

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN PISANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRING MULYO METRO TIMUR**

**Oleh:**

**ZULFANISA DAMAYANTI  
NPM. 1602040055**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

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

**ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN  
PISANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A  
KELURAHAN IRING MULYO METRO TIMUR**

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

Oleh:

**ZULFANISA DAMAYANTI**  
NPM. 1602040055

Pembimbing I : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I  
Pembimbing II : Ani Nurul Imtihanah, S.H.I.,M.S.I

Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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



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

Il. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metroains.ac.id, e-mail: [skripsi@metroains.ac.id](mailto:skripsi@metroains.ac.id)

NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu)  
Perihal : Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosahkan  
Proposal Skripsi Saudari Zulfanisa Damayanti

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

Tempat

*Assalamualaikum. Wr. Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang telah disusun oleh:

Nama : Zulfanisa Damayanti  
NPM : 1602040055  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Proposal : **ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK  
OLAHAN PISANG TERHADAP PENDAPATAN  
PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRINGMULYO  
METRO TIMUR**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munaqosahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Pembimbing I

Rina El-Maza, S.H.I., M.S.I  
NIP. 19840123 200912 2 005

Metro, Januari 2021

Pembimbing II

Ani Nurul Imtihanah, S.H.I., M.S.I  
NIDN. 2019069002

## PERSETUJUAN

Nama : Zulfanisa Damayanti  
NPM : 1602040055  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Proposal : ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK  
OLAHAN PISANG TERHADAP PENDAPATAN  
PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRINGMULYO  
METRO TIMUR

## MENYETUJUI

Untuk di Munaqosahkan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Pembimbing I



Rina El-Muza, S.H.I., M.S.I  
NIP. 19840123 200912 2 005

Metro, Januari 2021

Pembimbing II



Ani Nurul Imtihanah, S.H.I., M.S.I  
NIDN. 2019069002



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. : 0557/m.28.3/D/PP.00.9/02/2021

Skrripsi dengan Judul: ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN PISANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRING MULYO METRO TIMUR, disusun Oleh: ZULFANISA DAMAYANTI, NPM: 1602040055, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/22 Januari 2021.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Penguji I : Liberty, SE, MA

Penguji II : Ani Nurul Imtihanah, S.H.I.,M.S.I

Sekretaris : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Ningsiana Ninsiana, M.Hum**  
NIP. 19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN PISANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRING MULYO METRO TIMUR**

**ZULFANISA DAMAYANTI  
NPM. 1602040055**

Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Akan tetapi, kemampuan ini berbeda antara satu orang dan yang lainnya. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dan lingkungannya dapat juga mempengaruhi kreativitas seseorang. Begitu juga para pedagang olahan pisang di Simpang Kampus 15A Iring Mulyo Metro Timur yang sebagian sudah meningkatkan kreativitas olahan pisang agar produk yang dihasilkan lebih menarik konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan cara berfikir induktif, yaitu dengan cara mengumpulkan data-data secara fakta yang sifatnya khusus kemudian ditarik menjadi fakta-fakta yang sifatnya menjadi umum

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa peran kreativitas yang dilakukan oleh para pedagang yang ada di 15A Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur adalah dengan terus meningkatkan inovasi baru yang diinginkan konsumen agar produknya tidak tertinggal oleh pedagang yang lain. Dari kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh pedagang tentunya dapat meningkatkan minat konsumen dan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh pedagang tersebut. Dalam melakukan kegiatan usahanya pedagang olahan pisang yang ada di Simpang Kampus telah sesuai dengan teori kreativitas.

Kata Kunci: Kreativitas, Produk, dan Pendapatan

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ZULFANISA DAMAYANTI

NPM : 1602040055

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Januari 2021  
Yang Menyatakan,

  
**Zulfanisa Damayanti**  
NPM. 1602040055

## MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى ﴿٣٩﴾

Artinya: *dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, (Q.S. An-Najm: 39)*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagian syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S. E). Maka akan saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Nurul Huda dan Ibu Sarmiati yang memberikan kasih sayang dan dukungan penuh baik dukungan moril berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Kedua adikku M. Aldi Hidayatullah dan Andini Rizki Damayanti yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan do'a dalam penyusunan skripsi ini.
3. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadiran Allah *Subhanahu Wa ta'ala* atas limpahan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang Di 15A Kelurahan Iring Mulyo, Metro Timur*” Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) IAIN Metro.

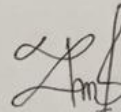
Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mengalami hambatan. Namun, berkat do'a, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Bapak Dharma Setyawan, M.As selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Ibu Rina El Maza, S.H.I, M.S.I selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada peneliti.
5. Ibu Ani Nurul Imtihanah, S.H.I, M.S.I, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada peneliti.

6. Kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama masa perkuliahan.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya. Peneliti berharap hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dan pihak-pihak yang terkait.

Metro, Januari 2021  
Peneliti,



**Zulfanisa Damavanti**  
NPM. 1602040055

## DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Kreativitas .....	12
1. Pengertian Kreativitas .....	12
2. Empat Macam Tipe Kreativitas .....	13
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas .....	16
4. Sumber Gagasan Dan Penemuan Ide Baru.....	17
5. Pemahaman Mengenai Bisnis.....	21
B. Produk .....	22
1. Pengertian Produk .....	22
2. Klasifikasi Produk .....	23
3. Kualitas Produk .....	24

C. Pendapatan .....	25
1. Pengertian Pendapatan.....	25
2. Jenis-jenis Pendapatan.....	26
3. Sumber Pendapatan .....	27
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	31
B. Sumber Data.....	32
C. Teknik Pengumpulan Data.....	33
D. Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur. ....	36
B. Analisis tingkat kreativitas produk olahan pisang terhadap pendapatan pedagang. ....	38
1. Kreativitas Produk Olahan Pisang di 15A Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur.....	38
2. Pendapatan pedagang Produk Olahan Pisang di 15A Iring Mulyo Metro Timur.....	45
3. Analisis Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang di 15A kelurahan Iring Mulyo Metro Timur.....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	61

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
4.1 Batas Wilayah Kelurahan Iringmulyo Tahun 2019 .....	37
4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2019.....	37
4.3 Pendapatan Perhari Pinaboh .....	45
4.4 Pendapatan Perhari J-Bana Pisang Keju.....	46
4.5 Pendapatan Perhari Piscok Lumer .....	46
4.6 Pendapatan Perhari Piscok Meler .....	47
4.7 Pendapatan Perhari Piscok Meler .....	48
4.8 Pendapatan Perhari Gorengan (Pisang Goreng) .....	49
4.9 Pendapatan Perhari Gorengan (Pisang Goreng) .....	49
4.10 Daftar Pendapatan Perhari Pedagang.....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Surat Izin Research
3. Surat Tugas
4. Surat Balasan
5. APD
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Surat Lulus Uji Turnitin
9. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara agraris dimana pembangunan di bidang pertanian menjadi prioritas utama karena Indonesia merupakan salah satu negara yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di bidang pertanian. Besarnya penduduk yang bekerja pada sektor pertanian didukung oleh lahan pertanian yang luas dan subur, dan faktor iklim yang mendukung. Hal ini dibuktikan dengan terdapatnya keanekaragaman sumberdaya alam pertanian yang melimpah di setiap kawasan Indonesia. Adanya keberagaman Sumber daya alam tersebut menjadikan pertumbuhan perekonomian Indonesia sangat bertumpu pada perkembangan sektor pertanian.<sup>1</sup>

Salah satu yang menjadi perhatian pemerintah dalam peningkatan kesejahteraan petani adalah peningkatan pendapatan petani itu sendiri. Tentu hal tersebut tidak mudah apabila petani hanya bergantung pada peningkatan produktivitas hasil tani mereka. Perlu suatu kegiatan yang merangkul para petani dalam usaha menciptakan kegiatan baru yang bukan menjadi kegiatan pokoknya di lahan sawah maupun perkebunan sehingga mampu meningkatkan gairah berpikir para petani. Terlebih pemerintah saat ini tengah membangun konsep ekonomi baru yang mengikuti perkembangan teknologi dan mengedepankan pada ide dan inovasi baru yang disebut ekonomi kreatif.

---

<sup>1</sup> Febrianti, "Analisis Kinerja Agroindustri Keripik Pisang Skala Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kota Metro," *Universitas Lampung*, 2016.



Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Konsep tersebut tidak lain mengacu pada perkembangan budaya dan zaman yang semakin modern, serta meningkatnya daya saing sehingga menuntut setiap pelaku usaha untuk berlomba menciptakan inovasi baru guna meningkatkan daya saing produknya.

Kreativitas dan inovasi memegang peranan yang sangat penting dalam berwirausaha. Berbagai keberhasilan berwirausaha di dunia diawali dengan kreativitasnya dalam menemukan inovasi pengembangan produk, baik barang maupun jasa. Persaingan yang ketat dalam berwirausaha dan menjalankan usaha mendorong untuk memiliki kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut harus dilandasi dengan cara berpikir yang maju, ide-ide yang baru, dan berbeda dari produk yang telah ada sebelumnya. -

*“Demikianlah, Allah menerangkan kepadamu ayat-ayat-Nya, agar kamu berfikir” (QS. Al Baqarah : 219)*

Ayat di atas memberikan penjelasan bahwa sebenarnya Islam pun dalam hal kekreativitasan memberikan kelapangan pada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya (qalbunya) dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup di dalamnya.

Seorang wirausaha yang kreatif dapat menciptakan hal-hal yang baru untuk mengembangkan usahanya. Kreativitas berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai, penciptaan nilai, serta penemuan peluang bisnis.<sup>2</sup>

Lampung merupakan salah satu provinsi penghasil pisang terbanyak di Indonesia dan perekonomiannya bertumpu pada sektor pertanian dan perkebunan. Tiga daerah di Lampung penghasil pisang terbanyak yaitu Lampung Selatan, Lampung Barat dan Pesawaran. Namun produksi pisang di Lampung tahun 2015-2019 mengalami penurunan, tahun 2015 menghasilkan 1.937.348 ton, dan pada tahun 2019 menghasilkan 1.209.545 ton pisang.<sup>3</sup> Pisang adalah salah satu jenis buah-buahan yang banyak tumbuh di Lampung, memiliki nilai ekonomi tinggi dan mempunyai peluang usaha yang menjanjikan.

Buah pisang memiliki kandungan vitamin dan mineral yang bermanfaat bagi kesehatan. Umumnya masyarakat menginginkan pisang yang rasanya manis atau sedikit asam, serta beraroma harum. Di pasaran, pisang dijual dengan berbagi tingkatan mutu, dengan harga yang sangat bervariasi satu sama lain. Bonggol tanaman pisang dan batang muda dapat diolah menjadi sayuran. Bunga pisang dapat digunakan untuk sayur, manisan, acar, maupun lalapan. Daun pisang biasanya digunakan untuk membungkus makanan, yang dapat memberikan rasa harum pada makanan yang dibungkus dalam keadaan panas.

---

<sup>2</sup> Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, 95.

<sup>3</sup> "https://www.pertanian.go.id," 10 Agustus 2020.

Pengembangan kreativitas dapat meningkatkan pendapatan usaha. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima pengrajin dari aktivitas penjualan produk kepada pelanggan. Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat sehingga besar kecilnya pendapatan ekonomi mencerminkan kemajuan ekonomi.

Banyak pedagang yang mengembangkan usahanya dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk membuat produknya menjadi lebih menarik dan banyak diminati oleh konsumen. Semakin pedagang tersebut meningkatkan kreativitas dan inovasinya untuk membuat produknya lebih menarik, maka konsumen juga akan lebih mempertimbangkan dan membandingkan produknya dengan tempat lain sehingga akan meningkatkan pendapatan bagi pedagang tersebut.

Perbedaan harga sebelum diolah satu sisir pisang janten Rp.5.000 - 7.000,- namun setelah diolah menjadi produk makanan yang kreatif dijual dengan harga Rp.2.000 – Rp.5.000,- per biji. Satu sisir pisang biasanya berisi 12-20 biji.<sup>4</sup>

Perbandingan harga yang sangat jauh antara pisang yang dikonsumsi segar dengan pisang yang telah diolah menjadi produk makanan. Maka kreativitas sangat penting untuk meningkatkan pendapatan pedagang. Contoh pisang yang dinikmati dalam bentuk hasil olahan kreatif lain seperti keripik pisang, sale pisang, tepung pisang, serta semakin bertambahnya kreativitas

---

<sup>4</sup> Anita Pemilik Usaha Usaha Pisang Krispi dan Sate Pisang, Wawancara.

produksi olahan pisang saat ini, seperti pisang nugget, pisang lumer, piscok lumer, sale, keripik pisang rasa-rasa.

Di kota Metro terdapat 54 pedagang olahan pisang yang kreatif, dan di 15A terdapat 10 pedagang olahan pisang yang kreatif, namun peneliti memfokuskan penelitian di daerah simpang kampus 15A Metro Timur. Di daerah simpang kampus terdapat enam pedagang yang mengembangkan produk olahan pisang, salah satunya Anita pedagang pisang krispi dan sate pisang yang diberi nama Pinaboh. Usaha ini didirikan tahun 2016, oleh Anita. Pisang yang digunakan untuk membuat pisang crispy dan sate pisang yaitu pisang janten, karena pisang janten apabila digoreng rasanya manis. Pisang krispi dijual Rp.15.000-Rp.20.000,- untuk varian rasa yang beraneka ragam. Dan Sate Pisang dijual Rp.5.000 per tusuknya, dengan pilihan rasa yang beraneka ragam. Pisang krispi dan sate pisang untuk semua kalangan, dan sangat banyak peminatnya.<sup>5</sup>

Selanjutnya Fatma pedagang Pisang Coklat Lumer (piscok lumer) bermula dari keinginan untuk berwirausaha, dengan modal awal untuk membeli etalase dan perlengkapannya senilai Rp4.000.000,- Piscok lumer ini sangat banyak peminatnya, selain itu harganya juga murah, Rp.5.000,- tiga biji. Dengan dibuat berbagai macam kreativitas maka nilai jual pisang pun lebih tinggi.<sup>6</sup> Waktu berjualan juga mempengaruhi ramai atau tidaknya konsumen, konsumen lebih suka membeli pada sore hari hingga malam hari, cuaca salah satu yang menjadi alasannya.

---

<sup>5</sup> Anita Pemilik Usaha Usaha Pisang Krispi dan Sate Pisang.

<sup>6</sup> Fatma Pemilik Usaha Piscok Lumer, Wawancara.

Apabila Pisang dijual untuk dikonsumsi secara langsung tanpa diolah harganya murah, namun setelah diolah menjadi produk olahan yang kreatif dari berbagai macam bentuk, rasa dan varian maka harga nilai jual pisang tersebut akan lebih tinggi dan meningkatkan pendapatan pedagang. Maka dari itu kreativitas sangat diperlukan untuk meningkatkan pendapatan para pedagang olahan pisang.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti ingin melakukan penelitian mengenai **“Bagaimana Tingkat Kreativitas Pemilik Usaha Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang Di Simpang Kampus 15A Iring Mulyo Metro Timur”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka timbul pertanyaan penelitian ini yaitu: “Bagaimana Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang Di Simpang Kampus 15A Iring Mulyo Metro Timur?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Mengetahui Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang di Simpang Kampus 15A Iring Mulyo Metro Timur.

### **2. Manfaat Penelitian**

a. Manfaat secara teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan juga untuk memperluas wawasan pemikiran di bidang bisnis dan perdagangan.
- 2) Memberikan informasi bagi peneliti atau mahasiswa tentang penerapan teori yang sudah ada kemudian diterapkan kembali di lapangan sehingga peneliti mendapatkan pengalaman baru di bidang pemasaran.

b. Manfaat secara praktis

- 1) Sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi pengelola usaha makanan untuk menetapkan kebijakan yang tepat dibidang pemasaran di tengah-tengah persaingan bisnis makanan yang semakin berkembang pesat.
- 2) Pihak pemilik usaha diharapkan dapat mengambil langkah yang tepat untuk dapat mendesain produk olahan sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang ada.
- 3) Bagi konsumen, dari hasil penelitian ini, diharapkan jadi bahan pertimbangan, masukan atau saran terhadap konsumen.

#### **D. Penelitian Relevan**

Hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pikir mengenai penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian dan faktor-faktor penting lainnya, sebagai kajian yang

dapat mengembangkan wawasan berpikir peneliti. Beberapa peneliti yang dikaji yaitu:

1. Umi Rohmah, dengan judul “*Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Anyaman Bambu Di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu)*” penelitian skripsi ini mengarah pada peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin di industri anyaman bambu desa tulungagung dan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pada perspektif ekonomi Islam di desa tulungagung kecamatan gading rejo kabupaten pringsewu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin pada industry anyaman bambu di desa tulungagung, dan untuk mengetahui peran ekonomi kreatif dalam pendapatan pengrajin dari perspektif Islam<sup>7</sup>. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini. Persamaan penelitian ini berfokus tentang pendapatan suatu usaha. Namun terdapat perbedaan antara penelitian Umi Rohmah dengan Penelitian ini yaitu penelitian Umi Rohmah bertujuan untuk mengetahui peran dari ekonomi kreatif, pengrajin industry sedangkan penelitian ini berfokus pada tingkat kreativitas produk olahan, lokasi, dan narasumber yang berbeda.
2. Ilma Fityatun Nahdliyah, dengan judul “*Pengembangan Kreativitas Ekonomi Masyarakat melalui Potensi Lokal study home industry Dwi*

---

<sup>7</sup> Rohmah, “Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Study pada Industri Anyaman Bambu di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.”

*Martuti*". Hasil dari penelitian penulis menemukan bahwa proses pengembangan kreativitas ekonomi yang dilakukan oleh Dwi Martuti dalam mengembangkan *home industry*, dengan memanfaatkan potensi lokal Dusun Salak Malang berupa sumber daya alam dan sumber daya manusia. Dari gabungan keduanya penulis temukan yang paling menonjol yaitu (1) pengembangan potensi diri (2) Memanfaatkan kondisi dan peluang.<sup>8</sup> Persamaan penelitian membahas tentang kreativitas suatu produk, dan pengembangan potensi diri, perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu penelitian Ilma Fiyatun membahas tentang potensi lokal dan home industry, sedangkan penelitian ini ingin melihat pendapatan pedagang, selanjutnya metode penelitian, studi kasusnya pun berbeda.

3. Leli Farida, dengan judul "*Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribhawono Kabupaten Lampung Timur*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang digunakan dalam mengembangkan produk pangan lokal agar terciptanya keanekaragaman pangan, meningkatkan meningkatkan daya saing produk lokal dengan produk modern, meningkatkan industri kreatif berbasis pangan lokal, hasil dari penelitian ini adalah strategi pengembangan produk pangan lokal dan strategi industri kreatif di Kecamatan Bandar

---

<sup>8</sup> Nahdliyah, "Pengembangan Kreativitas Ekonomi Masyarakat melalui Potensi Lokal study home insustry Dwi Martuti. "



Sribhawono mengalami kendala dalam proses pengembangan.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan, persamaannya yaitu membahas pengembangan produk modern, dan perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu penelitian Leli Farida membahas tentang strategi pengembangan, dan industri kreatif perspektif ekonomi Islam, sedangkan penelitian ini ingin membahas tentang tingkat kreativitas produk olahan pisang, selain itu pada teori dan lokasi penelitian juga berbeda.

Sementara itu penelitian yang peneliti bahas yaitu tentang “Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang Di 15A Kelurahan Iringmulyo Metro Timur”. Dimana dalam penelitian ini peneliti ingin membahas tentang bagaimana tingkat kreativitas olahan terhadap pendapatan pedagang. penelitian ini memiliki perbedaan dari tiga penelitian sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Akan tetapi, dalam penelitian ini yang dikaji oleh peneliti lebih ditekankan pada tingkat kreativitas olahan pisang terhadap pendapatan pedagang di 15A Kelurahan Iringmulyo Metro Timur.

---

<sup>9</sup> Farida, “Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribhawono Kabupaten Lampung Timur.”

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kreativitas**

Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Akan tetapi, kemampuan ini berbeda antara satu orang dan orang lainnya. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya dapat juga mempengaruhi kreativitas seseorang. Karena kreativitas merupakan cara pandang yang sering dilakukan secara tidak logis proses ini melibatkan hubungan antar banyak hal yang kadang-kadang tidak terpikirkan oleh orang lain.

##### **1. Pengertian Kreativitas**

Secara sederhana yang dimaksud kreativitas adalah menghadirkan gagasan baru. Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kreativitas merupakan sumber yang penting dari kekuatan persaingan karena adanya perubahan lingkungan.<sup>1</sup> Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melibatkan masalah dan peluang.

Kreativitas tidak hanya hal-hal baru saja, tetapi merupakan gabungan atau kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya yaitu berdasarkan informasi, data atau pengalaman yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya. Semakin banyak pengalaman dan

---

<sup>1</sup> Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, 94.

pengetahuan yang dimiliki maka semakin besar kemungkinan seseorang memanfaatkan pengalaman dan pengetahuan tersebut untuk lebih kreatif.<sup>2</sup>

Dalam mengelola usaha, keberhasilan seorang wirausaha terletak pada sikap dan kemampuan berusaha, serta memiliki semangat kerja yang tinggi. Adapun semangat atau etos kerja yang tinggi seorang wirausaha terletak pada kreativitas dan rasa percaya kepada diri sendiri untuk maju dalam berwirausaha. Seorang wirausaha yang kreatif dapat menciptakan hal-hal yang baru untuk mengembangkan usahanya.

Pemikiran kreatif berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai, penciptaan nilai serta penemuan peluang bisnis. Indikator Kreativitas: Keaslian dan kebaruan Produk, Transformasi Produk, dan Kelayakan Produk yang berupa aspek kualitas dan daya tarik<sup>3</sup>

## **2. Empat Macam Tipe Kreativitas**

Ada 4 macam tipe kreativitas:

### **a. Inovasi**

Pengertian kreativitas, diawali dengan konsep inovasi. Kreativitas inovatif mengakibatkan timbulnya sesuatu hal yang baru: misalnya berupa ide baru. Inovasi sangat penting dalam sebuah usaha, tanpa adanya inovasi perusahaan tidak dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak dapat selamanya mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang

---

<sup>2</sup> “Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Bahan Bekas,” 12.

<sup>3</sup> Widiya Dewi Anjaningrum Agus Purnomo, “Kreativitas dan Inovasi Produk Industri Kreatif,” *Jurnal Cashtech*, 2018, 4.

dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.<sup>4</sup>

Inovasi merupakan pengembangan dan pengenalan produk baru atau yang sudah ada dipasaran, inovasi ini dapat berupa perubahan bentuk dan rasa.

b. Sintesis

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* sintesis adalah paduan (campuran) berbagai hal sehingga merupakan kesatuan yang selaras.<sup>5</sup> Sintetis mencakup kemampuan untuk menyerap dan memanfaatkan ide-ide dari aneka macam sumber yang berbeda-beda. Seseorang yang menerapkan sintesis (synthesizer) dapat mengkombinasi data atau konsep-konsep yang seakan-akan tidak ada kaitan antara satu sama lainnya, demikian rupa, hingga menjadi sebuah ide atau produk yang bernilai (dan sudah tentu bermanfaat)<sup>6</sup>

Sintesis merupakan penggabungan ide dan sumber yang berbeda sehingga bercampur menjadi suatu produk yang bernilai.

---

<sup>4</sup> Hadiyati, "Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil," 4.

<sup>5</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id>, November 2020.

<sup>6</sup> Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2005, 235.

c. Ekstensi

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ekstensi adalah pengembangan dari yang sudah ada ada sebelumnya.<sup>7</sup> Ekstensi yang merupakan tipe ketiga kreativitas dalam analisis sangat erat kaitannya dengan inovasi dan sintesis. Ekstensi terjadi apabila seseorang mengambil sebuah inovasi dasar, dan kemudian memperluas manfaatnya dengan jalan memperluas batas-batasnya. Banyak riset dan karya pengembangan dilaksanakan melalui tindakan mengekspansi sebuah penemuan yang sebelumnya berhasil ditemukan, dari garis besar atau kerangka kerja umum yang disajikan melalui inovasi atau sintetis.<sup>8</sup>

Ekstensi merupakan pengembangan suatu produk yang sudah ada sebelumnya dengan inovasi terbaru.

d. Duplikasi

Duplikasi (pengulangan) adalah kreatif dipandang dari sudut pandangan setiap usaha karena ia membawa sesuatu hal yang baru kedalam usaha yang bersangkutan.

Proporsi besar kemajuan tercapai, karena para pengikut dengan cepatnya mengadopsi keberhasilan praktek-praktek para pemimpin mereka. Tidaklah feasible, ataupun perlu bagi setiap orang untuk menemukan hal-hal baru oleh dirinya sendiri.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id>, "<https://kbbi.kemdikbud.go.id>."

<sup>8</sup> Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2005, 235.

<sup>9</sup> Winardi, 236.

Duplikasi merupakan suatu proses pengulangan/tiruan terhadap jasa atau produk yang sudah ada sebelumnya. Dan Melakukan penambahan nilai serta manfaat produk untuk bersaing yang lebih baik.

### **3. Faktor-faktor mempengaruhi Kreativitas**

Faktor-faktor yang dapat mendorong terwujudnya kreativitas individu diantaranya<sup>10</sup>:

a. Dorongan dari dalam diri sendiri

Setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkeaktivitas, mewujudkan potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimilikinya. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya.

b. Dorongan dari lingkungan

Menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dapat berupa kemampuan berpikir dan sifat kepribadian yang berinteraksi dengan lingkungan tertentu. Faktor kemampuan berpikir terdiri dari kecerdasan (intelejensi) dan pemerdayaan bahan berpikir berupa pengalaman dan keterampilan. Faktor kepribadian terdiri dari ingin tahu, harga diri dan kepercayaan diri, sifat mandiri, berani mengambil resiko dan sifat asertif.

---

<sup>10</sup> Rifqi Riyansyah, "Jurnal Ilmiah Magister Management. "

Kreativitas akan sangat membantu organisasi dalam merespon setiap perubahan yang mungkin saja terjadi di dunia bisnis yang penuh persaingan.

#### **4. Sumber Gagasan Dan Penemuan Ide Baru**

Sumber ide biasanya berkaitan dengan hal-hal atau kegiatan yang menyangkut organisasi atau Lembaga yang ada hubungannya dengan bisnis, seperti:

##### **a. Konsumen**

Konsumen merupakan sumber inspirasi bagi perkembangan ide baru, yang kemudian menyebabkan diciptakannya produk atau jasa baru, merupakan sesuatu hal yang sudah sejak lama diketahui oleh dunia bisnis.<sup>11</sup>

Kebutuhan atau keinginan pelanggan tidak terpenuhi, maka ini bisa menjadi peluang usaha untuk menciptakan produk baru.

##### **b. Produk yang sudah ada**

Terkadang dari produk yang sudah ada dipasar belum memenuhi tingkat kebutuhan konsumen sehingga diperlukan perbaikan produk ataupun pengembangan produk tersebut.<sup>12</sup>

Mengevaluasi dan memperbaiki produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

---

<sup>11</sup> Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2003, 202.

<sup>12</sup> Sumarsono, *Kewirausahaan*, 33.

c. Saluran distribusi

Para anggota saluran distribusi merupakan sumber-sumber bagus untuk mendapatkan ide-ide baru. Mengingat bahwa mereka sudah mengenal kebutuhan pasar, maka para anggota saluran pasar demikian biasanya memiliki sejumlah sasaran yang dapat mengarahkan kita untuk menyempurnakan atau menciptakan produk-produk baru.<sup>13</sup>

Saluran distribusi merupakan sumber ide bisnis baru yang sangat baik, mengingat kedekatan mereka secara langsung dengan kebutuhan konsumen.

d. Pemerintah

Misalnya adalah peraturan pemerintah mengenai kebersihan udara melalui pengurangan emisi gas buang kendaraan memungkinkan munculkan usaha-usaha produk pengurang emisi seperti bahan bakar tanpa timbal dan produk catalytic converter (penyaring gas buang) kendaraan, perubahan listrik melahirkan usaha token listrik.<sup>14</sup>

Terkadang pemerintah mengeluarkan kebijakan baru yang bisa menjadi peluang bisnis, seperti contoh di atas.

e. Penelitian dan pengembangan

Melalui penelitian dan pengembangan memungkinkan timbulnya gagasan produk baru atau perbaikan dari produk yang sudah

---

<sup>13</sup> Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2003, 202.

<sup>14</sup> Winardi, 202.



ada. Contohnya adalah penelitian terhadap penyakit flu menghasilkan jenis obat flu yang tidak membawa efek mengantuk.<sup>15</sup>

Melakukan penelitian dan pengembangan merupakan sumber ide yang cukup bagus untuk menghasilkan produk baru.

f. Ide/Gagasan Yang Tepat

Suatu bisnis yang baik harus mempertimbangkan pelaku dan situasi atau lingkungan yang sesuai untuk bisnis tersebut. Oleh karena itu ide produk yang baik harus memperhitungkan kemampuan calon wirausaha dan situasi/lingkungan yang mempengaruhi bisnis tersebut. Ide produk yang perlu dianalisis lebih mendalam sehingga diketahui apa kekuatan dan kelemahannya dengan memperhatikan situasi lingkungannya.<sup>16</sup>

Ide produk yang baik belum tentu menjadi bisnis yang baik pula. Untuk itu sebelum ide produk di realisir harus diuji dulu kelayakannya dilapangan yang merupakan situasi lingkungan bisnis sebenarnya.

Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis seperti: pasar dan pemasaran, Teknik/operasi usaha yang dilakukan, organisasi dan manajemen, dan keuangan.

g. Proses Produk Baru

Kiat Sukses Program Produk Baru ada 15 pelajaran untuk suksesnya program produk baru yaitu:

---

<sup>15</sup> Winardi, 203.

<sup>16</sup> Sumarsono, *Kewirausahaan*, 37.

1) Produknya unik dan unggul

Artinya, produknya “berbeda”, memberi manfaat unik, dan berasio nilai tinggi untuk konsumen.

2) Sangat berorientasi pasar

Dipengaruhi oleh pengetahuan tentang keadaan pasar (market driven) dan proses pengembangan produk baru berfokus pada konsumen.

3) Berwawasan pasar internasional

Dengan melihat pada keadaan international maka desain produk, pengembangannya, dan target pemasarannya, akan menghadirkan inovasi produk terdepan.<sup>17</sup>

4) Lebih melakukan persiapan sebelum produk dikembangkan.

5) Perumusan dengan tajam definisi/konsep produk pada awal dan proses.

6) Pelansiran produk yang dipersiapkan dengan matang dan dilaksanakan dengan baik.

7) Struktur desain dan iklim organisasi yang tepat.

8) Dukungan manajemen puncak tidak menjamin sukses, walaupun bermanfaat.

9) Adanya sinergi sangat penting, proyek yang “asing” cenderung gagal.

---

<sup>17</sup> Sumarsono, 38.

- 10) Produk yang ditujukan ke pasar yang menarik akan berjalan lebih baik. Daya tarik pasar adalah kriteria utama dalam seleksi produk.
- 11) Suksesnya produk baru dapat diduga. Profil produk yang unggul dapat dipakai sebagai kriteria seleksi produk baru.
- 12) Suksesnya produk baru dapat dikendalikan. Perlu lebih ditekankan adanya kebutuhan untuk kelengkapan, konsekuen dan kualitas dalam pelaksanaan.
- 13) Sumberdaya dan sarana harus tersedia.
- 14) Kecepatan adalah segala-galanya, namun harus tanpa mengorbankan kualitas dalam pelaksanaannya.<sup>18</sup>
- 15) Perusahaan yang menjalankan pengembangan produk baru secara bertahap dan menggunakan konsep pengembangan produk dengan pedoman permainannya secara disiplin akan lebih berhasil.

## **5. Pemahaman Mengenai Bisnis**

Pemahaman mengenai bisnis dari pengalaman saat ini apakah sebagai pemilik atau sebagai orang yang berperan mengembangkan bisnis milik orang lain, maka atas pengalaman itu, melihat adanya peluang-peluang yang dapat diraih yang sejalan dengan keputusan dalam komitmen. Untuk melaksanakan komitmen dalam proses integrasi, harus mampu mengembangkan kekuatan pikiran dalam kreativitas sebagai pemicu dalam merebut peluang bisnis.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Sumarsono, 39.

<sup>19</sup> Sumarsono, 27.

Sejenak bila direnungkan pemahaman di atas, maka kreativitas dalam bisnis terpicu bukan hanya perubahan demi perubahan itu sendiri, melainkan suatu cara untuk memberikan perbedaan atas bisnis yang terfokuskan agar mampu bersaing, alat untuk mencari solusi terhadap masalah yang tidak mudah begitu saja dipecahkan.

Kreativitas dalam bisnis bukanlah sesuatu yang sulit, janganlah terpengaruh dengan anggapan bahwa anda sendiri merasa tidak mampu menghasilkan pemikiran baru dan orisinal. Setiap orang memiliki potensi, oleh karena itu galilah kekuatan pikiran dengan membangun kebiasaan yang produktif untuk meningkatkan wawasan dan gagasan maka disitulah terletak potensi anda ke dalam kreativitas.

## **B. Produk**

### **1. Pengertian produk**

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.<sup>20</sup>

Produk semua hal yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>21</sup>

Dapat disimpulkan bahwa produk dalam pengertian umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan

---

<sup>20</sup> *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*, 354.

<sup>21</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 167.

kebutuhan. Unsur-unsur bauran produk itu terdiri atas kualitas, kuantitas, merek, label dan mode, jaminan pelayanan, pembungkus, desain, dan fitur.

## 2. Klasifikasi produk

Produk dibagi menjadi dua, yaitu produk konsumen (*consumer product*) dan produk industri (*industrial product*). Produk konsumen adalah produk yang dibeli oleh konsumen akhir akhir untuk dikonsumsi. Secara tradisional, pemasar mengklasifikasikan produk berdasarkan ciri-cirinya: daya tahan, wujud, dan penggunaan (konsumen dan industri). Setiap jenis produk memilih strategi bauran pemasaran yang sesuai.<sup>22</sup>

Daya tahan dan wujud produk dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok menurut daya tahan dan wujudnya:

- a. Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang-barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti sabun dan pasta gigi.<sup>23</sup> Karena barang-barang ini dikonsumsi dengan cepat dan sering dibeli, strategi yang tepat adalah menyediakannya di berbagai lokasi, hanya mengenakan margin yang kecil, dan memasang iklan besar-besaran guna memancing orang mencobanya dan membangun preferensi.
- b. Barang tahan lama (*durable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya tetap bertahan walaupun sudah digunakan berkali-kali, seperti

---

<sup>22</sup> Kevin Lane Keller, *Marketing Manajemen*, 11.

<sup>23</sup> Lilis Suriani, "Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru," 12.

lemari es, peralatan mesin, dan pakaian.<sup>24</sup> Produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan dan pelayanan yang lebih pribadi, mempunyai margin yang lebih tinggi, dan memerlukan lebih banyak garansi dari penjual.

- c. Jasa (*servis*) adalah produk-produk yang tidak berwujud, tidak terpisahkan, dan mudah habis. Akibatnya, produk ini biasanya memerlukan pengendalian mutu, kredibilitas pemasok, dan kemampuan penyesuaian yang lebih tinggi. Contohnya mencakup pemotongan rambut dan perbaikan barang.<sup>25</sup>

### 3. Kualitas produk

Konsep produk menyatakan bahwa para konsumen, akan menyukai dan memilih produk-produk yang memberikan kualitas kinerja atau sifat-sifat terbaik. Para manajer pada organisasi-organisasi demikian memusatkan perhatian mereka pada upaya membuat produk-produk tersebut terus menerus diperbaiki.<sup>26</sup>

Mereka mengasumsi bahwa para pembeli mendambakan produk-produk yang diproduksi dengan baik, dan mereka sangat menilai tinggi kualitas serta kinerja. Perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada produk seringkali mendesain produk-produk mereka dengan sedikit sekali, atau tanpa input dari pelanggan.

Mereka mempercayai para insinyur mereka yang dianggap dapat mendesain produk-produk luar biasa. Terlampau sering terjadi bahwa

---

<sup>24</sup> Lilis Suriani, 12.

<sup>25</sup> Kevin Lane Keller, *Marketing Manajemen*, 12.

<sup>26</sup> Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2003, 277.

mereka bahkan tidak mau mempelajari produk-produk dari pihak pesaing. Konsep produk dapat menyebabkan timbulnya sebuah gejala yang dinamakan “*marketing myopia*” (rabun mata dalam pemasaran).

## C. Pendapatan

### 1. Pengertian Pendapatan

Dalam *kamus besar bahasa Indonesia* pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.<sup>27</sup>

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima pedagang dari aktivitas penjualan produk kepada pelanggan. Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat sehingga besar kecilnya pendapatan ekonomi mencerminkan kemajuan ekonomi. Suatu ekonomi dikatakan baik apabila perekonomian tersebut terjadi pertumbuhan ekonomi. Perekonomian yang baik akan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat di daerah yang bersangkutan.<sup>28</sup>

Pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Dalam bentuk bukan uang yang diterima oleh seseorang misalnya berupa barang, tunjangan

---

<sup>27</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 162.

<sup>28</sup> Purbadarmaja, “Pengaruh Modal dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Melalui Produksi Pengrajin Patung Kayu di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar,” 1633.

beras, dan sebagainya. Penerimaan yang diterima tersebut berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan dalam kegiatan usaha.<sup>29</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sejumlah uang yang didapat atau diterima oleh pedagang dari suatu aktivitasnya menjual produk ataupun jasa kepada konsumen.

## **2. Jenis-jenis Pendapatan**

Pendapatan dibagi menjadi dua yaitu: pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang telah mengalami pengurangan dari hasil produksi. pendapatan juga bisa diartikan sebagai pendapatan bersih seseorang baik berupa uang atau natura. Secara umum pendapatan dapat digolongkan menjadi 3 diantaranya:

### **a. Gaji dan upah**

Suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan pekerjaan untuk orang lain, perusahaan swasta atau pemerintah.

### **b. Pendapatan dari kekayaan**

Pendapatan dari usaha sendiri. pendapatan bersih yang merupakan hasil yang diterima dari jumlah seluruh penerimaan setelah dikurangi pengeluaran biaya operasi.

---

<sup>29</sup> Iskandar, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin di Kota Langsa," 128.



c. Pendapatan dari sumber lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja antara lain penerimaan dari pemerintah, asuransi pengangguran menyewa aset, bunga bank serta sumbangan dalam bentuk lain.<sup>30</sup>

Menurut KBBI Pendapatan dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Gaji atau upah diperoleh secara tetap dengan jumlah yang telah ditentukan
- b. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktivitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.<sup>31</sup> Pendapatan sampingan didapat dari penghasilan tambahan seperti penghasilan dagang.

### 3. Sumber Pendapatan

Jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Sumber pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat sehingga besar kecilnya pendapatan ekonomi mencerminkan

---

<sup>30</sup> Iskandar, 129.

<sup>31</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 165.

kemajuan ekonomi. Iskandar membagi beberapa sumber penerimaan rumah tangga yaitu: Pendapatan Gaji dan Upah Gaji dan upah adalah balas jasa terhadap kesediaan menjadi dari produktivitasnya.<sup>32</sup>

Ada beberapa faktor yang yang mempengaruhi produktivitasnya, yaitu:

- a. Keahlian (skill), adalah kemampuan teknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang dipercayakan.
- b. Mutu modal manusia adalah kapasitas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, baik karena bakat bawaan maupun hasil pendidikan dan latihan.
- c. Kondisi kerja adalah lingkungan dimana seseorang bekerja kondisi kerja dianggap semakin berat, bila resiko kegagalan atau kecelakaan kerja makin tinggi.
- d. Pendapatan dari aset produktif adalah aset yang memberikan pemasukan atau balas jasa penggunaannya.
- e. Pendapatan dari pemerintah adalah pendapatan yang diterima dari bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan. Misal tunjangan penghasilan bagi para penganggur, jaminan sosial bagi orang-orang miskin dan pendapatan rendah.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Iskandar, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin di Kota Langsa," 128–29.

<sup>33</sup> Iskandar, 128–29.

#### 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan, yaitu:

a. Modal

Modal merupakan input (faktor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Tetapi bukan berarti merupakan faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan. Dalam hal ini modal bagi pedagang juga merupakan salah satu faktor produksi yang mempengaruhi pendapatan. Besar kecilnya modal kerja yang dipergunakan dalam usaha tentunya akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh dari pedagang tersebut.<sup>34</sup> Modal dianggap penting karena dalam menjalankan kegiatan-kegiatan produksi memerlukan uang atau modal.

b. Lamanya usaha

Lamanya usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usahanya, ditunjukkan dalam satuan tahun. Suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku.<sup>35</sup> Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seseorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya.

---

<sup>34</sup> Budi Wahyono, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul," *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol.6 No.4 (2017): 349.

<sup>35</sup> Budi Wahyono, 349.

c. Tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan faktor yang sangat penting dalam produksi, karena tenaga kerja merupakan faktor penggerak dari faktor input yang lain, tanpa adanya tenaga kerja maka faktor produksi lain tidak akan berarti. Dengan meningkatnya produktivitas tenaga kerja akan mendorong peningkatan produksi sehingga pendapatanpun akan ikut meningkat.<sup>36</sup> Tenaga kerja merupakan pelaku dalam sebuah usaha bisnis.

---

<sup>36</sup> Luh Putu Aswirati, "Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Barat," 71.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan atau (*field research*). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Bisa juga disebut sebagai penelitian yang sifatnya alamiah.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi yang akan dijadikan fokus penelitian yaitu di Simpang Kampus 15A Kelurahan Iring Mulyo, Metro Timur karena banyak terdapat olahan pisang kreatif dan lokasinya strategis dekat dengan kampus serta sekolah.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat Deskriptif Kualitatif. Penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejernih mungkin, tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. Pada umumnya penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu menggunakan hipotesis.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, 1.

<sup>2</sup> Bungin, 10.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena penelitian ini berupa pengungkapan fakta yang ada yaitu suatu penelitian itu terfokus pada pengungkapan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai suatu yang utuh. Sampel pada penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* sejumlah 7 pedagang pisang yang berada di simpang kampus. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria- kriteria tertentu.<sup>3</sup> Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah para pedagang yang berjualan olahan pisang di simpang kampus.

Sifat penelitian ini digunakan untuk melakukan penelitian mengenai analisis tingkat kreativitas produk olahan pisang terhadap pendapatan pedagang di 15A Metro Timur.

## **B. Sumber Data**

Untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka sumber datanya diperoleh dari dua sumber yaitu:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.<sup>4</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara oleh tiga pemilik usaha Piscok Lumer, satu pemilik usaha pisang keju, dan satu pemilik Pisang Krispi dan Sate Pisang (pinaboh)

---

<sup>3</sup> Raudhah Mukhsin, *et. al*, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap daya tahan hidup usaha mikro kecil dan menengah kelompok pengolahan hasil perikanan di kota makassar, (jurnal analisis vol.6 no.2: 188- 193), desember 2017, 190.

<sup>4</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 129.

serta dua pemilik usaha gorengan. Saya memilih tujuh usaha pisang yang ada di simpang kampus untuk dijadikan bahan penelitian.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber dari bahan bacaan.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah buku-buku penunjang penelitian, diantaranya yaitu: Sonny Sumarsono, “*Kewirausahaan*”, Rusdiana, “*Kewirausahaan Teori dan Praktek*” dan buku-buku maupun jurnal lain yang yang terkait tentang kreativitas dan harga jual produk olahan pisang.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini peneliti menggunakan beberapa Teknik dalam pengumpulan data yaitu, wawancara dan dokumentasi.

### 1. Wawancara

Metode wawancara juga bisa disebut *interview*. Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai.<sup>6</sup>

Dalam hal ini digunakan jenis wawancara bebas terpimpin, yaitu perpaduan antara wawancara bebas terpimpin, dalam pelaksanaan wawancara ini pewawancara membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal apa saja yang akan dijadikan pertanyaan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Bungin, 133.

<sup>6</sup> Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, 143.

<sup>7</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 146.

Untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kreativitas produk olahan pisang peneliti melakukan wawancara kepada Mbak Anita, Ibu Lia, Mas Bagus, Mbak Fatma, Ibu Hesti, Bapak Kartono dan Ibu Sukarti pedagang olahan pisang di 15A, kelurahan Iring Mulyo Metro Timur khususnya di sekitar simpang kampus.

## **2. Dokumentasi**

Metode dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk menelusuri data historis.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini dokumentasi yang menjadi sumber data adalah laporan yang berkaitan dengan kreativitas, proses produksi serta dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **D. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, menemukan pola, memilah memilihnya menjadi satu an yang dapat dikelola, menemukan yang dapat diceritakan.

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatp muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.<sup>9</sup>

Penelitian ini menggunakan Teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif yaitu suatu cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah yang bertolak dari pengalaman

---

<sup>8</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 153.

<sup>9</sup> Gulo, *Metodologi Penelitian*, 119.



atas hal-hal atau masalah yang bersifat umum kemudian menarik kesimpulan yang bersifat khusus.<sup>10</sup> Cara berfikir ini peneliti gunakan untuk menguraikan penetapan tingkat kreativitas produk olahan pisang di 15A Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur kemudian ditarik kesimpulan khusus.

---

<sup>10</sup> Gulo, 248.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur.**

Cikal bakal terbentuknya Kelurahan Iringmulyo adalah bermula dari pecahan transmigrasi dari Jawa yang dipimpin oleh Almarhum D. Gondo Wardoyo yang membuka lahan di Lampung Tengah itu menjadi 3 (tiga) daerah pemukiman baru, yaitu: 15 A Iringmulyo, 15 B Imopuro, 15 Polos Metro. Kemudian dengan kesepakatan yang diambil pada tahun 1938, maka diambil keputusan untuk menjadikan ketiga bedeng itu menjadi satu kampung yang diberi nama Kampung Metro. Dengan ditetapkannya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa maka pada tanggal 18 Agustus 1982 Kampung Metro ditingkatkan menjadi Kelurahan Metro. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000. Kelurahan Metro dipecah menjadi 3 (tiga) bagian yaitu:

1. Kelurahan Iringmulyo,
2. Kelurahan Imopuro
3. Kelurahan Metro.

Dengan ditetapkannya Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tersebut maka Iringmulyo resmi menjadi Kelurahan yang secara geografis masuk ke dalam Kecamatan Metro Timur.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Dokumentasi 15A Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur, November 2020.

Letak Geografis 15A Iringmulyo Metro Timur Kelurahan Iringmulyo terletak di dataran rendah dengan batasbatas sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Batas Wilayah Kelurahan Iringmulyo Tahun 2019**

No	Batas	Tempat
1	Utara	Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Yosodadi
2	Selatan	Kelurahan Tejo Agung dan Kelurahan Mulyojati
3	Timur	Kel. Rejo Batanghari Lampung Timur dan Kel. Yosodadi
4	Barat	Kelurahan Metro

Sumber: Data Demografi Kelurahan Iringmulyo

Jarak Kelurahan Iringmulyo dengan Pusat Pemerintahan Kecamatan adalah 1 km sedangkan jarak dengan Pusat Pemerintahan Kota adalah 2 km dan jarak dengan Ibu Kota Provinsi adalah 48 km.

Kondisi Demografis Jumlah penduduk di Kelurahan pada tahun 2019 adalah 12.429. Dengan jumlah laki-laki 6.218 dan jumlah perempuan adalah 6.211. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2019<sup>2</sup>**

No	Keterangan	Jumlah
1	Laki-laki	6.218 orang
2	Perempuan	6.211 orang
3	Jumlah Total	12.429 orang
4	Jumlah Kepala Keluarga	3.512 KK

Sumber: Data Demografi Kelurahan Iringmulyo

---

<sup>2</sup> Dokumentasi 15A Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur, November 2020.

## **B. Analisis Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang.**

### **1. Kreativitas Produk Olahan Pisang di 15A Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur**

Berikut merupakan hasil wawancara kepada lima pemilik usaha pisang kreatif dan dua kepada pedagang pisang goreng yang ada di simpang kampus kelurahan Iring Mulyo Metro Timur, seperti berikut:

Mbak Anita selaku pemilik usaha pisang krispi dan sate pisang yang diberi nama Pinaboh. Usaha ini didirikan tahun 2016, awal mula berjualan di depan perum Damri, Yosorejo, Metro Timur selama satu tahun, lalu pindah lokasi berjualan di dekat arjuna konter simpang kampus pada tahun 2016 sampai saat ini. Pinaboh memiliki dua orang karyawan. Dengan modal awal mendirikan usaha Rp.9.000.000,- untuk membuat booth container dan peralatannya.<sup>3</sup>

Lahan yang digunakan menyewa, Rp.600.000,- per bulannya, Anita membuat pisang menjadi makanan olahan yang kreatif, dengan dipadu padankan dengan 13 varian rasa coklat, keju, milo, green tea, strawberry, tiramisu, choconut, tart, keju+meses, glaze keju, crunchy choco, crunchy green tea dan crunchy tiramisu, selanjutnya bisa di mix dengan varian topping meses, kacang, crispy ball, choco chip. Pinaboh memproduksi dua jenis olahan pisang, yaitu pisang crispy dan sate pisang.

Proses produksi pisang crispy yaitu dengan memilih pisang yang sudah matang, lalu dibalur tepung panir dan digoreng hingga kekuningan.

---

<sup>3</sup> Anita Pemilik Usaha Pisang Krispi dan Sate Pisang, Wawancara, 20 september 2020.

Selanjutnya diberi topping sesuai varian rasa. Yang menjadi ciri khas olahan pisang pinaboh ini adalah varian rasa, pisang yang berkualitas, dan matang. Selalu menjaga kualitas bahan yang digunakan, pisang yang matang, dan berukuran besar, Pisang yang digunakan yaitu pisang janten, karna pisang janten apabila digoreng rasanya manis. Pisangnya didapat dari agen dan dari pasar, untuk berjualan membutuhkan 10-20 sisir pisang dengan harga Rp.5.000,- per sisirnya.

Pinaboh di simpang kampus merupakan usaha pisang crispy satu-satunya, dari segi harga terjangkau, pisang krispi dijual Rp.15.000-Rp.20.000,- untuk varian rasa yang beraneka ragam. Dan untuk tambahan topping Rp.3.000 - Rp.4.000,- per boxnya. Dan Sate Pisang dijual Rp.5.000,- per tusuknya, dengan pilihan rasa yang beraneka ragam. pisang krispi dan sate pisang untuk semua kalangan, dan sangat banyak peminatnya. varian rasanya enak dan kental, kemasannya memakai styrofoam dan plastic mika.<sup>4</sup>

Ibu Lia pemilik usaha pisang keju atau J-Bana yang didirikan tahun 2019, awal mula mendirikan usaha ini karena ingin menambah penghasilan, sehingga munculah ide untuk membuat olahan pisang dengan varian yang lain, karena di Lampung banyak terdapat pisang, harga relatif murah dan merupakan produk yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi apabila diolah, selain itu belum banyak yang menjual

---

<sup>4</sup> Anita Pemilik Usaha Usaha Pisang Krispi dan Sate Pisang, Wawancara.

kreativitas olahan pisang. J-Bana buka mulai dari jam 16.00-23.00, dengan satu karyawan per lokasi.

J-Bana sekarang memiliki enam cabang, yaitu di Mega Mall, Shopping, Kampus, 16C, Punggur, 15A. Di simpang kampus baru empat bulan, modal awal yang diperlukan untuk membuat gerobak dan peralatan sekitar Rp.7.000.000,-. Untuk tempat berjualan tidak menyewa, karena berjualan di trotoar dan hanya membayar uang kebersihan. Ide kreativitas yang dilakukan yaitu memadukan pisang dengan bubuk coklat, susu dan keju. J-Bana ini hanya menjual satu jenis olahan pisang, ciri khas dari J-Bana ini Keju nya banyak. Dan tetap menjaga kualitas bahan-bahan yang digunakan, tidak mengurangi takaran dan ukurannya. Untuk meningkatkan persaingan dengan usaha pisang yang lain J-Bana ini melakukan promosi melalui media social, seperti Instagram dan Facebook: J-Bana Pisang Keju. Pisang Keju ini di jual dengan harga Rp.10.000,- per kotak, topping keju nya banyak, dan kemasan nya menarik, ada logonya.<sup>5</sup>

Mbak Fatma pemilik usaha pisang coklat Lumer di simpang kampus, piscok lumer ini didirikan tahun 2017, bermula dari peluang usaha lalu mencari ide dari youtube, hal ini sesuai dengan faktor yang mempengaruhi kreativitas salah satunya lingkungan. Modal awal untuk membeli etalase dan perlengkapannya senilai Rp 4.000.000,-. Tempat yang digunakan untuk berdagang tidak menyewa, yaitu di pinggir jalan.

---

<sup>5</sup> Lia Pemilik Usaha J-Bana Pisang Keju, Wawancara, 25 November 2020.

Mbak Fatma berjualan piscok lumer ini sendiri tanpa dibantu karyawan. Waktu berjualan dari jam 16.00-22.00 malam.

Saat itu belum banyak yang berjualan piscok. Hanya satu jenis olahan yang dibuat yaitu pisang coklat lumer atau piscok lumer. Proses produksi piscok ini lumayan mudah dan cepat, yaitu memotong pisang menjadi dua atau tiga kemudian diberi keju dan coklat lalu di gulung dengan kulit lumpia.<sup>6</sup>

Ciri khas piscok ini ukurannya besar dibanding dengan piscok yang lain, dan tetap menjaga kualitas pisang dan kulit lumpia yang digunakan untuk meningkatkan persaingan dengan usaha piscok lainnya. Pemasaran yang digunakan yaitu melalui mulut ke mulut dan Whatsapp. Piscok ini dijual dengan harga Rp.5.000,- tiga biji. Kemasannya kurang menarik karena hanya plastic beralaskan kertas minyak.

Ibu Hesti pemilik Piscok meler di depan arjuna konter, piscok lumer ini didirikan tahun 2017, awal mula membuka usaha piscok lumer karena teman yang memberi ide, hal ini sesuai dengan faktor eksternal yang mempengaruhi kreativitas. Modal awal yang digunakan untuk membuka usaha ini sekitar Rp.6.000.000,- tempat yang digunakan untuk berjualan menyewa, satu tahunnya Rp.4.000.000,-. ibu hesti tidak hanya berjualan piscok lumer, namun juga berjualan lenggang, pempek dan minuman. Proses produksi piscok ini lumayan mudah dan cepat, yaitu memotong pisang menjadi dua atau tiga kemudian di beri coklat lalu di

---

<sup>6</sup> Fatma Pemilik Usaha Piscok Lumer, Wawancara, 20 september 2020.

gulung dengan kulit lumpia. Ciri khas dari piscok lumer dari Ibu Hesti coklatnya meler. Untuk menjaga kualitas ibu hesti tidak pernah mengurangi bahan yang digunakan meskipun dalam masa pandemi seperti sekarang, pemasaran yang digunakan melalui media sosial seperti Instagram, Grab dan Gojek. Piscok lumer ini dijual dengan harga Rp.5.000,- tiga biji. Kemasan nya rapih yaitu menggunakan kertas nasi yang di bentuk.<sup>7</sup>

Mas Bagus pemilik usaha Piscok Lumer di dekat Qolsa Boutique, piscok lumer ini didirikan tiga bulan yang lalu, awal mula membuka usaha ini karena dulunya pernah berjualan piscok lumer di NTB, pada tahun 2018 Mas Bagus kembali ke Kota Bumi tempat kelahirannya. Tahun 2020 pindah ke Kota Metro lalu membuka usaha piscok lumer di Kota Metro.

Modal awal untuk membuka usaha ini Rp.7.500.000,-. Tempat yang digunakan untuk berjualan menyewa Rp.600.000,- perbulannya. Alasan memilih tempat di samping Qolsa Boutique karena dekat dengan kampus dan ramai. Jenis kreativitas yang dihasilkan hanya satu yaitu piscok lumer, karena keterbatasan kemampuan dan modal yang dimiliki. Ciri khas yang piscok lumer ini keju dan coklatnya yang banyak, selain itu kulit lumpia yang dipakai dua lembar untuk satu piscoknya. Dengan menjaga kualitas lumpia yang kenyal dan coklat lumer yang digunakan agar mampu bersaing dengan piscok yang lainnya.

---

<sup>7</sup> Hesti Pemilik Usaha Piscok Meler, Wawancara, 24 November 2020.



Pemasaran yang dilakukan hanya melalui banner dan dari mulut ke mulut, piscok lumer ini sangat banyak peminatnya, selain itu harganya juga murah, Rp.2.000,- per bijinya. Sama seperti Mbak Fatma kemasan piscok hanya menggunakan plastik beralaskan kertas minyak.<sup>8</sup>

Ibu Sukarti adalah pedagang Pisang Goreng di depan bengkel simpang kampus, ibu sukarti berjualan pisang goreng dan gorengan lainnya ±10 tahun yang lalu, saat anak bungsunya masih TK. Awal mula berjualan gorengan ini karena tidak ada pekerjaan dan ingin membantu perekonomian keluarga. Ibu sukarti berjualan gorengan ini sendiri, terkadang dibantu oleh anaknya, lokasi yang digunakan untuk berjualan di depan bengkel milik adiknya, jadi tidak ada biaya sewa tempat.

Ibu sukarti tidak hanya menjual pisang goreng, tetapi juga menjual tempe, bakwan, tahu, dan combro. Namun yang menjadi unggulan pisang goreng dan tahu. Gorengan ini buka dari jam 16.00-22.00, namun apabila sudah habis maka tutup lebih awal. Modal awal untuk membuka usaha ini Rp.1.300.000,- sepuluh tahun yang lalu, untuk membuat gerobak dan peralatan lainnya. Ibu sukarti tidak melakukan kreativitas dan inovasi produk karena keterbatasan kemampuan dan modal. Selain itu usia nya sudah 50 keatas, jadi sulit untuk menciptakan produk yang kreatif seperti sekarang ini. Proses produksi pisang ini hanya di goreng dengan tepung lalu digoreng, untuk menjaga agar konsumen tetap berlangganan ibu sukarti menjaga kualitas bahan, dan rasa. Selain itu ukuran nya lumayan

---

<sup>8</sup> Bagus Pemilik Usaha Piscok Meler, wawancara, 25 November 2020.

besar, dan rasanya manis. Untuk harga gorengan Rp.2.000,- per tiga biji. Seperti gorengan pada umumnya hanya dikemas dengan plastik.<sup>9</sup>

Bapak Kartono pedagang Pisang Goreng di samping Qolsa Boutique simpang kampus, sama seperti Ibu Sukarti, Bapak Kartono berjualan pisang goreng dan gorengan lainnya pada tahun 2003, Awal mula berjualan gorengan ini karena ingin mendapatkan penghasilan untuk kebutuhan rumah tangga dan sekolah anaknya. Bapak Kartono berjualan gorengan ini dengan istri, lokasi yang digunakan untuk berjualan di samping Qolsa Boutique milik saudaranya, jadi tidak ada biaya sewa tempat. Lokasi nya sangat sempit, hanya gang kecil untuk menggoreng. Bapak Kartono tidak hanya menjual pisang goreng, tetapi juga menjual tempe, bakwan, tahu, cireng dan combro.

Gorengan ini buka dari jam 16.00-22.00, namun apabila sudah habis maka tutup lebih awal. Modal awal untuk membuka usaha ini Rp.800.000,- tujuh belas tahun yang lalu, untuk membuat gerobak dan peralatan lainnya. Sama hal nya dengan ibu sukarti, beliau tidak melakukan kreativitas dan inovasi produk karena keterbatasan kemampuan dan modal. Selain itu usia nya sudah 50 keatas, jadi sulit untuk menciptakan produk yang kreatif seperti sekarang ini. Bapak kartono memilih lokasi berjualan dekat kampus daerah yang ramai, meskipun tempatnya sempit namun tetap laris karena dekat dengan kos-kosan dan kampus. Proses produksi pisang ini hanya di goreng dengan

---

<sup>9</sup> Sukarti Pemilik Usaha Gorengan (Pisang Goreng), Wawancara, 24 November 2020.

tepung lalu digoreng, untuk menjaga agar konsumen tetap berlangganan ibu sukarti menjaga rasa dan bumbu. Untuk harga gorengan Rp.800,- per biji. Seperti gorengan pada umumnya hanya dikemas dengan plastik.<sup>10</sup>

## 2. Pendapatan Pedagang Produk Olahan Pisang di 15A Iring Mulyo Metro Timur

**Tabel 4.3**  
**Pendapatan Perhari Olahan Pisang**

No	Nama Usaha	Biaya operasional	Pendapatan	
			Kotor	Bersih
1	Pinaboh	Rp.120.000-500.000	Rp.200.000-1.000.000	Rp.80.000-500.000
2	J-Bana Pisang Keju	Rp.120.000-300.000	Rp.160.000-500.000	Rp.40.000-200.000
3	Piscok Lumer	Rp.60.000-150.000	Rp.105.000-315.000	Rp.45.000-165.000
4	Piscok Meler A	Rp.75.000-150.000	Rp.140.000-350.000	Rp.65.000-200.000
5	Piscok Meler B	Rp.220.000-310.000	Rp.378.000-546.000	Rp.158.000-236.000
6	Pisang Goreng A	Rp.41.000-75.000	Rp.56.000-140.000	Rp. 15.000-65.000
7	Pisang Goreng B	Rp.60.000-85.000	Rp.84.000-198.000	Rp.24.000-113.000

Sumber: Produk Olahan Pisang di Simpang Kampus 15A

Modal yang dibutuhkan untuk berjualan Pinaboh perharinya Rp.120.000-500.000,- untuk membeli pisang, minyak, tepung panir, coklat lumer, topping, mika atau sterofom, gaji karyawan dan sewa tempat. Dalam satu hari pinaboh dapat menghabiskan 3-15 sisir pisang janten, tergantung ramai atau tidaknya pembeli. Satu box pisang krispy berisi 4

<sup>10</sup> Kartono Pemilik Usaha Gorengan (Pisang Goreng), Wawancara, 25 November 2020.

biji pisang yang di bagi menjadi 8 irisan, dan dijual dengan harga Rp.15.000-20.000,- sedangkan sate pisang yang dijual Rp.5.000,-<sup>11</sup>

Kreativitas produk olahan ini sangat mempengaruhi pendapatan Mbak Anita, karena dengan kreativitas ini dapat merubah harga pisang menjadi jauh lebih tinggi dari pada pisang yang diolah tanpa kreativitas. Keuntungan bersih yang didapat per harinya minimal Rp.80.000 dan maksimal Rp.400.000. Dengan adanya usaha pinaboh ini Mbak Anita merasa sangat terbantu sekali perekonomiannya, bisa untuk membeli kendaraan dan keperluan lainnya.

Modal yang dibutuhkan untuk berjualan J-Bana Pisang Keju perharinya Rp.120.000-300.000, untuk membeli pisang, keju, susu, gula, bubuk coklat, minyak, kotak J-Bana dan gaji karyawan. J-bana per hari bisa menghabiskan 3-10 sisir pisang janten. Satu buah pisang dibelah menjadi dua, dalam satu kotak J-Bana memerlukan 3 buah pisang yang dibelah menjadi 6 potong, dan dijual dengan harga Rp.10.000,-. Pendapatan kotor yang didapatkan dalam sehari minimal Rp.160.000,- / 16 kotak dan maksimal Rp.500.000,- / 50 kotak.<sup>12</sup>

Modal yang dibutuhkan untuk berjualan Piscok Lumer milik Mbak Fatma perharinya Rp.60.000-150.000,- untuk membeli pisang, kulit lumpia, coklat, minyak, dan gas. Dalam satu hari piscok lumer dapat menghabiskan 3-9 sisir pisang janten, tergantung ramai atau tidaknya pembeli. Untuk membuat tiga biji piscok memerlukan dua buah pisang.

---

<sup>11</sup> Anita Pemilik Usaha Usaha Pisang Krispi dan Sate Pisang, Wawancara.

<sup>12</sup> Lia Pemilik Usaha J-Bana Pisang Keju, Wawancara.

Sama seperti di atas, kreativitas sangat mempengaruhi pendapatan pedagang, dengan ide-ide tersebut membuat harga dan nilai jual pisang menjadi lebih tinggi. Mbak fatma merasa terbantu semenjak berjualan piscok lumer ini, bisa untuk memenuhi kebutuhannya sendiri karena Mbak Fatma belum berkeluarga. Selain itu keuntungan yang diperoleh Mbak Fatma yaitu memiliki banyak teman, karena lokasi berjualan dekat dengan pedagang, sosis gorengan dan lain-lain.<sup>13</sup>

Modal awal yang dibutuhkan Ibu Hesti untuk membuka usaha Piscok Meler Rp.6.000.000,- untuk membeli etalase, kompor, gas, peralatan lain. dan sewa tempatnya, dan Modal yang dibutuhkan untuk berjualan perharinya Rp.75.000-150.000,- untuk membeli pisang, coklat, kulit lumpia, gas, kertas plastik, minyak, dan sewa tempat. Dalam satu hari piscok meler dapat menghabiskan 4-10 sisir pisang janten, tergantung ramai atau tidaknya pembeli. Satu biji pisang bisa dijadikan dua piscok

Menurut ibu hesti kreativitas ini sangat di perlukan untuk sekarang ini, agar konsumen tidak mudah bosan dan mengikuti perkembangan zaman. Ibu hesti tidak hanya berjualan piscok saja, tetapi juga menjual minuman dan empek-empek. namun peneliti hanya berfokus ke piscoknya. Meskipun awalnya hanya untuk mengisi waktu luang, namun ia merasa senang, dan bisa membantu pendapatan keluarganya.<sup>14</sup>

Modal awal yang dibutuhkan Mas Bagus untuk membuka usaha Piscok Meler Rp.7.500.000,- untuk membeli etalase, kompor, gas,

---

<sup>13</sup> Fatma Pemilik Usaha Piscok Lumer, Wawancara.

<sup>14</sup> Hesti Pemilik Usaha Piscok Meler, Wawancara.

peralatan lainnya dan sewa tempat. Modal yang dibutuhkan untuk berjualan perharinya Rp.220.000-310.000,- untuk membeli pisang, kulit lumpia, coklat lumer, minyak, dan gas dan sewa tempat. Dalam satu hari piscok lumer dapat menghabiskan 9-13 sisir pisang janten, tergantung ramai atau tidaknya pembeli. Harga per biji piscok meler Rp.2.000,- dan dalam sehari mas bagus mampu menjual 180 lebih piscok meler.

Piscok milik Mas Bagus ini yang paling laris diantara piscok di atas, karena coklatnya banyak, lokasi nya dekat dengan kampus dan sekolah, selain itu jam jualannya juga dari siang sampai malam. Piscok bisa dinikmati oleh semua kalangan, dari anak-anak sampai orang tua. Piscok meler ini sumber utama penghasilan Mas Bagus untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.<sup>15</sup>

Modal yang dibutuhkan Ibu Sukarti untuk berjualan pisang goreng perharinya Rp.41.000-75.000,- untuk membeli pisang, tepung, minyak, dan gas. Dalam satu hari Ibu sukarti dapat menghabiskan 4-10 sisir pisang janten atau pisang kepok, tergantung cuacanya, karna ibu Sukarti berjualan dari sore hingga malam. Pisang goreng ini dijual Rp.2.000 / tiga biji.

Karena keterbatasan kemampuan dan modal ibu sukarti hanya bisa menjual gorengan. Selain itu usianya sudah terbilang tua. meskipun

---

<sup>15</sup> Bagus Pemilik Usaha Piscok Meler, wawancara.

begitu, ibu sukarti merasa terbantu dengan adanya usaha ini. Ia bisa mencukupi kebutuhannya sehari-hari.<sup>16</sup>

Modal yang dibutuhkan Bapak Kartono untuk berjualan pisang goreng perharinya Rp.60.000-85.000,- untuk membeli pisang, tepung, minyak, dan gas. Dalam satu hari dapat menghabiskan 6 -11 sisir pisang janten atau pisang kepok, tergantung cuacanya, karena berjualan dari sore hingga malam. Pisang goreng ini dijual Rp.2.000 / tiga biji.

Sama seperti ibu Sukarti, Bapak Kartono juga berjualan gorengan ini karena keterbatasan kemampuan dan modal, selain itu ia berjualan sudah 17 tahun yang lalu, jadi sudah nyaman dengan usaha yang ia geluti selama ini, berjualan gorengan ini merupakan usaha sampingan bapak kartono, karena jika pagi hingga siang bekerja di sawah dan serabutan. Gorengan (Pisang Goreng) milik bapak kartono ini terbilang laris, karena lokasi nya dekat dengan kampus, pendapatan perharinya cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, dan untuk simpanan.<sup>17</sup>

### **3. Analisis Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang di 15A Iring Mulyo Metro Timur**

Setelah peneliti mengemukakan berbagai data yang berkaitan dengan penelitian ini, baik itu data yang diperoleh dari kelurahan maupun secara langsung dilapangan. Selanjutnya peneliti akan menguraikan penjelasan tentang analisis tingkat kreativitas produk olahan pisang terhadap pendapatan pedagang di 15a Kelurahan Iring Mulyo Metro

---

<sup>16</sup> Sukarti Pemilik Usaha Gorengan (Pisang Goreng), Wawancara.

<sup>17</sup> Kartono Pemilik Usaha Gorengan (Pisang Goreng), Wawancara.

Timur. Berdasarkan penelitian ini terdapat tujuh pedagang olahan pisang yang berkaitan dengan olahan pisang. Diantaranya sebagai berikut:

Mbak Anita adalah pemilik usaha Pinaboh, kreativitas yang dilakukan yaitu inovasi produk, yang mengakibatkan timbulnya sesuatu hal yang baru: misalnya berupa ide baru. Inovasi sangat penting dalam sebuah usaha, tanpa adanya inovasi perusahaan tidak dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen berubah-ubah. Menurut peneliti pinaboh sesuai seperti faktor yang mempengaruhi kreativitas, yaitu dorongan dari diri sendiri untuk menciptakan ide baru dan mengkombinasikannya sehingga berbeda dengan produk yang sudah ada sebelumnya. Pinaboh bisa dikatakan pelopor pisang crispy di Kota Metro, karena dulu belum ada yang membuat produk olahan pisang ini, namun tidak lama kemudian muncul usaha olahan pisang yang sama dan diberi nama D'Gedang, karena kurangnya keterampilan dalam mengelola usaha, baik produk maupun keuangannya sehingga D'Gedang tidak bertahan lama.

Kreativitas sangat erat kaitannya dengan inovasi, tanpa adanya inovasi usaha tidak dapat bertahan lama. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Pinaboh melakukan inovasi terhadap produknya, dari segi rasa, kualitas, dan bentuknya mengikuti trend saat ini.

Konsumen yang membeli pinaboh mayoritas anak sekolah dan anak kuliah, karena lokasinya yang berada di kawasan pendidikan dekat



dengan sekolah, kampus dan kos-kosan. Pinaboh merupakan olahan pisang yang tidak tahan lama dan cepat habis karena produk konsumsi. Dari segi wujud pisang crispy dan sate pisangnya menarik, coklat nya lumer rasanya enak. Selain itu, kualitas pisang crispy dan sate pisang dijaga dan diperhatikan, pisang yang digunakan dipilih sesuai tingkat kematangannya, dan ukurannya. Coklat yang digunakan kualitas nya bagus.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Mbak Anita pemilik usaha Pinaboh, kreativitas sangat mempengaruhi pendapatan pedagang, dengan menuangkan sedikit inovasi di dalam suatu produk bisa meningkatkan nilai jual pisang tersebut. Pisang diolah menjadi makanan olahan yang kreatif dengan memadupadankan pisang dengan coklat dan susu, keju serta topping sangat jauh perbedaan harga pisang sebelum diolah dan sesudah diolah menjadi produk makanan.

Diantara tujuh olahan pisang yang diteliti, pinaboh merupakan usaha yang paling banyak omsetnya, hal ini sesuai dengan teori pendapatan tentang factor-faktor yang mempengaruhi pendapatan diantaranya terdapat modal, dan lamanya usaha.

Jika dilihat dari modal awal pinaboh memang lebih besar dibanding yang lain, lamanya usaha juga dapat mempengaruhi pendapatan, pinaboh berdiri tahun 2016 dan masih eksis sampai sekarang, karena pinaboh selalu menjaga kualitas sejak dulu. Maka dapat disimpulkan

keaktivitas sangat berpengaruh terhadap nilai dan harga pisang pinaboh tersebut.

Ibu Lia pemilik usaha J-Bana Pisang Keju, menurut peneliti sudah mampu menciptakan ide baru dan mengkombinasikan dan mengembangkannya sehingga berbeda dengan produk yang sudah ada sebelumnya. J-Bana Pisang Keju melakukan inovasi terhadap produknya, dari segi rasa, kualitas, dan packaging mengikuti trend saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pemilik J-Bana Pisang Keju berangkat dari pemikirannya sendiri untuk mewujudkan idenya dalam membuka sebuah usaha. Seperti keberaniannya dalam membuka usaha kuliner olahan pisang ini. Olahan pisang tidak hanya satu di daerah simpang kampus, dan ini juga bukan orisinil dari pemikirannya, ada unsur meniru dari produk olahan pisang, namun tidak sama persis, seperti cara pengolahan dan ciri khas rasanya.

J-Bana Pisang Keju memilih tempat yang cukup strategis di daerah simpang kampus, tepatnya di depan puskesmas Iringmulyo yang berdekatan dengan kampus serta sekolah. Sasaran penjualannya adalah remaja. Jam operasionalnya dari jam 16.00-22.00 malam. Konsumen J-Bana Pisang Keju lebih suka membeli sore sampai habis isya, saat-saat seperti inilah ramai pembelinya. namun semenjak pandemic ini pendapatan mengalami penurunan semenjak lockdown, namun saat ini sudah mulai normal kembali.

Dari segi kualitas J-Bana Pisang Keju menggunakan pisang yang ukurannya lumayan besar, dan kualitas baik dalam artian tingkat kematangan pisangnya pas. Produk ini tidak bertahan lama, karena ini berupa makanan olahan dadakan. J-Bana Pisang Keju mengakui dan benar-benar merasakan dengan adanya perubahan kearah yang lebih positif dari perkembangan usahanya. Yaitu dengan melakukan inovasi dan kreativitas terhadap usahanya ternyata manfaatnya luar biasa. Dibuktikan dengan dibukanya 6 cabang J-Bana Pisang Keju dan 6 karyawan yang tersebar di beberapa wilayah di kota metro dan sekitarnya.

Selanjutnya Mbak Fatma adalah pedagang piscok lumer di simpang kampus, awal mula Ide berjualan piscok ini didapat dari youtube, dan pada saat itu belum banyak yang berjualan piscok jadi peluang usaha lumayan besar. Hal ini sesuai dengan tipe kreativitas dan faktor yang mempengaruhi kreativitas yaitu duplikasi dan faktor lingkungan (eksternal), Mbak Fatma menduplikasi nya dari youtube dan melihat peluang usahanya dari lingkungan.

Ada beberapa Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan seperti modal, lamanya usaha, dan tenaga kerja, piscok lumer dari segi modal tidak besar, selain itu harga jualnya juga murah Rp.5.000/3 biji, karena jika dilihat dari kreativitas yang dilakukan tidak terlalu sulit, dan tidak memerlukan bahan yang banyak. Lamanya usaha juga mempengaruhi usaha piscok ini, piscok meler ini sudah ada sekitar tiga tahun yang lalu, dan masih bertahan sampai saat ini, namun menurut

peneliti piscok meler ini tidak mengalami peningkatan, dalam artian berjualan masih di pinggir jalan, dan belum mempunyai karyawan. Jam berjualan pun hanya dari sore sampai malam, karena berjualan di pinggir jalan maka tanpa atap jadi pendapatan juga tergantung oleh cuaca, apabila hujan dari sore terkadang tidak berjualan, karena bila hujan orang-orang akan malas keluar rumah.

Piscok meler Ibu Hesti termasuk kedalam tipe kreativitas duplikasi dan faktor kreativitas eksternal. Peniruan terhadap konsep orang lain tidak dapat dihindari, awal mula membuka usaha piscok meler karena teman yang memberi ide usaha piscok meler, jadi ibu hesti meniru usaha ini dari temannya. Piscok meler ini buka dari siang sampai malam, dan tidak mempekerjakan pegawai, tempat yang digunakan menyewa di warung kecil, sudah ada atapnya sehingga hujan pun ibu hesti tetap bisa berjualan.

Faktor yang mempengaruhi pendapatannya antara lain modal, dan lamanya usaha. Modal yang digunakan ibu hesti sesuai dengan pendapatan yang diperolehnya. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada ibu hesti, namun Ibu hesti tidak hanya berjualan piscok lumer, tetapi juga berjualan lenggang, pempek dan minuman. Ciri khas dari piscok lumer dari Ibu Hesti coklatnya meler. Untuk menjaga kualitas ibu hesti tidak pernah mengurangi bahan yang digunakan meskipun dalam masa pandemi seperti sekarang, pemasaran yang digunakan melalui media sosial seperti Instagram, Grab dan Gojek. Piscok lumer ini dijual dengan harga Rp.5.000,- tiga biji.

Mas Bagus merupakan pedagang Piscok Lumer sudah lama menggeluti usaha ini berdasarkan pengalaman dan keterampilan. Piscok meler ini paling ramai di antara piscok yang lain, salah satunya karena lokasinya sangat dekat dengan kampus dan jam jualannya juga paling panjang, dari jam 10.00-21.00 malam, tempatnya juga strategis di pinggir jalan, selain itu rasanya juga paling enak, coklat yang digunakan sangat banyak sehingga lumer apabila dimakan.

Berdasarkan hasil wawancara piscok meler Mas Bagus omsetnya paling tinggi dibanding piscok milik Mbak Fatma dan Ibu Hesti, sesuai dengan modal yang dikeluarkan juga lumayan besar. Piscok meler ini belum lama berdiri, namun selalu ramai pembeli meskipun musim pandemic seperti saat ini. Konsumen piscok meler ini semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang tua, selain itu harganya juga terjangkau. Pembeli lebih ramai di jam sore-malam, cuaca termasuk yang mempengaruhinya. Lokasi dan jam berjualan juga menentukan pendapatan para pedagang, semakin dekat dengan keramaian maka semakin banyak pembelinya.

Ibu Sukarti dan bapak kartono tidak melakukan kreativitas dan inovasi produk karena keterbatasan kemampuan dan modal. Selain itu usianya sudah 50 keatas, jadi sulit untuk menciptakan produk yang kreatif seperti sekarang ini. Proses produksi pisang ini hanya di goreng dengan tepung lalu digoreng, untuk menjaga agar konsumen tetap berlangganan ibu sukarti menjaga kualitas bahan, dan rasa.

Ibu Sukarti dan Kartono berjualan sendiri dari sore-malam hari. Modal sangat berpengaruh terhadap pendapatan, pendapatan yang didapat sesuai dengan modal yang dikeluarkan, untuk pisang goreng ini tidak memerlukan modal yang besar. Lamanya usaha tidak mempengaruhi pendapatan, ibu sukarti sudah 10 tahun dan Bapak Kartono 17 tahun berdagang, namun pendapatannya hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Dan juga tidak memiliki karyawan ataupun tempat. Maka kreativitas sangat diperlukan dalam sebuah usaha, untuk menaikkan nilai jualnya.

Sama seperti Ibu Sukarti, Bapak Kartono berjualan pisang goreng dan gorengan lainnya, awal mula berjualan gorengan ini karena ingin mendapatkan penghasilan untuk kebutuhan rumah tangga dan sekolah anaknya. Bapak Kartono tidak hanya menjual pisang goreng, tetapi juga menjual tempe, bakwan, tahu, cireng dan combro.

Seperti halnya dari ketujuh pedagang olahan pisang di simpang kampus dua diantaranya belum menerapkan kreativitas dalam produk dagangannya yaitu Ibu Sukarti dan Bapak Kartono pedagang Gorengan yang menurut peneliti usahanya masih kurang berkembang. Pendapatan yang diperoleh hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari.

Saat ditanya mengapa tidak mencoba membuat olahan pisang yang lebih menarik dan keuntungan yang lebih besar keduanya menjawab karena tidak memiliki kemampuan untuk menciptakan ide produk yang lebih menarik, selain itu usia Bapak Kartono dan Ibu Sukarti sudah kepala lima,

selanjutnya keterbatasan modal yang dimiliki. Pada akhirnya mereka hanya menjual apa yang mereka bias, yaitu olahan pisang goreng.

Jika untuk kelima pedagang lainnya sudah sesuai dengan teori dan menerapkan kreativitas serta faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas di dalam produk olahannya, pendapatan rata-rata yang diperoleh Rp.50.000 ke atas setiap bulannya karena mereka selalu membuat inovasi baru yang diinginkan konsumen dan memperhatikan kualitasnya sehingga konsumen juga tidak enggan untuk membeli produk-produk yang diinginkannya. Selain itu kelima pedagang ini juga menggunakan kreativitas-kreativitas untuk membuat produk dagangannya diminati oleh konsumen sehingga dalam hal pendapatan sesuai dengan apa yang mereka kerjakan dan hasilkan.

Lima pedagang Pinaboh, J-Bana Pisang Keju, Piscok Lumer dan dua Piscok Meler yang sudah menerapkan kreativitas tersebut memiliki ciri produk nya masing-masing. Modal dan pendapatan yang paling banyak di dapatkan oleh Mbak Anita pemilik pinaboh, mengingat harga dan produk yang diciptakan berbeda dari yang lain.

Dari penjelasan di atas terdapat ketidak sesuaian tentang faktor-faktor pendapatan terhadap Ibu Sukarti dan Bapak Kartono pedagang Pisang Goreng, yaitu lamanya usaha tidak menentukan pendapatan pedagang, hal ini dibuktikan oleh Ibu Sukarti dan Bapak Kartono pedagang gorengan yang sudah puluhan tahun berdagang, tetapi karena

kurangnya inovasi, kreativitas dan modal sehingga usahanya tidak mengalami peningkatan atau kemajuan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan usahanya setiap pedagang mempunyai tingkat kreativitas masing-masing untuk membuat produknya lebih diminati oleh konsumen dan selalu mengembangkan inovasi agar usahanya dapat berdaya saing dengan usaha pisang yang lain. Dari pengembangan tingkat kreativitas yang dilakukan menghasilkan berbagai macam olahan seperti Pisang Crispy, Sate Pisang, Pisang Keju, Piscok Meler, Piscok Lumer dan Pisang Goreng, dari berbagai macam kreativitas yang dihasilkan tersebut dapat menambah dan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh pedagang. Semakin pedagang tersebut meningkatkan kreativitas produk maka semakin banyak pendapatan yang akan di dapat. Dari ketujuh pedagang yang diteliti, lima diantaranya: Pinaboh, J-Bana Pisang Keju, Piscok Lumer, dan Piscok Meler sudah menerapkan kreativitas di dalam produknya, sedangkan kedua pedagang pisang Goreng belum menerapkan kreativitas di dalam produknya, dari ketujuh olahan Pisang tersebut, yang paling kreatif dan pendapatan yang besar adalah Pinaboh. Apabila pedagang tersebut tidak mengembangkan kreativitas produknya, maka akan tertinggal dengan pedagang yang lain dan pendapatan pun akan berkurang.

## **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti sumbangkan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang Kreatif harus lebih berinovasi mengeluarkan ide-ide baru dan meningkatkan kualitas produk makanan dengan baik agar dapat bersaing dengan produk modern dan masuk dipasar global.
2. Bagi pemerintahan kecamatan 15A Metro Timur agar lebih memperhatikan kesejahteraan masyarakat dengan pemberian motivasi dan pelatihan yang lebih baik untuk mengembangkan potensi olahan pangan yang berbasis potensi lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purnomo, Widiya Dewi Anjaningrum. “Kreativitas dan Inovasi Produk Industri Kreatif.” *Jurnal Cashtech*, 2018.
- Anita Pemilik Usaha Pisang Krispy dan Sate Pisang. Wawancara, 14 Juli 2020.
- Anita Pemilik Usaha Usaha Pisang Krispi dan Sate Pisang. Wawancara, September 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Bagus Pemilik Usaha Piscok Meler. wawancara, 25 November 2020.
- Budi Wahyono. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul.” *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol.6 No.4 (2017).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- . *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1998.
- “Dokumentasi 15A Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur,” November 2020.
- Farida, Leli. “Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur.” *UIN Raden Intan Lampung*, 2018.
- Fatma Pemilik Usaha Piscok Lumer. Wawancara, 14 Juli 2020.
- Febrianti (last). “Analisis Kinerja Agroindustri Keripik Pisang Skala Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kota Metro.” *Universitas Lampung*, 2016.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Hadiyati, Ernani. “Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol.13, No.1 (2011).
- Iskandar. “Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin di Kota Langsa.” *Jurnal Samudra Ekonomika* Vol.1 No.2 (2017).
- Kartono Pemilik Usaha Gorengan (Pisang Goreng). Wawancara, 25 November 2020.

- Kevin Lane Keller, Philip Kotler. *Marketing Manajemen*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga, 1994.
- Lia Pemilik Usaha J-Bana Pisang Keju. Wawancara, 25 November 2020.
- Lilis Suriani, Sintia Dewi Pratiwi. "Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru." *Jurnal Valuta* Vol.3 No.2 (Oktober 2017).
- Luh Putu Aswirati, Komang Adi Putra. "Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Barat." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol.5 No.11 (2016).
- Nahdliyah, Ilma Fiyatun. "Pengembangan Kreativitas Ekonomi Masyarakat melalui Potensi Lokal study home industry Dwi Martuti." *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2017.
- Nasution, S. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Edisi 1, Cet 13. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Purbadharmaja, Komang Suwartawan. "Pengaruh Modal dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Melalui Produksi Pengrajin Patung Kayu di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol.6 No.9 (2017).
- Rifqi Riyansyah. "Jurnal Ilmiah Magister Management" Vol.02, No 01. (t. t. ).
- Rohani. "Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Bahan Bekas." *Jurnal Raudah* Vol.05 No.02 (2017).
- Rohmah, Umi. "Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Industri Anyaman Bambu di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu." *UIN Raden Intan Lampung*, 2017.
- Rusdiana. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Sudaryono. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014.
- Sukarti Pemilik Usaha Gorengan (Pisang Goreng). Wawancara, 24 November 2020.
- Sumarsono, Sonny. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Winardi, J. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- . *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media, 2005.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id>,” November 2020

<https://www.pertanian.go.id>, Agustus 2020.

## **LAMPIRAN-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;

Nomor : 1539/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 15 Juni 2020  
Lampiran : -  
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Rina El Maza., S.H.I., M.S.I
  2. Ani Nurul Imtihanah, S.H.I., M.S.I
- di – Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

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

Nama : Zulfanisa Damayanti  
NPM : 1602040055  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Analisis Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Di 15 A Kelurahan Iring Mulyo, Metro Timur, Kota Metro

Dengan ketentuan :

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

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

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan

Kemahasiswaan



MUHAMMAD SALEH



**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](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

Nomor : 3128/In.28/D.1/TL.00/11/2020  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Kepala Badan Kesbangpol  
Kota Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3127/In.28/D.1/TL.01/11/2020, tanggal 26 November 2020 atas nama saudara:

Nama : **ZULFANISA DAMAYANTI**  
NPM : 1602040055  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN PISANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRING MULYO METRO TIMUR".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 26 November 2020  
Wakil Dekan I,



*[Signature]*  
Drs. H. M. Saleh MA  
NIP. 19650111 199303 1 001





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 3127/ln.28/D.1/TL.01/11/2020

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

Nama : ZULFANISA DAMAYANTI  
 NPM : 1602040055  
 Semester : 9 (Sembilan)  
 Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN PISANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRING MULYO METRO TIMUR".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

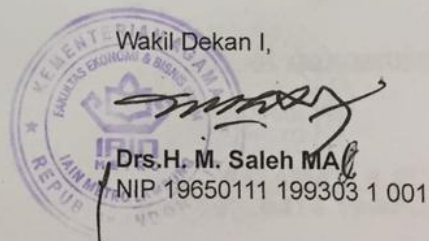
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
 Pada Tanggal : 26 November 2020

Mengetahui,  
 Pejabat Setempat



Wakil Dekan I,





**PEMERINTAH KOTA METRO  
KECAMATAN METRPO TIMUR  
KELURAHAN IRINGMULYO**

Jl. Jenderal A. Yani No. 84 Telp. (0725) 49445

Iringmulyo, 07 Januari 2021

Nomor : 400/ 02 /C.4.1/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala LPPSP FISIP Universitas  
Indonesia  
di-  
**Metro**

Berdasarkan Rekomendasi Izin Reaseach/Penelitian  
KKN/KKL/KKS/PPL Nomor 070/217/B-6/REG/2020 tanggal  
30 Desember 2020 Penyelesaian Reseach, dengan ini Kami  
memberikan izin kepada mahasiswa :

Nama : **ZULFANISA DAMAYANTI**  
NPM : 1602040055  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Judul : Melaksanakan Observasi/Survey dengan  
judul "**ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS  
PRODUK OLAHAN PISANG TERHADAP  
PENDAPAT PEDAGANG DI 15A  
KELURAHAN IRINGMULYO METRO TIMUR**"

Selama mengadakan survey Penelitian yang bersangkutan  
melaksanakan kegiatan sesuai dengan ketentuan/judul yang  
diambil.

Demikian untuk maklum dan agar dapat dipergunakan  
sebagaimana mestinya.

**PEMERINTAH KOTA METRO**  
**LURAH IRINGMULYO,**  
**KELURAHAN IRING MULYO**  
**SELAMAT, S.IP.**  
**NIP. 19710414 199402 1 002**

**Tembusan :**

1. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro
2. Camat Metro Timur
3. Yang bersangkutan

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**  
**ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN PISANG TERHADAP**  
**PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRINGMULYO METRO TIMUR**

**A. Wawancara (*Interview*)**

Wawancara kepada pemilik usaha.

1. Sejarah dan Modal Usaha
  - a. Sejak tahun berapa usaha ini berdiri?
  - b. Bagaimana sejarah berdirinya usaha ini?
  - c. Berapa modal awal yang digunakan untuk mendirikan usaha olahan pisang ini?
2. Kreativitas
  - a. Ide kreativitas apa yang anda lakukan?
  - b. Berapa jenis kreativitas produk olahan pisang yang anda lakukan?
  - c. Bagaimana proses produksi usaha kreativitas produk olahan pisang yang dilakukan?
  - d. Apa yang menjadi ciri khas kreativitas produk olahan pisang ini?
3. Produk
  - a. Bagaimana cara anda menjaga kualitas rasa agar konsumen tetap suka dengan produk yang anda pasarkan?
  - b. Apa yang anda lakukan untuk meningkatkan persaingan ekonomi kreatif sekarang?
  - c. Bagaimana pemasaran yang digunakan untuk bertahan dalam persaingan dari segi harga, kualitas, dan kemasan?
4. Pendapatan
  - a. Berapa omset penjualan yang didapatkan dalam sehari?
  - b. Berapa keuntungan penjualan yang didapatkan dalam sehari?
  - c. Apakah kreativitas produk mampu meningkatkan pendapatan anda?
  - d. Apa dampak dari adanya usaha kreativitas produk olahan pisang bagi anda?

**DOKUMENTASI**

**B. Dokumentasi**

1. Dokumentasi Wawancara
2. Dokumentasi produk kreatif olahan pisang

Metro, November 2020

Peneliti,

**Zulfanisa Damayanti**  
**NPM. 1602040055**

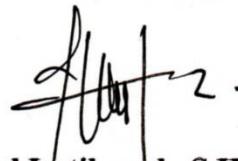
Mengetahui,

**Pembimbing I**



**Rina El Maza, S.H.I., M.S.I**  
**NIP. 19840123 2 00912 2 005**

**Pembimbing II**



**Ani Nurul Imtihanah, S.H.I., M.S.I**  
**NIDN. 2019069002**



**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-34/In.28/S/U.1/OT.01/01/2021**

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

Nama : ZULFANISA DAMAYANTI  
NPM : 1602040055  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1602040055

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Januari 2021  
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtadi Sudin, M.Pd  
NIP.195808311981031001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
 e-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

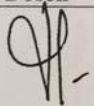
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

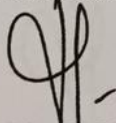
Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040055

Semester / TA : IX /2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	06-11-2020	√	ACC OUTLINE	

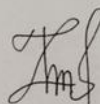
Dosen Pembimbing I



Rina El-Maza

NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,



Zulfanisa Damayanti

NPM. 1602040055



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;  
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040055

Semester / TA : VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
			Acc bab I - W	

Dosen Pembimbing I

Rina El-Maza

NIP. 1984012320091220055

Mahasiswa Ybs,

Zulfanisa Damayanti

NPM. 1602040055



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
 e-mail: [syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

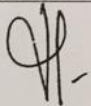
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

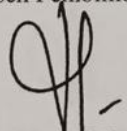
Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040055

Semester / TA : IX /2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	20-11-2020	√	ACC APD	

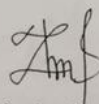
Dosen Pembimbing I



Rina El Maza

NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,



Zulfanisa Damayanti

NPM. 1602040055





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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
 e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id


**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

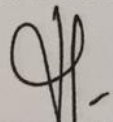
Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040055

Semester / TA : X /2021

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Januari 2021		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alasan memilih lokasi penelitian</li> <li>2. Sebutkan Nama pemilik usaha yang diwawancara</li> <li>3. Tambahkan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas</li> </ol>	

Dosen Pembimbing I



**Rina El-Maza**

**NIP. 19840123 200912 2 005**

Mahasiswa Ybs,



**Zulfanisa Damayanti**

**NPM. 1602040055**



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id


**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

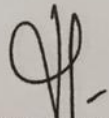
NPM : 1602040055

Semester / TA : X /2021

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	12 Januari 2021		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hilangkan Teori di bab 4 dan di persingkat</li> <li>2. Analisis di jadikan satu</li> </ol>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,



**Rina El-Maza**  
NIP. 19840123 200912 2 005



**Zulfanisa Damayanti**  
NPM. 1602040055



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id


**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

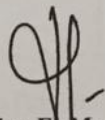
NPM : 1602040055

Semester / TA : X /2021

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	14 Januari 2021		ACC untuk di Munaqosahkan	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,



**Rina El-Maza**  
NIP. 19840123 200912 2 005



**Zulfanisa Damavanti**  
NPM. 1602040055



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040055

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu / 4 Nov 20		Bimbingan outline	
2.	Jumat 6 Nov 20		Ace Outline	
3.	Selasa 10 Nov 20		BAB I - III -> Cover, -> sis tematika penulisan spasi dth. sesuai keas buku pedoman -> setiap paragraf ber parafte dan narasi sehingga <del>tidak</del> <del>terjadi</del> Mymbang. -> Penelitian Relevan. jelaskan perbedaan dan persamaan secara akademis. tidak hanya pada sisi perbedaan tempat nya.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Ani Nurul Imtihanah, S.H.I, M.S.I  
 NIDN. 2019069002

Zulfanisa Damayanti  
 NPM. 1602040055



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung.34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040055

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 16 Nov		3. Tentang Prodak. 4. Tentang pendapatan (sewa tanah)	
	18 Nov.		Acc. Skripsi Bab 1-3	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Ani Nurul Imtihanah, S.H.I, M.S.I  
 NIDN. 2019069002

Zulfanisa Damayanti  
 NPM. 1602040055





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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040055

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum 24 20 Nov		Bimbingan langsung APD. Aec. APD. &	<i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i>

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

*[Signature]*  
Ani Nurul Imtihanah, S.H.I, M.S.I  
 NIDN. 2019069002

Zulfanisa Damayanti  
 NPM. 1602040055



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040055

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	18/12/2020 Jumat		Bimbingan BAB 4 - Tambah Analisis -> Garisakan pisau bedah setiap item yg tertuli - Tidak diberi sumber data	
	28/12/2020 Senin		- Halaman persembahan - Produk pesaing - Kesimpulan	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

**Ani Nurul Imtihanah, S.H.I, M.S.I**  
 NIDN. 2019069002

**Zulfanisa Damayanti**  
 NPM. 1602040055



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zulfanisa Damayanti

Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040055

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	08 Januari		Acc Bab 4-5 untuk dilanjutkan ke penyusunan I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Ani Nurul Imtihanah, S.H.I, M.S.I  
 NIDN. 2019069002

Zulfanisa Damayanti  
 NPM. 1602040055





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inngmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Zulfanisa Damayanti

NPM : 1602040055

Jurusan : S1 Ekonomi Syariah

Judul : ANALISIS TINGKAT KREATIVITAS PRODUK OLAHAN PISANG  
TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI 15A KELURAHAN IRING  
MULYO METRO TIMUR

Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score* 10%.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 11 Januari 2021

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dharma Setvawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005 /

**DOKUMENTASI**

1. Wawancara Kepada Mba Anita Pemilik Usaha Pinaboh, dengan produk Pisang Crispy dan Sate Pisang



2. Wawancara kepada Ibu Lia J-Bana Pisang Keju di depan puskesmas 15A Iring Mulyo



3. Wawancara kepada Mbak Fatma pemilik Piscok Lumer di Simpang Kampus





4. Wawancara Kepada Ibu Hesti Pemilik Usaha Piscok Meler A di depan Arjuna Counter



5. Wawancara Kepada Mas Bagus Pemilik Usaha Piscok Meler di samping Qolsa Boutique



6. Wawancara Kepada Ibu Sukarti Pemilik Usaha Pisang Goreng di depan kampus, daerah simpang kampus.





Wawancara Kepada Bapak Kartono Pemilik Usaha Pisang Goreng

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Zulfanisa Damayanti lahir di Joharan pada tanggal 07 Maret 1998. Peneliti merupakan putri pertama dari Bapak Nurul Huda dan Ibu Sarmiyati. Peneliti menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Kalipasir, lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan ke jenjang pertama di SMP N3 Way Bungur, lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan ke jenjang atas (SMA/ sederajat) di SMAN 1 Purbolinggo, dan lulus pada tahun 2016.

Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo, yang kini telah berganti nama menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada tahun 2016. Jurusan Ekonomi Syariah (ESy), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI).