun 2018 Pak No mengikuti pelatihan tentang inovasi dalam wirausahawan, karna Pak No merasa produk nya belum cukup laku di pasaran ia mengikuti pelatihan agar produk nya dapat berkembang dan menambah pengetahuan. setelah mengikuti pelatihan inovasi berwirausaha Pak No mengevaluasi produk nya ternyata kurang bervariasi sehingga konsumen tidak banyak pilihan dan produk kurang mengikuti perkembangan zaman. Pak No memutuskan untuk mencari referensi produk serupa melalui internet yaitu pada situs *pinterest* mengenai kerajinan kayu lalu di kombinasikan dengan ide yang Pak No punya lalu di tuangkan ke dalam produknya dan Pak No mulai membuat produk nampan, jam dinding, kapal layar, kotak cincin , kotak obat , maja bonsai ,pesanan custom pegangan pencukur rambut , motor pespa dan hiasan dinding ukiran kayu dengan tulisan yang dapat di pesan sesuai dengan keinginan konsumen,atau pesanan kustom untuk hadiah acara wisuda berupa, ucapan beserta foto yang terukir di kayu. Pak No memiliki karyawan yaitu Pak Eko yang tinggal tidak jauh dari rumah Pak No. kreativitas, inovasi dan ketelatenan yang perlu di terapkan dalam pembuatan produk yang dikerjakan oleh Pak No dan Pak Eko.

Penghasilan tempat kerajinan kayu yang berada di sumberrejo kecamatan Batanghari ini sebelum mengikuti pelatihan dan tidak mengembangkan kreativitas dan penjualan hanya secara langsung (*door to door*) da via *Whatsapp* laba kotor sebesar Rp.700,000,00 s/d Rp.1400,000 untuk pembuatan

mebel kusen dan penghasilan setelah mengikuti pameran, pelatihan, dan mengembangkan kreativitas dan inovasi dari yang di aplikasikan ke dalam beberapa produk baru *furniture* hiasan dinding, rak sepatu, rak hias, lemari hias, meja dan kursi, dan kerajinan kayu seperti nampan, koyak obat, miniatur, kotak saran, kotak cincin, pesan custom pegangan alat cukur rambut, produk kerajinan kayu di buat dari pemanfaatan kayu sisa dari pembuatan kusen, kursi, lemari hias dan pintu. dari pembuatan mebel, *furniture* dan kerajinan kayu Pak No memperoleh laba kotor dalam satu bulan mencapai Rp.15.000.000,00 s/d Rp.20.000.000,00 dengan laba bersih mencapai Rp.5.000.000,00 s/d Rp.8.000.000,00 sudah termasuk gaji karyawan³⁵.

B. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi yang baru untuk mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Peran kreativitas dalam bisnis merupakan hal yang penting bagi kelangsungan berjalannya usaha termasuk dalam meningkatkan nilai ekonomi seperti pendapatan.³⁶

Berdasarkan wawancara kepada pengrajin kayu yang berada di desa sumberrejo kecamatan batanghari, dalam usaha ekonomi kreatif sangat di perlukan pengembangan kreativitas terhadap produk karna banyaknya berbagai

³⁵ Wawancara dengan Pak No, selaku pemilik kerajinan kayu desa sumberrejo kecamatan Batanghari pada hari sabtu, 01 september 2021 pukul 14,30 WIB

³⁶Hadiyati, E. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan(2011)., 10- 11.

macam produk, banyak nya produk yang mulai di kembangkan dan diciptakan oleh pengusaha-pengusaha lain untuk memenuhi kepuasan konsumen, menjadikan Pak No sebagai pengrajin kayu mencoba untuk berinovasi terhadap produk yang ia buat. proses kreatif dan inovatif dilakukan melalui kegiatan penelitian entah itu dari sosial media, pasar, dan pengembangan untuk meraih pangsa pasar. Baik ide, pemikiran, maupun tindakan kreatif tidak lain adalah untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. hal tersebut menuntut para pengusaha seperti Pak No untuk terus mencari ide dan referensi desain produk, Pak No tidak hanya menjual produk dengan ide nya sendiri namun terkadang ia juga menerima pesanan sesuai dengan yang konsumen inginkan namun dengan kapasitas kemampuan yang ia miliki. menurut Pak No pesanan kustom dari konsumen menjadi pembelajaran baru dan tantangan untuk pengrajin, permintaan custom dari konsumen biasanya di kombinasikan dengan ide yang Pak No miliki namun dengan meminta persetujuan dengan konsumen. alasan Pak No selalu mengkombinasikan permintaan custom konsumen dengan idenya sendiri adalah karna Pak No tidak ingin produk nya sama dengan yang ada di internet atau sama dengan yang lain, namun dengan tetap mengutamakan kualitas produk. kreativitas dalam mengerjakan sebuah produk tidak hanya ia terapkan pada pembuatan produk kerajinan kayu dan juga *furniture*.

Menurut suryana potensial, ekonomi kreatif berperan menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh hal-hal berikut :

1. Ekonomi kreatif mendorong terciptanya lapangan kerja, adanya pendapatan, dan penerimaan ekspor. selain itu ekonomi kreatif pula dapat mengembangkan aspek-aspek sosial (*sosial inclusion*), ragam budaya dan pengembangan sumber daya manusia. Kerajinan kayu Indonesia yang merupakan daerah tropis menghasilkan berbagai kayu yang akhirnya bisa dimanfaatkan warga dalam berkreasi khususnya kerajinan kayu. dari bentuk-bentuk seni tradisi yang merupakan kekayaan budaya sebagai landasannya.

Dampak yang diberikan dari ekonomi kreatif bagi perekonomian daerah salah satunya adalah terciptanya lapangan pekerjaan, berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha bahwa kerajinan kayu yang ia jalani, awalnya Pak No hanya mengerjakan pembuatan produk ini sendiri, s/d ada nya beberapa pesanan yang di inginkan konsumen agar cepat jadi, Pak No memutuskan untuk mencari pegawai yaitu Pak Eko yang merupakan tetangganya sendiri. hal ini pula memberikan dampak yang cukup positif bagi dirinya dan juga bagi karyawannya. selain menambah penghasilan pemilik usaha ini pula memberikan peluang pekerjaan yang baru dan inovatif berfungsi sebagai pengembangan sumber daya manusia, karna yang dilakukan dalam mengerjakan produk ini di perlukannya pengembangan kreativitas dan inovasi. tidak hanya saat mengerjakan, namun sebelum pengerjaan produk di mulai, pemikiran kreatif sudah di perlukan untuk perencanaan pembuatan.

Dari wawancara yang dilakukan kepada pegawai Pak No yaitu Pak Eko, ia telah bekerja di kerajinan Pak No di tahun 2019, namun Pak Eko memiliki pengalaman bekerja di bidang kayu dalam pembuatan *furniture*, namun tempat ia bekerja mengalami pengurangan pegawai setelah beberapa bulan bekerja sebagai serabutan Pak Eko ini ditawarkan pekerjaan Pak No untuk memenuhi pesanan miniatur yang terbuat dari kayu, namun ada beberapa proses pembuatan kayu yang berbeda dengan proses pembuatan yang pernah Pak Eko kerjakan, dari situ Pak No mengajari Pak Eko dari mulai mengerjakan hal mudah hingga pengerjaan pengukiran. Dalam pengerjaan proses produk memberikan ilmu dan berlatih untuk pemikiran yang lebih kreatif dalam pengerjaan produk kerajinan kayu. dalam hal ini menurut dan Pak Eko dalam pengerjaan pembuatan kerajinan kayu secara tidak langsung memberikan pelatihan kreatifitas berfikir dan berinovasi, dari mulai mencari ide pembuatan, permintaan pesanan custom dimana hal ini membuat Pak No dan pegawainya menjadikan hal ini tantangan sekaligus wadah untuk berinovasi.

2. Ekonomi kreatif juga memupuk aspek-aspek sosial dan budaya yang berhubungan dengan teknologi, kekayaan intelektual dan tujuan –tujuan wisata. era ekonomi kreatif di tandai dengan adanya keterlibatan kreativitas dalam menjalankan perekonomian, ekonomi kreatif membuat nilai jual dari sebuah ide kreatif menjadi nilai jual yang tinggi.

Ilmu Ekonomi kreatif mampu mendorong pengusaha-pengusaha kecil agar lebih maju, seperti kerajinan milik Pak No, produk yang ia buat tidak

hanya memiliki aspek keindahan alam saja, namun juga keindahan budaya. dari kayu yang biasanya hanya di pakai untuk bahan bangunan, kayu bakar, saat di kelola dengan kreatifitas kayu mampu memiliki nilai lebih, dan nilai jual yang lebih tinggi .

3. Di dalam jantung ekonomi kreatif terdapat industry-industri kreatif (*at the heart of the creative economy are the creative industry*)³⁷. Sector ekonomi membantu para umkm untuk dapat mengembangkan hal-hal yang bisa di lakukan menjadi sebuah usaha, dengan adanya ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan perekonomian para pengusaha lebih terbantu untuk mengembangkan idenya, termasuk dalam usaha kerajinan kayu.

Ruang lingkup *industry* inventif melingkupi 16 sub sector (*industry*) serta salah satunya yakni craft (kerajinan), sector kerajinan yaitu model *industry* inventif yang melingkupi penemuan, pembuatan juga penyaluran dari sesuatu produk kerajinan yang dikeluarkan, sector kerajinan ini terbuat oleh energi pengrajin mulai dari design s/d sistem hasil pengurusannya, sector kerajinan menggunakan serat alam serta kayu serta kelaknya bakal terbuat jadi seni kerajinan yang mempunyai ponten jual yang bernilai..

Kehadiran ikhtiar kerajinan kayu ini jadi salah satu buat mengalirkan kesuburan pada pengrajin, dengan terdapatnya ikhtiar ini jadi sumber perolehan penting buat pemilik serta pekerjanya. pemasukan yang di dapat oleh Pak Eko serta sebagai pekerja merasa uang pendapatan yang di dapat dari menciptakan kerajinan kayu ini mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari.

³⁷ Suryana, ekonomi kreatif, Ekonomi Baru : mengubah ide dan menciptakan peluang, 36-37.

Penghasilan tempat kerajinan kayu yang berada di sumberrejo kecamatan Batanghari ini sebelum mengikuti pelatihan dan sebelum memiliki karyawan dengan penjualan hanya melalui *online* dan orang sekitar laba kotor sebesar Rp.700,000,00 s/d Rp.1.450,000, dan penghasilan setelah mengikuti pameran, pelatihan, dan mengembangkan kreativitas dan inovasi yang di aplikasikan ke dalam beberapa produk laba kotor yang di peroleh Rp.15.000.000.00 s/d Rp.20.000.000,00 dengan laba bersih mencapai Rp.5.000.000,00 s/d Rp.8.000.000,00 sudah termasuk gaji karyawan, namun penghasilan yang di peroleh naik secara bertahap dengan bertambahnya produk baru yang di buat.

Kemudian untuk mendukung usaha kerajinan kayu milik Pak No, melakukan kreativitas dan juga inovasi dalam pembuatan productnya, untuk meningkatkan penjualan di butuhkan inovasi produk dan juga pemasaran . .

1. Produksi

Pada mulanya produk yang dibuat oleh Pak No hanyalah mainan mobil-mobilan, dan mainan anak-anak yang terbuat dari kayu lalu setelah mengikuti workshop perlahan-lahan Pak No mulai menambah produk nya seperti, Miniature mobil, motor, kapal dan *furniture* rumah, meja nampan , tata,an dinding , jam dinding , kotak obat, meja bonsai,kotak cincin, dan pesanan sesuai dengan keinginan konsumen.

Pembuatan produk dilakukan secara bertahap, proses pembuatan memerlukan waktu yang tidak sebentar dan tergantung pada jumlah dari pesanan dan tingkat kesulitannya yang diterima, proses pembuatan ini di kerjakan oleh Pak Eko, dan pemilik dari usaha yaitu Pak No. kreativitas

dan inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan, dari wawancara yang saya lakukan Pak No menuturkan bahwa “beberapa permintaan produk terkadang memerlukan kreativitas lebih, karena konsumen memiliki keinginannya sendiri untuk produk yang ia pesan, biasanya konsumen hanya memberikan apa-apa saja yang ia inginkan lalu kami para pengrajin kayu mencari ide baiknya bagaimana “³⁸.Pak No menggunakan kayu jati dan kayu pinus sebagai bahan dasar kerajinan kayu untuk membuat beberapa produk, alasan Pak No menggunakan kayu pinus dan kayu jati karena memiliki corak dan ketahanan kayu yang bagus untuk di jadikan sebuah barang yang bernilai. Pak No mengisi waktu luangnya dengan mencari inspirasi untuk produk selanjutnya yang akan di buat, setelah mencari ide, Pak No melakukan inovasi terhadap produk tersebut dengan mengkombinasikan antara referensi ide yang di peroleh dengan kreativitas berfikir yang kemudian di tuangkan kedalam sebuah produk. Kreativitas dalam hal mengerjakan produk ini juga diperlukan perhitungan dalam pemotongan bahan dasar yaitu kayu dan ukiran skema sebelum memotong bagian-bagian kayu, namun dalam pembuatan kerajinan kayu tidak selalu menggunakan kayu yang utuh, kebanyakan Pak No memanfaatkan sisa kayu potongan dari ia membuat mebel, dan *furniture*.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Alasan Pak No menjadikan kayu sebagai bahan dasar produk adalah sebagai pemanfaatan bahan baku yang masih mudah di cari , selain tetap memberikan kultur Indonesia pemilihan

³⁸ Wawancara dengan Pak No, selaku pemilik kerajinan kayu desa sumberrejo kecamatan Batanghari pada hari kamis, 20 desember 2021 pukul 13 ,00 WIB

bahan kayu pula memiliki kesan indah, tahan lama, bernuansa alami dengan harga bahan baku yang mudah di cari, memiliki kesan estetik jika dibandingkan dengan produk yang terbuat dari bahan lainnya.

Dalam mengerjakan produk-produk yang terbuat dari kayu di butuhkan varian-varian baru karna produk ini bersifat bukan kebutuhan pokok atau bukan kebutuhan sehari-hari. jadi para pengusaha di tuntut untuk tidak monoton dalam pembuatan produknya. namun sebelum menerapkan kreativitas dan inovasi pak no hanya membuat produk yang sudah ada di internet dan tidak melakukan pembaruan secara terus menerus, produk-produk Pak No melakukan inovasi produk dalam jangka waktu 1 sampai 2 kali dalam 6 bulan , namun setelah pak menerapkan kreativitas dan inovasi ke dalam produknya , pak no melakukan inovasi produk dengan membuat barang yang menarik dengan ide gagasannya sendiri atau mencari referensi dari internet dan mengkombinasikan dengan idenya . Pak No membuat produk baru di sela-sela kesibukannya dalam membuat mebel dan *furniture* yang terkesan monoton dan membuat Pak No ingin membuat sesuatu yang unik dan menarik dan terjadilah inovasi produk untuk gambaran produk baru guna dipasarkan dan di promosikan ke pada konsumen, oleh karna hal itu pendapatan yang di peroleh oleh Pak No dapat meningkat.

Inovasi produk yang di lakukan oleh kerajinan kayu ini adalah

1. Penemuan , kreativitas dan proses baru yang belum ada ,sebagian kerajinan kayu yang di buat oleh pak setiono hasil dari pemikirannya sendiri seperti tataan hiasan dinding yang di buat dari kayu sisa-sisa

pembuatan mebel, kayu sisa yang tidak bernilai di ubah menjadi sebuah produk yang memiliki nilai lebih .

2. Duplikasi , meniru sebuah produk , pada proses ini tidak hanya sekedar menjiplak keseluruhan produk namun merubah sedikit bentuk dan varian dengan memberikan sedikit sentuhan untuk memperbaiki barang yang sudah ada menjadi lebih kreatif dan menciptakan hal yang unik sehingga siap untuk bersaing . dengan hal ini kerajinan kayu pak setiono membuat produk dengan mencari referensi dari internet seperti jam dinding , dan nampan namun di beri sentuhan dengan ide yang pak setiono miliki seperti nampan yang biasa di beri ukiran daun yang sedikit besar namun tetap terbuat dari kayu dan tidak merubah kenyamanan dalam penggunaan , dan jam dinding yagn di beri sentuhan bentuk seperti bulan sabit yang akan mempercantik bentuknya ketika ditempelkan pada dinding . sebuah produk yang biasa namun di berikan sentuhan kreativitas akan memberikan nilai tambah dan kenaikan harga.

Kegiatan produksi yang dilakukan oleh kerajinan kayu Pak No tidak dapat dilakukan jika tidak ada bahan yang memungkinkan untuk dilakukannya proses produksi itu sendiri, beberapa bahan di beli dari toko dan kayu sebagai bahan dasarnya di peroleh dari kebun Pak No, dan juga dari sisa kayu yang digunakan untuk pembuatan kusen, pintu, dan *furniture* lainnya. kayu yang diperlukan untuk membuat miniatur adalah kayu yang memiliki batang yang keras dan tidak

mudah patah ketika dapat di bentuk sekecil apapun dan teksturnya menarik sehingga dapat menambah ke estetikan dari garis alami dari kayu itu sendiri. kayu yang cocok untuk membuat kerajinan kayu ini salah satunya yaitu kayu sonokeling, pinus, akasia, mindi dan kayu jati. Terkadang kayu yang dibutuhkan tidak perlu kayu yang masih utuh karna dalam pembuatan kerajinan ini dapat menggunakan potongan kayu sisa.

Tahap dalam pengerjaan *furniture* kayu :

a. Mendapatkan Bahan Utama (Kayu)

Tahap pertama yang perlu dilakukan ialah mendapatkan bahan utama yaitu kayu, untuk mendapatkan kayu yang berkualitas tinggi diperlukan kayu yang sudah berumur tua, jika kayu masih berbentuk log (kayu gelondongan) diperlukan pengelupasan untuk mempercepat pengeringan kayu, setelah itu kayu dibuat dengan bentuk sesuai dengan keinginan

b. Pemotongan Kayu

Agar kayu bisa di proses lebih lanjut. diperlukannya pemotongan sesuai dengan ukuran *furniture* yang akan di buat. Biasanya jika kayu masih berbentuk log di buat lembaran dari wawancara yang dilakukan, Pak No menuturkan bahwa biasanya kayu di potong lembaran dengan tebal 3-15 senti meter, mesin yang biasa digunakan untuk memotong kayu adalah bansaw atau gergaji pita.

c. Pengeringan Kayu

Salah satu tahap yang di perlukan ialah pengeringan kayu, kayu

harus di keringkan karena memiliki sifat yang dapat berubah bentuk seiring dengan berubahnya kadar kandungan air di dalam kayu. pengeringan kayu berguna untuk melindungi kayu dari berbagai macam serangga dan penyakit, dengan adanya proses pengeringan kayu menjadi lebih awet dan kuat. Pengeringan dapat dilakukan dengan cara menjemurnya di bawah terik sinar matahari atau dengan memasukkannya ke dalam oven.

d. Pembentukan Kayu Sesuai Dengan Bentuk *Furniture*

Setelah proses pengeringan kayu, kayu dapat di belah dan di potong sesuai dengan *furniture* atau bentuk produk yang akan dibuat, pada tahap ini pengrajin kayu dapat mengecek tentang kualitas dan kecacatan alami kayu, pengerjaan ini biasanya menggunakan alat seperti mesin gergaji atau *jigsaw*.

e. Penyerutan Kayu

Kayu yang telah di potong sesuai dengan bentuk *furniture* atau produk yang akan dibuat selanjutnya dilakukan penyerutan untuk menghilangkan tekstur kayu yang masih kasar, proses ini akan membuat kayu menjadi lebih halus, kemudian baru dilakukannya pengeboran lobang pada sistem perakitan.

f. Pengamplasan Kayu

Proses selanjutnya adalah pengamplasan kayu untuk mendapatkan tingkat kehalusan yang diinginkan, proses pengamplasan bisa dilakukan sebelum perakitan atau sesudah, sesuai dengan apa yang sedang di buat.

g. Perakitan *Furniture*

Setelah kayu siap, proses selanjutnya adalah perakitan

h. *Finishing*

Sebelum barang siap untuk di kirim, ada proses penyelesaian atau finishing, proses ini merupakan tahap akhir pada proses pembuatan *furniture*. Pada tahap ini pengrajin akan memberikan lapisan pada kayu agar memberikan perlindungan dan terlihat indah. setelah melakukan pemolesan pengrajin melakukan pengecekan barang untuk memastikan apakah barang yang dibuat ada cacat atau tidak. dan jika barang sudah sesuai dengan keinginan dan dipastikan tidak ada yang cacat pada kayu, produk siap untuk di kirim .

Bahan lainnya yang di perlukan dalam pembuatan yaitu lem kayu amplas digunakan untuk membersihkan serat-serat kayu agar rata, dan melamin sebagai tahap akhir pengecatan, agar hasil mengkilap dan garis alami dari kayu masih terlihat.

Sebuah proses yang dilakukan oleh pengrajin kayu perlu ketelatenan dan ketelitian, kreativitas dan inovasi juga selalu dikembangkan untuk terus membangun usaha kerajinan kayu. Namun kreativitas dan inovasi tidak dapat terbentuk begitu saja, untuk membuat sesuatu yang baru pula memerlukan waktu, karna ide bisa datang kapan saja dan dimana saja. Namun kreativitas pula harus di latih, seperti kreatif dalam berfikir dan pengembangan ide .

Proses pembuatan kerajinan kayu biasanya menggunakan alat

seperti mesin planer yang fungsinya untuk menghaluskan kayu, miter saw untuk memotong kayu, jekso yaitu untuk memotong sudut-sudut kayu atau kerangka kayu yang berbelok belok yang sulit untuk di jangkau, dan bor yang berguna untuk membolongi kayu.

2. Pasar dan pemasaran

Pada pemasaran produk yang di ciptakan harus memiliki rencana bisnis untuk mengembangkan sebuah produk agar produknya dapat meningkatkan omset penjualan dan di kenal oleh masyarakat banyak. ada banyak cara mengkreasikan kreativitas, dari penampilan produk, varian produk, packaging, dengan kemasan yang unik, kualitas yang di perbarui secara terus menerus.

Salah satu kesuburan yang lain yakni *advertensi*, *advertensi* mampu digeluti dengan bermacam jenis teknik serupa pembuatan selebaran, *banner*, penghubung sosial, serta dengan membuat promo, penyusutan harga serta tengah banyak lagi. Promo di lakukan semata-mara buat menarik para pelanggan biar menyenangkan produk serta memberitahukan produk ke banyak orang. alhasil apa yang jadi tujuan penting usahawan buat mendapati profit sekalian memberikan kebahagiaan terhadap pelanggan dengan teknik *advertensi* mampu berhasil.

Melalui wawancara kepada konsumen yang bernama Bu Tio, konsumen menuturkan bahwa beliau menyukai produk yang terbuat dari kayu karna memiliki kesan yang alami dan indah, serta barang yang terbuat dari kayu dapat bertahan lama. Bu Tio memesan kerajinan kayu nampan

berukuran sedang corak kayu yang alami yang di kombinasikan dengan ide Pak No menambahkan motif 1 daun yang juga terbuat dari kayu menjadikan produk memiliki kesan yang indah dan estetik. Pak no dalam menuangkan ide nya ke dalam produk yang di pesan Bu Tio dengan meminta persetujuan dari Bu Tio, dan Bu Tio selaku konsumen yang memesan produk menuturkan bahwa ia puas dengan hasil akhir dari nampan yang ia pesan .dalam pembelian suatu produk Bu Tio selalu mempertimbangkan harga beserta kualitas barang, dan Bu Tio merasa bahwa apa yang ia pesan sudah sesuai dengan apa yang ia inginkan dan sudah selaras antara harga dan kualitas barang.³⁹ Menjaga produk sesuai dengan keinginan konsumen dan menjaga kualitas merupakan salah satu bentuk promosi bagi Pak No, karna jika barang yang diterima bdengan pelayanan yang baik pula maka secara tidak langsung sudah terjadinya sebuah promosi, yaitu promosi dari mulut kemulut, karna hal ini pula dapat melekatkan kesan baik untuk usaha dan produknya.

Promosi yang dilakukan oleh pengusaha pembuatan kerajinan kayu ini dengan cara membuat *banner*, dan dengan melakukan penjualan melai media sosial secara terus menerus, seperti *Facebook* dan via *Whatsapp*, promosi perlu di lakukan secara terus menerus agar dapat menarik konsumen, dengan cara mempromosikannya setiap hari, konsumen yang memang sedang membutuhkan atau di kira menarik dan menginginkan barang tersebut akan membeli barang dari apa yang baru saja ia lihat.

³⁹ Wawancara dengan Bu Tio, selaku salah satu konsumen kerajinan kayu desa sumberrejo kecamatan Batanghari pada hari sabtu, 12 februari 2022 pukul 10,00 WIB

Tujuan pasar kerajinan kayu ini ditujukan pada remaja hingga usia tua dengan kelas menengah kebawah hingga menengah ke atas, hampir setiap kalangan namun Pak No terkendala dalam hal melakukan promo. Pak No hanya melakukan promo melalui status *Whatsapp*, dari mulut kemulut, dan *Facebook*, banyak orang yang masih menggunakan aplikasi *Facebook* seperti kalangan ibu-ibu dan bapak-bapak ..

Dari wawancara yang dilakukan, Pak No menuturkan bahwa promosi yang ia lakukan cukup mudah untuk di kelola Pak No, konsumen yang membeli produk nya memang mayoritas tau dari laman *Facebook*, via *Whatsapp* dan secara langsung. Namun produk yang dijual oleh Pak No ini merupakan produk yang bersifat bukan kebutuhan pokok dimana konsumen akan selalu mencari sebagai kebutuhan hidup sehari-hari, kebanyakan konsumen hanya membeli ketika di butuhkan saja. untuk pemesanan dari toko aksesoris terjadi 1 sampai 2 kali dalam setahun, pemesanan dari pembuatan interior rumah dan *furniture* dan *Facebook* lah pesanan yang banyak ia kerjakan,. penjualan mengalami naik turun atau bisa di bilang tidak pasti. biasanya akan ramai bila setelah panen dan menjelang lebaran untuk di jadikan interior sebagai pemanis ruangan, dan mungkin pesanan custom untuk wisuda, hadiah sesuai permintaan, biasanya yang dijadikan sebagai hadiah berupa ucapan dari papan dengan bentuk yang konsumen inginkan dan jam dinding.

C. Analisis Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan

Kreativitas dan inovasi sering dipandang hampir serupa. nya adalah inti dalam kewirausahaan. Pada dasarnya inovasi dalam usaha adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperbaiki kinerja usaha. Sedangkan kretivitas dipandang sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang.

Kemudian untuk mendukung usaha kerajinan kayu milik Pak No, pengusaha melakukan kreativitas dan juga inovasi dalam pembuatan productnya, kreativitas dalam menuaikan ide-ide nya ke dalam sebuah produk dan menciptakan inovasi dalam sproduct yang terbuat dari kayu, seperti miniatur dan *furniture* hiasan dinding yang akhir-akhir ini sedang di cari untuk memberikan nuansa ruangan agar lebih indah dan bervariasi. Tanpa adanya kreativitas dan inovasi usaha kerajinan kayu Pak No tidak akan bertahan lama, hal ini disebabkan karena dalam hal usaha harus selalu memerhatikan kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen yang sering kali berubah-ubah, konsumen tidak selalu mengonsumsi sebuah produk yang sama. konsumen akan selalu mencari produk dari beberapa sumber lain untuk dapat memuaskan kebutuhannya, dan pada zaman yang modern ini para konsumen dapat membeli barang yang diinginkan melalui aplikasi jual beli *online* pada smartphone mereka dan barang dapat langsung di antar sampai rumah. untuk

itulah di butuhnya kreativitas dan inovasi terus menerus dalam menjalankan sebuah usaha.

Kemampuan yang dihasilkan oleh kreativitas merupakan kemampuan dalam keberadaannya dan merupakan pembentukan ide ide baru yang original dan tidak biasa atau unik. Sedangkan inovasi ialah mengimplementasikan kreativitas terhadap sesuatu menjadi satu kombinasi baru yang dapat menghasilkan. Inovasi tidak hanya soal produk baru melainkan perbaikan atau pengembangan dari barang atau jasa yang sudah ada sebelumnya.

Berikut beberapa kreativitas dan inovasi dalam upaya meningkatkan penjualan tempat kerajinan kayu Pak No yaitu :

1. Kualitas

Kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kriteria dan spesifikasi pelanggan, mutu yang dimaksud adalah sebuah produk dengan kemampuan yang dapat dinilai dari suatu merk dalam fungsinya mengenai daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan pemeliharaan dan perbaikannya .

Dalam hal ini kerajinan kayu Pak No selalu mementingkan kualitas terhadap produk yang di buat. karena salah satu promosi yang di lakukan oleh Pak No adalah promosi *door to door*, dimana saat ia membiarkan produk nya tidak memiliki kualitas maka hal ini akan membuat produk terlihat buruk, tidak terciptanya pelanggan, dan berdampak kepada pengembangan promosi. dalam penjualan komentar buruk tentang kualitas akan menyebabkan terhambatnya perkembangan produk, karna dampak

baik dan buruk akan mempengaruhi terhadap kelangsungan dari bisnis tersebut.

Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik dan semakin berkualitas suatu produk yang di tawarkan kepada konsumen maka akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, namun kualitas produk pula harus di seimbangi dengan kualitas pelayanan dari pemilik usaha kerajinan kayu Pak No, karna kualitas produk saja tidak cukup untuk menciptakan kelayaitasan pelanggan. pelayanan yang buruk dan tidak ramah akan membuat konsumen tidak nyaman dan tidak melakukan pembelian ulang, walau produk di rasa sudah berkualitas. Pelayanan buruk akan memberikan dampak citra buruk terhadap usaha kerajinan kayu, oleh karena itu kualitas produk harus di seimbangi dengan kualitas pelayanan .

2. Mengurangi biaya

Kreativitas dalam upaya untuk membantu mengurangi biaya, khususnya dalam biaya bahan dan tenaga kerja, tempat kerajinan kayu Pak No tidak selalu membeli bahan baku yaitu kayu, terkadang Pak No mengambil kayu dari ladangnya namun tergantung dari kebutuhan apa yang akan di buat, bahan utama yang akan dibeli oleh Pak No juga di pilah dari harga dan kualitas demi menjaga kualitas dan mengurangi biaya. dalam pembuatan kerajinan kayu, bahan dasar bukanlah patokan dalam pemberian harga, tetapi ide kreatif, inovatif, dan kesulitan dalam pembuatan sebuah produk .

Pengurangan biaya bahan baku juga dilakukan Pak No dalam membuat produk kerajinan kayu dengan memanfaatkan potongan kayu sisa pembuatan mebel dan *furniture*, namun walau hanya menggunakan sisa potongan kayu, Pak No mengandalkan kemampuannya dalam pengelolaan sisa potongan kayu menjadi suatu produk yang lebih bernilai, walau demikian Pak No tetap mengutamakan kualitas terbaik dalam produk yang di buat. menjaga kualitas produk merupakan sesuatu yang penting untuk menjaga kualitas diri, bisnis dan demi kelanjutan dari usaha yang telah di bangun. Pengurangan biaya pada bahan baku menjadikan produk tidak terlalu mahal dan memberikan keuntungan lebih.

3. Memperluas jaringan produk

Kreativitas yang di tuangkan dalam ide-ide untuk mempromosikan produk kerajinan kayu Pak No, karyawan Pak No juga ikut serta dalam mempromosikan produk, seperti dari grup jual beli yang ada di *Facebook*, menurut Pak No dengan media *Facebook* banyak ibu-ibu dan bapak-bapak yang masih sangat aktif dalam penggunaan media tersebut, setiap produk baru yang di buat, Pak No melakukan pengambilan gambar lalu mempostingnya di halaman *Facebook* dengan menyertakan keterangan. selain menggunakan media *Facebook* Pak No juga menggunakan via *Whatsapp* dan meminta temannya untuk membantu untuk mempromosikan produk tersebut, menjaga kualitas dan mengutamakan kepuasan pelanggan juga merupakan sebagian dari promosi yaitu promosi dari mulut

kemulut. Namun dalam mempromosikan produk Pak No lebih sering melakukannya melalui *Facebook*.

Akan tetapi pemasaran yang dilakukan oleh Pak kurang efektif karena belum memiliki pesanan tetap walaupun pemesanan yang diterima dari promosinya melalui *Facebook* oleh Pak No cukup banyak. Di era yang modern ini terdapat cara jual beli yang dapat mempermudah pemilik usaha seperti Pak untuk menjual produknya secara *online* namun Pak No tidak menggunakan aplikasi jual beli *online* yang berguna untuk menyebarluaskan produknya ke daerah yang lebih luas lagi, dengan menggunakan aplikasi jual beli *online* konsumen dari daerah mana saja dapat membeli produk tersebut, namun Pak No terhalang akan kemampuannya dalam menggunakan aplikasi jual beli, jadi Pak No hanya menggunakan media yang ia pahami seperti *Facebook* dan *Whatsapp*.

Dalam pembuatan kerajinan kayu kreativitas dan inovasi produk sangat diperlukan, desain awal dan proses memerlukan kreativitas dan ketelitian. Kreativitas tidak hanya diperlukan dalam proses pembuatan, namun dibutuhkan pula dalam proses promosi, penjualan, strategi dan pengelolaan dana. Dalam hal ini penjualan produk juga memerlukan kreativitas berfikir dan inovasi untuk menarik minat para konsumen agar dapat dikenali oleh banyak orang, salah satu yang harus dilakukan adalah melakukan promosi dengan hal yang menarik dan kreatif agar dapat menarik perhatian dan keingintahuan lebih dari konsumen tentang produk yang dijual.

Dari wawancara yang di lakukan kepada konsumen mengenai minat konsumen dalam membeli produk tersebut bahwa produk yang di buat oleh Pak No sangat bagus namun konsumen yang membeli barang tersebut tidak terlalubanyak, di karenakan sifat dari barang tersebut bukan merupakan kebutuhan pokok yang harus mengkonsumsi dan membeli beberapa kali dalam waktu yang dekat, barang tersebut hanya di beli 1 s/d 2 kali oleh konsumen hanya sebagai memenuhi keinginan memiliki barang yang cukup menarik untuk di pajang, dan berdasarkan kegunaanya yang dapat di manfaatkan secara jangka waktu yang lama .dengan kata lain produk ini hanya akan di beli oleh konsumen sesekali saja .

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini bahwa kreativitas dan inovasi yang di terapkan ke dalam produk kerajinan kayu dapat meningkatkan penjualan , pak no mencari refferensi dari internet namun produk yang pak no buat selalu di kombinasikan dengan ide yang ia miliki , dan pesanan dari konsumen yang pak no terima pula selalu di kombinasikan dengan ide yang pak no miliki, hal ini bertujuan agar apa yang pak buat tidak memiliki kesamaan dengan produk yang sudah ada di internet atau usaha lain nya . Semakin pengrajin mengaplikasikan kreativitas dan inovasi dengan membuat daftar barang-barang baru dalam usaha nya ini membuat penjualan menjadi meningkat.meskipun dalam peningkatan penjualan tidak signifikan namun produk kerajinan kayu pak no lebih meningkat setelah menerapkan inovasi dan kreativitas dalam pembuatan produknya .

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian yang sudah peneliti lakukan maka peneliti mengungkapkan beberapa saran:

1. Diharapkan kedepannya kerajinan kayu milik pak no dapat meningkatkan inovasi-inovasi produk untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan penjualan dan dapat melakukan inovasi dengan lebih konsisten atau lebih sering melakukan inovasi .

2. Dalam hal persediaan produk, pengrajin harus menyediakan produk lebih, agar pada saat konsumen ingin membeli produk yang tertera pada postingan di sosmed tidak menunggu proses pembuatan yang di kerjakan pada usaha kerajinan kayu desa Sumber Rejo kecamatan batanghari.
3. Kreativitas dan inovasi dalam promosi pula di butuhkan untuk meningkatkan penjualan produk agar lebih di kenal oleh masyarakat luas . dan menambahkan media promosi yang lain .

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penhallindo, 2017.
- Arafah, S. "Dinamika Industry Kerajinan Kayu di Desa Tutul Kecamatan Balung kabupaten Jember Tahun." *Skripsi*. Jember: 2019.
- Asmara, U. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Asuma Books, 2008.
- Assauri, S. *Manajemen Produksi Dan Operasi Edisi Keempat*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993.
- Basrowi. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2016.
- Daniel, M. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara, .2002.
- Radjab, Enny. *Metode Penelitian Bisnis*. makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2007.
- Rusdianan, A. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif*. jakarta: PT. Gramedia Widiasarna Indonesia, 2010.
- Rusdiana, A. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia, 2004.
- Fathoni, A. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Hadiyati. *Pemasaran Untuk UMKM*. Malang: Bayu Media, 2010.
- Hardiansyah, H. *Wawancara, Obsevasi, dan Focus Groub Sebagai Instrumen Peggalian Data Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- S, Herlambang. *Basic Marketing*. Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014.
- G, Hills. "Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities." *Journal Of Small And Medium Entrepreneurship*. 2008.
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- John, k. *Enterpreneurship, Creativity, and Organization, Taxs Cases Andreadings*. New Jesey: Englewood Cliffs Prenticehall, 1989. Keeh, H. T. "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on The Performance of SMEs", *Journal Creativity And Innovation Management*, 2007.

- L.Keller, P. k. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009.
- Larsen, P.A “Howaward Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation“, *Journal Creativity and Innovation Management*, 2007.
- M.Murshid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Niti Susanto, M. *Wirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: Alfabeta, 2009.
- Sopiah, E.M. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Surahman, M. R. *Metedologi Penelitian*. Jakarta: Pusdik SDM Kesehatan, 2016.
- Surahman, M. R. *Metedologi Penelitian*. jakarta: Kementerian Kesehatan RI, 2016.
- Suryana. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta:Salemba Empat, 2003.
- Suryana. *Entrepreneurship and New Venture Formation*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- Suryana, A.H. *Metode Penelitian dan Statistik*. Jakarta: Kementerian Kesehatan, 2017.
- Susanti, T. “Pengaruh kreativitas produksi terhadap kesuksesan usaha UMKM kerupuk di desa sidodadi.” 2018.
- Sutomo. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha, 2012
- Thomas W.Zimmer, d. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- Wiratmo, M. *Pengantar Kewiraswastaan*. Yogyakarta: BPF, 1996.
- Wulandari, S. “Kontribusi Upaya Kreatif Dan Inovatif Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam, Usaha Kue Ridho di Pekan Baru.” *Skripsi*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2013.

LAMPIRAN



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 : B-3090/In.28.1/J/TL.00/10/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Muhammad Ryan Fahlevi (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **GYTA RISKI OKTAVIA**
NPM : 1704040191
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN (TEMPAT PEMBUATAN KERAJINAN
KAYU DESA SUMBERREJO KECAMATAN BATANGHARI)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Oktober 2021
Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005 ✓

OUTLINE

ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kreativitas dan Inovasi
 - 1. Pengertian Kreativitas
 - 2. Pengertian Inovasi
 - 3. Inovasi produk

C. PRODUK

1. Pengertian Produk
2. Klasifikasi produk
3. Kualitas produk

D. Penjualan

1. Pengertian penjualan
2. Tujuan penjualan
3. Pentingnya Kreativitas dan Inovasi terhadap peningkatan penjualan

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

B. Sumber Data

1. Data Primer
2. Data Sekunder

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Wawancara (*interview*)
2. Teknik Dokumentasi

D. Teknik Analisis Data

1. Pengumpulan data
2. Pengolahan Data
3. Penyajian Data
4. Generalisasi dan Kesimpulan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil Tempat Kerajinan Kayu
- B. Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan
- C. Analisis pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap peningkatan penjualan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

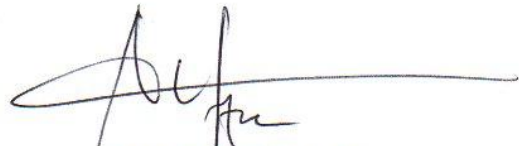
Mengetahui,
Dosen pembimbing



M. Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP: 199208292019031007

Metro, Agustus 2021

Mahasiswa Ybs,



Gyta Riski Oktavia
NPM: 1704040191

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN (Tempat Pembuatan Kerajinan Kayu Desa Sumberrejo Kecamatan Batanghari)

A. Wawancara (*Interview*)

1. Wawancara Dengan Pemilik Usaha Kerajinan Kayu Desa Sumberrejo Kecamatan Batanghari .

- a. Bagaimana latar belakang berdirinya tempat kerajinan kayu milik pak Setiono ?
- b. Bagaimana cara memberi kepuasan kepada konsumen ?
- c. Apakah kreativitas dan inovasi sangat penting dalam pengembangan produk ?
- d. Apakah dengan inovasi dapat meningkatkan penjualan produk ?
- e. Apakah dengan adanya usaha ini dapat membantu dalam meningkatkan perekonomian keluarga dan lingkungan sekitar ?
- f. Apakah anda melakukan promosi penjualan untuk menarik perhatian konsumen ?
- g. Apakah anda perlu memasang sebuah iklan, benner, atau brosur agar masyarakat tahu tentang produk anda ?
- h. Selain melalui pesanan toko apakah menjual secara online ?

2. Wawancara Dengan Karyawan kerajinan kayu

- a. Apakah dengan bekerja menjadi karyawan usaha ini dapat meningkatkan jiwa inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk ?
- b. Apakah dengan adanya usaha ini dapat memberikan pendapatan yang cukup bagi karyawan ?
- c. Bagaimana pemilik usaha memberikan masukan kepada karyawan mengenai produk yang akan di buat ?

3. Wawancara Dengan Konsumen kerajinan kayu

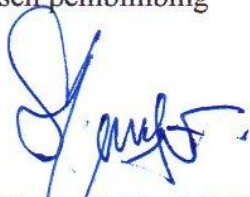
- a. Apa yang menjadi alasan anda tertarik untuk membeli produk yang berasal dari kerajinan kayu ?
- b. Menurut anda apa yang membedakan produk yang terbuat dari kayu dengan produk yang sama namun terbuat dari bahan lainnya , seperti plastik, besi , alumunium ?
- c. Apa varian produk yang terbuat dari kayu sudah cukup kreatif dan menarik untuk konsumen ?
- d. Apakah harga dalam penjualan sudah sesuai kualitas dari produk yang di terima?

B. Dokumentasi

1. Foto kegiatan wawancara dengan karyawan dan pemilik kerajinan kayu .
2. dokumentasi produk dari kerajinan kayu .
3. dokumentasi pembuatan produk .

Mengetahui,

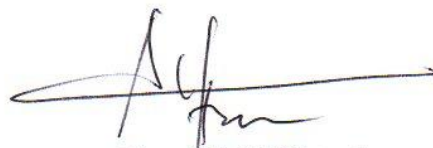
Dosen pembimbing



M. Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP: 199208292019031007

Metro, Agustus 2021

Mahasiswa Ybs,



Gyta Riski Oktavia
NPM: 1704040191



**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 : B-1654/In.28/D.1/TL.00/05/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PEMILIK KERAJINAN KAYU
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1653/In.28/D.1/TL.01/05/2022, tanggal 27 Mei 2022 atas nama saudara:

Nama : **GYTA RISKI OKTAVIA**
NPM : 1704040191
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KERAJINAN KAYU, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN (TEMPAT KERAJINAN KAYU DESA SUMBERREJO KECAMATAN BATANGHARI)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 Mei 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

SURAT TUGAS

Nomor: B-1653/In.28/D.1/TL.01/05/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:


Nama : **GYTA RISKI OKTAVIA**
NPM : 1704040191
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KERAJINAN KAYU, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN (TEMPAT KERAJINAN KAYU DESA SUMBERREJO KECAMATAN BATANGHARI)".
 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 : 27 Mei 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Sutejo

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI



Nama Mahasiswa : Gyta Riski Oktavia

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan

Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : 1704040191

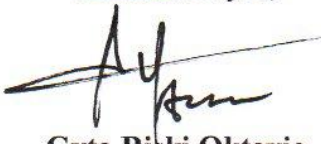
Semester/TA : X/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	25/5/2022	<ul style="list-style-type: none">- Verifikasi Bab <u>I</u> - <u>V</u>- Verifikasi hasil analisis Bab <u>IV</u> - <u>V</u>- Acc di monaqosakan- Lengkapi syarat Administrasi	 

Dosen Pembimbing ,


M. Ryan Fahlevi, M.M.
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,


Gyta Riski Oktavia
NPM. 1704040191



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI



Nama Mahasiswa : Gyta Riski Oktavia

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan

Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : 1704040191

Semester/TA : X/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	23/5/22	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki terkait kesimpulan dan saran Bab <u>V</u>- Kaitkan saran dengan landasan teori yang ada.	 

Dosen Pembimbing,

M. Ryan Fahlevi, M.M.
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,

Gyta Riski Oktavia
NPM. 1704040191



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Gyta Riski Oktavia

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan

Bisnis Islam/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : 1704040191

Semester/TA : X/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	19/5/2022	<ul style="list-style-type: none">- Analisis peneliti setelah analisis yang terjadi di lapangan.- Jelaskan kendala apa saja yang terjadi.- Tambahkan (keterangan) yang terkait korelasi di atas dengan analisis sesuai dengan teori yang ada.	

Dosen Pembimbing ,

M. Ryan Fahlevi, M.M.
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa ybs,

Gyta Riski Oktavia
NPM. 1704040191



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-415/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2022**

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

Nama : Gyta Riski Oktavia
NPM : 1704040191
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

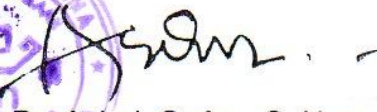
Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704040191

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 Mei 2022
Kepala Perpustakaan




Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : GYTA RISKI OKTAVIA
NPM : 1704040191
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Kreativitas dan Inovasi Produk Dalam Upaya Peningkatan Penjualan (Tempat Kerajinan Kayu Desa Sumberrejo Kecamatan Batanghari)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 8%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 31 Mei 2022
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005

FOTO DOKUMENTASI

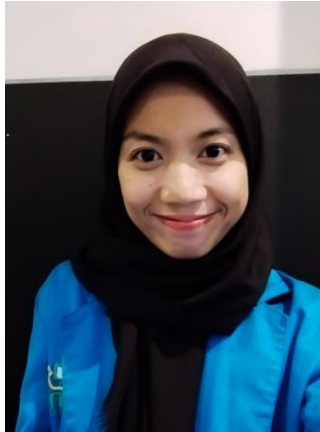








RIWAYAT HIDUP



Gyta Riski Oktavia lahir pada tanggal 12 Oktober 1999 di Banarjoyo, Kecamatan Batanghari ,Kabupaten Lampung Timur . Anak ketiga dari empat bersaudara , anak dari pasangan bapak Gunawan Sidik Purnomo dan Ibu Yetty Listiana.

Dalam jenjang pendidikan SD MII Sumberrejo Kecamatan Batanghari Lulus Pada Tahun 2011, kemudian melanjutkan di SMP PGRI 2 Banarjoyo Kecamatan Batanghari lulus pada tahun 2014, dan melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Batanghari Kabupaten Lampung Timur Lulus pada Tahun 2017, dan kemudian penyusun melanjutkan kuliah di perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Mengambil Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam