

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA
PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK
(Studi Pada Umkm Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan
Rumbia Lampung Tengah)**

Oleh:

**DIKAVIA SELVIANA
NPM. 1704040121**



**Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2023 M**

**PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA
PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK
(Studi Pada Umkm Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan
Rumbia Lampung Tengah)**

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

Oleh:

DIKAVIA SELVIANA
NPM. 1704040121

Pembimbing : Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy.

Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2023 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan skripsi untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di -
Tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Dikavia Selviana
NPM : 1704040121
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusa : Ekonomi Syari'ah
Judul : **PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK (Studi pada UMKM Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah)**

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

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Metro, 13 Juni 2023
Dosen Pembimbing



Zumaroh, S.E.I., M.E.Sv.
NIP. 197904222006042002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA
PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK (Studi pada
UMKM Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia
Lampung Tengah)
Nama : Dikavia Selviana
NPM : 1704040121
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institus Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 13 Juni 2023

Dosen Pembimbing



Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy.

NIP. 197904222006042002



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alirang Mulyo Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-3684/In.28.3/D/PP.00.9/12/2023

Skripsi dengan Judul: PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK (Studi Pada UMKM Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah), disusun oleh: Dikavia Selviana, NPM: 1704040121, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/16 November 2023

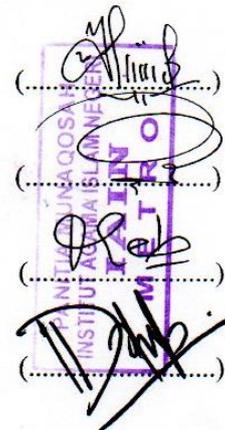
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Zumaroh, M.E.Sy

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Diana Ambarwati, M.E.Sy

Sekretaris : Primadatu Deswara, SKM., MPH.



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

ABSTRAK

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK (Studi Pada Umkm Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah)

Oleh :

**DIKAVIA SELVIANA
NPM. 1704040121**

Perkembangan ekonomi kreatif di era digital sangat berpengaruh di berbagai daerah untuk meningkatkan daya tarik produk. Di desa Binakarya Putra terkenal dengan umkm tiwul namun kendala yang di hadapi kurangnya upaya untuk meingkatkan daya tarik terhadap tiwul kristal. Tiwul merupakan makanan tradisional yang terbuat dari bahan singkong yang hingga saat ini masih terkenal di mancanegara. Tiwul kristal adalah tiwul buatan ibu Wijiati yang di daerah lain sering disebut tiwul instan yang sangat ramai di pasaran namun belum memiliki brand merek. Hal ini yang menjadi ketertarikan peneliti untuk mendalami lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengembangan ekonomi kreatif pembuatan tiwul kristal untuk meningkatkan daya tarik produk. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*). Adapun sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data primer yang di peroleh langsung dari pembuat tiwul kristal dan juga data sekunder. Sedangkan Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan wawancara. Metode analisis yang di gunakan oleh penelitian ini yaitu menggunakan cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan kongkrit, peristiwa asli, kemudian dari fakta yang khusus tersebut ditarik kesimpulan yang bersifat umum.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif di desa Binakarya Putra sangat tinggi, berawal dari tahapan proses produksi tiwul kristal yang harus di perhatikan agar menghasilkan kualitas yang baik. Varian tiwul yang berkembang di desa Binakarya Putra salah satunya tiwul kristal. Dengan adanya varian baru ini maka penjualan tiwul kristal semakin meningkat sehingga dapat meningkatkan perekonomian yang ada.

Kata Kunci : *Ekonomi Kreatif, Daya Tarik, Tiwul Kristal*

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DIKAVIA SELVIANA
NPM : 1704040121
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 sumber dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 15 Juni 2023
Yang menyatakan



Dikavia Selviana
NPM. 1704040121

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ
إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.” (Surat Al-Baqarah ayat 172)

PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Ponimin dan Ibu Suprapti yang sangat ku hormati, yang tulus menyayangiku, yang selalu mendoakan, dan memberikan dukungan kepadaku secara materi dan moril demi studiku, serta keluarga ku yang tak bisa ku sebutkan satu persatu.
2. Ibu Zumaroh, S.E.I., M.E. Sy. selaku pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang sabar dan selalu mengarahkanku.
3. Para sahabat seperjuangan, teman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, teman-teman Esy A 2017, teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi yang tak bisa ku sebutkan satu persatu serta Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah dan Teman-teman KSEI Filantropi IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam beserta isinya. Puji syukur kehadiran Allah swt yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "*Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk (Studi pada UMKM Tiwul Kristal di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah)*" sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Shalawat sertasalam tak lupa kita sanjungkan keharibaan habibana Nabi Muhammad saw yang senantiasa menjadi panutan bagi kita semua.

Dalam upaya menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

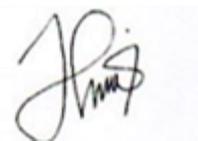
1. Ibu Prof Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag, PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
4. Ibu Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy. selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan

mengarahkan kepada peneliti yang sangat berharga sehingga dapat menyelesaikan penulisan ini

5. Seluruh Dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
6. Ibu Wijati Selaku Pemilik Usaha Tiwul yang telah memberikan data dan informasi guna membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini
7. Serta seluruh pihak yang turut serta dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga peneliti sangat membutuhkan kritik dan saran serta masukan demi perbaikan skripsi ini dan peneliti berharap serta menerima masukan dengan lapang dada. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syari'ah dan bagi pihak-pihak yang berkaitan.

Metro, 15 Juni 2023
Peneliti,



DIKAVIA SELVIANA
NPM. 1704040121

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Penelitian Relevan.....	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Daya Tarik Produk	10
1. Pengertian Daya Tarik Produk	10
2. Komponen Daya Tarik Produk	11
3. Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk	14
B. Ekonomi Kreatif.....	18
1. Pengertian Ekonomi Kreatif.....	18
2. Sektor-Sektor Ekonomi Kreatif.....	22
3. Pengembangan Ekonomi Kreatif	29
4. Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Daya Tarik Produk	32
5. Prospek Ekonomi Kreatif Berbahan Singkong	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	37
B. Sumber Data.....	38
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Kabupaten Lampung Tengah	43
B. Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Pembuatan Tiwul Kristal .	46
C. Analisis Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk Terhadap Tiwul Kristal Di Binakarya Putra.....	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	57
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Prasurvey
5. Surat Research
6. Surat Tugas
7. Surat Uji Turnitin
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Formulir Konsultasi Bimbingan
10. Foto-foto Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang terkenal akan kekayaan sumber daya alam, arsitektur bangunan, flora dan fauna, kebudayaan, hingga kuliner yang menjadi ciri khas dari Negara Indonesia. Indonesia memiliki tanah yang begitu subur, air yang melimpah, dan iklim yang menghadirkan curah hujan yang seimbang sehingga menjadikan tanah air Indonesia sebagai pemilik kekayaan alam yang sangat berlimpah. Kekayaan alam Indonesia telah dikenal oleh negara-negara hampir di seluruh dunia. Dengan demikian, Indonesia sangat memperhatikan kebutuhan pangan demi kesejahteraan masyarakat. Pengembangan ekonomi di era digital ini sangat berpengaruh bagi kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu, masyarakat memiliki kreativitas baru di dalam ekonomi kreatif untuk meningkatkan kualitas dan mutu.

Pengembangan ekonomi kreatif dalam mengintegrasikan teknologi, informasi dengan tetap mempertahankan kekhasan yang ada dalam rangka perbaikan ekonomi yang lebih baik untuk meraih keunggulan yang mampu menekan pengangguran serta memberikan peluang yang adil sesama masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan tujuan pengembangan ekonomi kreatif dalam Islam berkaitan dengan konsep *falah* yang berarti kesejahteraan ekonomi di dunia dan keberhasilan hidup di akhirat, yaitu kesejahteraan yang meliputi kepuasan fisik, sebab kedamaian mental yang dapat dicapai melalui

realisasi yang seimbang antara kebutuhan materi dan rohani dari personalitas manusia. Pengembangan suatu usaha merupakan tanggungjawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, kreativitas, dan motivasi. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusahaan maka akan besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang awalnya kecil menjadi usaha menengah bahkan menjadi usaha yang besar.¹

Pengembangan ekonomi kreatif khususnya dibidang kuliner sangatlah beragam, salah satunya adalah tiwul.² Tujuh belas sub sektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia adalah : Pengembang Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Musik, Seni Rupa, Desain Produk, Feshion, Kuliner, Film Animasi dan Video, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, Televisi dan Radio, Kriya, Periklanan, Seni Pertunjukan, Penerbitan, dan Aplikasi.³ Banyak aspek yang dapat menggambarkan suatu keragaman budaya yang salah satunya terlihat dari segi kuliner yang dikenalakan kelezatan yang menggugah selera juga identik dengan citarasa yang khas sehingga memiliki karakteristik dan keunikan tersendiri. Tiwul merupakan olahan dari singkong yang digunakan sebagai bahan pokok pengganti beras yang mengandung kalori lebih rendah dari pada beras. Sehingga tiwul sudah dikonsumsi oleh masyarakat umum dan sudah menjadi menu di lestoran ataupun di hotel. Tiwul Kristal yang sering

¹ Siti Nur Azizah dan Muhfiatun, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perpektif Ekonomi Syariah (Studi Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)," Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol. 17, No. 2, 2017, 68

² Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 66

³ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2010), 21

disebut oleh Ibu Wijati di daerah lain sering disebut dengan tiwul instan. Tiwul instan merupakan salah satu produk yang terkenal di Kabupaten Wonosobo.

Tiwul merupakan kuliner yang hingga saat ini masih populer hingga saat ini. Ibu Wijati menciptakan tiwul kristal sebagai bahan pangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari juga dapat dijual di pasaran yang hingga kini menjadi populer dan berkembang sehingga Ibu Wijati membuka UMKM tiwul kristal dan macam-macam produk yang berbahan dari singkong. Kuliner merupakan salah satu dari sub sektor dari ekonomi kreatif yang kegiatannya mempersiapkan, pengolahan, penyajian produk makan dan minuman yang menjadikan unsur kreatifitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli bagi konsumen. Selain itu, kuliner merupakan ekonomi yang terus mengalami kemajuan yang positif serta kreatifitas dan juga pengetahuan dari pelaku ekonomi untuk mengolah bahan pangan sehingga menjadi hidangan yang menarik dan juga sangat lezat. Terdapat banyak keanekaragaman pada kuliner salah satunya tiwul.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti khususnya di sebuah desa tepatnya Dusun I, RT/RW 001, BK 2 Kalipasir Baru, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung ternyata tidak hanya satu yang mendirikan UMKM pembuatan tiwul melainkan terdapat 5 (Lima) UMKM pembuatan tiwul ataupun olahan yang berbahan

singkong lainnya. Namun disini peneliti hanya memilih salah satu dari UMKM untuk dijadikan objek penelitian yakni UMKM kediaman Ibu Wijati yang sering dipanggil Mbah Peng. Peneliti memilih tempat Ibu Wijati karena Usaha beliau bukan hanya membuat tiwul saja namun berbagai olahan yang berasal dari singkong yang salah satunya yaitu tiwul. Tidak hanya tiwul biasa yang dibuat oleh Ibu Wijati namun ada satu varian tiwul yang membuat peneliti tertarik yakni tiwul kristal (Tiwul Instan). Selain bentuknya yang sama persis dengan kristal warnanya juga mirip dengan kristal. Tiwul ini berwarna putih bening dan bentuknya bulat, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tiwul buatan Ibu Wijati ini karena selain unik juga sangat diminati oleh pedagang-pedagang ataupun konsumen lainnya.⁴

Dengan adanya survey maka peneliti mengangkat judul ini dalam upaya meningkatkan daya tarik produk. Dalam hal ini banyak konsumen yang tertarik dengan buatan Ibu Wijati karena yang dibuat tidak hanya tiwul akan tetapi banyak produk lainnya yang membuat tertarik dan jarang ditemui tempat-tempat lainnya, walaupun ada rasanya berbeda sehingga banyak yang datang pada Ibu Wijati. Setiap harinya konsumen yang datang pada Ibu Wijati untuk memesan produk yang dibuat Ibu Wijati ini ada 5 (lima) sampai 8 (delapan) orang baik dari konsumen maupun dari pedagang.⁵ Ibu Wijati berhasil memproduksi tiwul sebanyak 13-15 kg per minggu sehingga menghasilkan 53-60 kg setiap 1 bulan baik tiwul kristal maupun tiwul biasa yang dijual dengan harga Rp. 15.000,- per kg untuk tiwul kristal dan mendapat

⁴ Wawancara Ibu Wijati pada tanggal 23 Februari 2022, pukul 15.30

⁵ Wawancara Ibu Wijati pada tanggal 23 Februari 2022, pukul 15.30

keuntungan sebesar Rp. 9.000,- per kg. Sebesar Rp. 12.000,- untuk tiwul biasa dengan mendapat keuntungan Rp. 7.000,- per kg sehingga memperoleh pendapatan bersih (laba) sebesar Rp. 135.000,- per minggu atau Rp. 540.000,- per bulan untuk tiwul kristal dan Rp. 105.000,- per minggu atau Rp. 420.000,- setiap bulan untuk tiwul hitam.⁶

Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti tertarik meneliti dengan judul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk” guna meningkatkan permintaan suatu produk yang selama ini ada dan menjadi produk yang hingga saat ini masih populer.

B. Pertanyaan Penelitian

Berangkat dari uraian yang terdapat pada latar belakang, maka rumusan pertanyaan yang akan menjadi fokus penelitian yaitu: “Bagaimana pengembangan ekonomi kreatif pembuatan tiwul kristal dalam upaya meningkatkan daya tarik produk ?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif pembuatan tiwul kristal dalam upaya peningkatan daya tarik produk yang ada di Dusun 2 Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Kabupaten Lampung Tengah.

⁶ Wawancara Ibu Wijati pada tanggal 30 Juni 2022, pukul 16.30

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yakni:

a. Secara Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi, penelitian selanjutnya, peneliti lain. Dan bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan baik untuk pembaca maupun peneliti sendiri yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta memberikan informasi bagi mahasiswa lain atau kalangan umum yang melakukan studi penelitian mengenai Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk. Dan juga diharapkan dengan adanya penelitian ini akan membuahkan inovasi-inovasi dalam menciptakan sebuah produk.

b. Secara Praktis

Peneliti berharap pada penelitian ini dapat bermanfaat bagi Pemilik Usaha Tiwul khususnya tiwul kristal yang ada di Rumbia, UMKM maupun pengusaha lainnya untuk mengembangkan suatu usaha khususnya dibidang kuliner dengan bahan singkong.

D. Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka atau penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu sebagai pembanding dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh para peneliti yang memiliki tujuan untuk mencari tahu mengenai perbedaan maupun persamaan diantara

keduanya. Oleh karena itu, dalam kajian pustaka ini, peneliti akan memaparkan perkembangan karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan penulis. Adapun penelitian yang penulis baca sebagai bahan studi dan perbandingan diantaranya yaitu :

Penelitian yang dilakukan oleh Fila Fitriani mahasiswi Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tahun 2020, dengan judul : Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur). Penelitian ini membahas tentang ekonomi kreatif sangatlah penting di era digital atau pada masa sekarang ini. Dengan adanya ekonomi kreatif maka akan membantu meningkatkan pendapatan sehingga dapat meringankan perekonomian di Indonesia terutama pada wirausaha, UMKM, atau usaha lainnya yang menggunakan metode ekonomi kreatif.⁷ Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian diatas yakni memiliki persamaan peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan dengan cara menciptakan produk-produk yang baru sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Fila Fitriani yaitu lokasi, perspektif dan objek yang menjadi narasumber dalam penelitian tersebut. Penelitian Fila Fitriani yang menjadi objek adalah seni kriya kayu sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi objek yaitu UMKM Tiwul Kristal.

⁷ Fila Fitriani, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, *Skripsi*, 2020

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Lina Dorabella mahasiswi jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tahun 2019 dengan judul "Managemen Produk Ekonomi Kreatif Olahan Singkong Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kampung 13 A Purwodadi Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)." Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk yang digunakan adalah berbahan singkong. Dengan adanya ekonomi kreatif maka singkong tersebut dijadikan sebagai berbagai olahan makanan yang kreatif sehingga membuat konsumen tertarik demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pesamaan yang terdapat antara penelitian ini dengan penelitian diatas yaitu pada bahan yang digunakan menggunakan bahan baku singkong yang dijadikan olahan kuliner yang kreatif sehingga dapat menarik konsumen.⁸

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Ayu Sukmawati mahasiswi Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto tahun 2021 dengan judul "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Panggok Desa Slarang Kesugihan Cilacap". Penelitian ini membahas mengenai banyaknya pasar kuliner namun makanan tradisional yang terlupakan karena banyaknya makanan kekinian. Dengan adanya pengembangan ekonomi kreatif maka penelitian ini akan mengenalkan kembali makanan tradisional melalui pasar kreatif. Persamaan antara penelitian ini dan penelitian diatas terdapat pengembangan ekonomi kreatif yang dapat dijadikan sebagai motivasi untuk

⁸ Lina Dorabella, Managemen Produk Ekonomi Kreatif Olahan Singkong Terhadap Kesejahteraan Masyarakat, *Skripsi*, IAIN METRO, 2019

menciptakan atau menginovasi produk baru sesuai dengan perkembangan zaman.

Seperti yang dijelaskan dari tiga penelitian di atas yang menjelaskan bawasannya antara penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan antara ketiga referensi dengan penelitian ini yaitu tahapan pemberdayaan yang dilakukan dengan cara : pendekatan masyarakat, menunjukkan pentingnya perubahan, adanya ekonomi kreatif, pembuatan produk yang kreatif, menyejahterakan masyarakat, dan dalam upaya meningkatkan pendapatan dengan cara menciptakan hal-hal yang baru dan kreatif. Adapun perbedaannya yaitu dalam penelitian ini memiliki keunikan tersendiri yang terdapat pada produk yang telah dibuat yakni sebuah tiwul yang berbentuk sama persis dengan kristal, sehingga peneliti tertarik untuk mendalami proses pembuatan tiwul kristal.⁹

⁹Ayu Sukmawati, Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slarang Kesugihan Cilacap.IAIN Purwokertoh, *Skripsi* 23

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Daya Tarik Produk

1. Pengertian Daya Tarik Produk

Produk menurut Phillip Kotler adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen ke pasar dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Bila dilihat dari pemahaman produsen, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan atau dijual kepada konsumen sebagai usaha untuk mencapai tujuan bisnis atau organisasi dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Daya tarik produk adalah magnet dari sebuah produk yang bertujuan untuk menarik konsumen. Definisi ini disampaikan juga oleh Fandy Tjiptono dan Powell yang mengungkapkan daya tarik produk bertujuan untuk menarik konsumen dalam melakukan pembelian produk untuk memenuhi kebutuhan.¹

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa daya Tarik produk adalah suatu hal yang menjadikan produk tersebut menjadi menarik dan tentunya memiliki mutu yang baik. Sehingga konsumen tertarik dan yakin dengan produk tersebut dan juga sangat diminati dan dicari oleh konsumen. Suatu perusahaan juga pastinya memiliki kompetisi dan didalam konteks bisnis ada yang produknya diterima konsumen dan

¹ Reza Ahmad Naufal, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pembeli Sepeda Motor Suzuki Di Kota Semarang", Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, *Skripsi*, 2015

ada juga yang tidak. Produk yang diterima konsumen adalah produk yang memiliki kelebihan.

2. Komponen Daya Tarik Produk

Daya tarik produk dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Meningkatnya daya tarik pada suatu produk dapat meningkatkan tingkat konsumsi. Dalam hal ini tingkat konsumsi dapat diartikan juga sebagai minat beli konsumen. Daya tarik produk dipengaruhi oleh beberapa komponen yakni :

a. Kualitas Produk

Menurut Phillip Kotler dan Gary Armstrong kualitas produk adalah salah satu sarana utama pemasaran. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan keputusan pelanggan. Kemudian menurut John C. Mowen dan Michael Miner kualitas produk (*product quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Menurut M. Suyono kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan. Kualitas meliputi kualitas kerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, dan keandalan.²

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas suatu produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat

² D. Tampi., A. S. Soegoto., J.S.B Sumarauw. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembeli Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa, Jurnal EMB Vol.4 No.1 Maret 2016, ISSN 2303-1174, hal.990-999

produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas produk juga merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

b. Citra Merek (*Brand Image*)

Citra merek dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Terdapat beberapa definisi tentang citra merek, berikut ini beberapa definisi citra merek menurut para ahli yakni menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dari barang atau jasa pesaing. Pendapat ini juga disampaikan oleh Ginting, Philip Kotler, dan Armstrong yang pada intinya merek itu untuk menandai produk atau jasa.³

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa citra merek sangatlah penting bagi suatu produk atau jasa selain untuk menandai produk tersebut juga untuk meningkatkan kualitas suatu produk atau jasa disuatu perusahaan.

³ Dr. M. Firmansyah, Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy), (Surabaya, CV. PENERBIT QIARA MEDIA : 2019),59

c. Minat Beli

Banyak pakar yang mendefinisikan tentang minat beli berdasarkan perspektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai minat beli, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang minat beli. Menurut Kotler dalam Abzari minat beli adalah perilaku konsumen yang dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk. Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk. Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dalam waktu tertentu. Pembelian nyata terjadi apabila konsumen telah memiliki minat untuk membeli sebuah produk. Pembelian nyata merupakan sasaran akhir konsumen dimana minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merencanakan untuk membeli sejumlah produk dengan merek tertentu, pengetahuan akan produk yang akan dibeli sangat diperlukan oleh konsumen.⁴

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa minat beli dapat dilihat dari konsumen yang membeli barang atau jasa tersebut karena untuk memenuhi kebutuhan dan barang atau jasa memiliki mutu serta kualitas yang bagus sehingga konsumen minat untuk membelinya karena keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa

⁴ Durianto, Darmadi, Dkk, Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2023), 112

adalah bentuk dari konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian pada masa sekarang dan kemungkinan akan melakukan tindakan pembelian pada masa yang akan datang untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk

Daya tarik produk seperti sebuah magnet dari sebuah produk yang bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Banyaknya produk yang ada membuat konsumen bingung dalam memilih produk, namun pada akhirnya produk yang dipilih konsumen adalah produk yang menurut konsumen memiliki daya Tarik. Diperoleh pengertian daya tarik produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen dengan tujuan produknya dapat menjadi sorotan, diminta, dicari, dibeli, dan dikonsumsi oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Semakin tinggi kecocokan konsumen pada produk dengan spesifikasi produk tersebut maka semakin tinggi daya tarik konsumen terhadap suatu produk.

Daya tarik produk dibentuk oleh delapan pernyataan seperti harga produk, kelebihan produk, reputasi perusahaan, ketersediaan produk pendukung, aksesoris dan jasa, baik buruknya review mengenai produk, kompleksitas produk, keuntungan relative dan level standarisasi. Kualitas produk merupakan indikator seberapa jauh kemampuan suatu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Jika kualitas produk yang dijual oleh produsen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka

ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut akan muncul. Kualitas produk mempunyai pengaruh kuat pada keputusan pembelian. Sebelum seorang konsumen membeli suatu produk, tentu konsumen tersebut telah menaruh minat terhadap suatu produk yang terkait dengan produk tersebut, termasuk di dalamnya ada elemen kualitas produk, harga, dan sebagainya.

Sehingga faktor kualitas produk juga mempengaruhi daya tarik produk. Kualitas produk mempunyai hubungan yang positif dengan minat beli atau dengan kata lain kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dalam penelitiannya, Cahyaningtyas mengungkapkan bahwa kualitas produk yang baik dapat sangat membantu perusahaan, hal ini dapat mengurangi tingkat kesalahan produksi, meningkatkan hasil produksi, dan memperbaiki kinerja perusahaan dalam melakukan penyampaian produknya. Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap adalah kualitas produk, acuan, warna, merek, kemasan, harga, diskon, dan hadiah. Setelah diperoleh hasilnya, dalam penelitian tersebut diketahui bahwa faktor yang paling besar mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk. Pengaruh yang kuat antara kualitas produk dengan daya tarik produk yang ditawarkan semakin tinggi daya tarik produk.

Wirastomo juga mengungkapkan bila suatu produk memiliki citra yang baik atau tinggi, maka produk tersebut juga akan memiliki ekuitas merek yang tinggi. Bila merek suatu produk atau jasa tersebut memiliki

citra yang buruk maka tidak akan terbentuk daya tarik yang baik di benak konsumen terhadap produk, sedangkan citra yang baik dari sebuah produk atau jasa tentu dapat menjadi kekuatan bagi merek yang digunakan produk tersebut dalam meningkatkan daya tarik produknya. Jadi dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa semakin baik *brand image* maka semakin terbentuk juga daya tarik produk di benak konsumen dan dapat menyebabkan pembelian. *Brand image* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli terhadap suatu produk baik barang atau jasa.⁵

Minat beli merupakan perilaku dari konsumen yang timbul karena respon konsumen tersebut terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian produk. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa minat beli memiliki arti sebagai pernyataan tersirat dari dari seorang konsumen yang menunjukkan perencanaan pembelian atau konsumsi seorang konsumen tersebut terhadap suatu produk atau merek tertentu. Minat beli ini, mereka mengungkapkan bahwa jika kita ingin mempengaruhi seseorang, cara terbaiknya adalah dengan menyalurkan pikiran kita dengan pikiran orang itu, dengan demikian kita akan mengetahui hal-hal tentang orang tersebut, seperti informasi tentang orang tersebut, bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Menurut Ferdinand, mengidentifikasi minat beli melalui indikator-indikator berikut, antara lain:

⁵ Durianto, Darmadi, Dkk, Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2023), 114

1. Minat transaksional, yaitu minat yang mengasosiasikan kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu minat yang mengasosiasikan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang mengasosiasikan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut atau menjadikan suatu produk tersebut sebagai pilihan utamanya. Preferensi ini dapat berubah hanya jika terjadi sesuatu pada produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, yaitu minat yang mengasosiasikan perilaku seseorang yang selalu mencari tahu informasi tentang produk yang diminatinya dan mencari informasi lengkapnya untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Semakin tinggi kecocokan konsumen pada produk dengan spesifikasi produk tersebut maka semakin tinggi daya tarik konsumen terhadap suatu produk dan akan meningkatkan minat beli konsumen tersebut terhadap produk. Powell mengungkapkan bahwa prinsip-prinsip daya tarik produk mampu mempengaruhi posisi dari suatu produk di mata konsumen. Jika daya tarik suatu produk itu rendah maka minat beli konsumen terhadap produk akan rendah, dan begitu juga sebaliknya jika daya tarik suatu produk itu tinggi maka minat belinya juga akan tinggi. Boyd dan Mason juga mengatakan ketika suatu produk itu menarik bagi semua pelanggan, artinya daya tarik pada produk tersebut tinggi, dan tingginya daya tarik produk tersebut dapat meningkatkan minat

pelanggan untuk membeli produk tersebut. Konsumen akan membeli produk yang menurut mereka memiliki daya tarik. Daya tarik dalam hal ini dapat berbentuk elemen-elemen seperti prestise yang ditimbulkan produk terhadap pengguna, keeksklusifan produk, serta keunikan yang ditonjolkan oleh produk. Hal ini dapat diketahui dengan cara melihat bagaimana sebuah produk dapat menyebabkan konsumsi atau pembelian oleh konsumen.⁶

Dapat diperoleh kesimpulan bahwa jika seorang konsumen telah merasa yakin atau percaya terhadap suatu produk, maka kemungkinannya tinggi bahwa konsumen akan melakukan pembelian karena rasa yakinnya terhadap produk tersebut. Keyakinan dan minat beli terhadap produk tersebut biasanya karena produk tersebut memiliki daya tarik yang tinggi di mata konsumen.

B. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Secara konsep pertama kali ekonomi kreatif dikenalkan oleh John Howkins dalam bukunya *Creative Economy, How People Make Money From Ideas*. Ekonomi Kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Ekonomi kreatif merupakan proses penciptaan nilai tambah produksi dan distribusi dari barang dan jasa yang menggunakan

⁶ Durianto, Darmadi, Dkk, Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2023), 130

modal kreativitas serta intelektual sebagai input utama dari proses produksi. Artinya yaitu produktivitas yang dilakukan dari sumber daya yang memiliki pengetahuan serta kreativitas yang di milikinya. Pada hakikatnya ekonomi kreatif memiliki kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berfikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda sehingga memiliki nilai dan memiliki sifat komersial.⁷

Dalam konteks ekonomi, kreativitas untuk menunjukkan ide-ide baru dan menerapkannya untuk menciptakan pekerjaan-pekerjaan yang berasal dari produk-produk seni dan budaya, kreasi-kreasi yang berfungsi untuk menemukan ilmu pengetahuan dan penerapan teknologi.⁸ Lahirnya ekonomi kreatif yakni dari kreativitas masyarakat yang mampu membangun keterampilan sebagai modal utama untuk menciptakan barang atau jasa yang memiliki nilai ekonomi. Dengan adanya keterampilan masyarakat serta dukungan dari karakteristik budaya, sumberdaya alam, dan geografis maka dijadikan sebagai ciri khas dari tempat tinggal masyarakat tersebut.⁹ Munculnya kreativitas dari manusia dapat berupa seni dan sains yang sama-sama berupaya menggambarkan atau membayangkan sifat dan makna realitas.¹⁰

Dalam konteks yang lebih luas ekonomi kreatif yakni suatu konsep yang menyeluruh yang berkenaan dengan interaksi yang kompleks antara

⁷Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018), 10

⁸Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta : Salemba Empat, 2013), 35

⁹Afni Regita Cahyani Muis, *Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), 2

¹⁰*Ibid*,9

budaya, ekonomi, dan teknologi dalam menghadapi dunia global yang didominasi oleh simbol-simbol, teks, inspirasi, dan imajinasi. Berdasarkan dengan definisi tersebut, ada tiga konsep utama kreativitas ekonomi yaitu sebagai berikut :

- a) Kreativitas ekonomi menyangkut proses menghasilkan sesuatu dari suatu yang tidak ada.
- b) Kreativitas ekonomi yaitu hasil dari kolaborasi dalam menghasilkan sesuatu yang lama dengan cara-cara baru.
- c) Kreativitas ekonomi yakni penggunaan sesuatu untuk menciptakan sesuatu yang lebih sederhana atau lebih baik.¹¹

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep yang sedang berevolusi dan berbasis pada aset-aset yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.¹² Moelyono menambahkan bahwa ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan.¹³ Kreativitas tidak sebatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, *engineering* dan ilmu telekomunikasi. Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

¹¹Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta : Salemba Empat, 2013), 36

¹²Novianadan Rusydi, —*Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe*, Jurnal visioner & Strategis Vol. 5 No. 1 (Maret 2016): 53

¹³ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 218

a. Kreativitas (*Creativity*)

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh*, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

b. Inovasi (*Innovation*)

Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Sebagai contoh inovasi, cobalah melihat beberapa inovasi di video-video *youtube.com* dengan kata kunci "*lifehack*". Di video itu diperlihatkan bagaimana suatu produk yang sudah ada, kemudian di-inovasikan dan bisa menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi dan lebih bermanfaat.

c. Penemuan (*Invention*)

Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan aplikasi-aplikasi berbasis android dan iOS juga menjadi

salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari.¹⁴

Dapat diambil kesimpulan bawasannya ekonomi kreatif adalah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia sebagai produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Dengan adanya kreativitas yang dimiliki oleh manusia sehingga dapat menghasilkan produk varian baru yakni tiwul kristal. Varian baru ini dibuat dengan proses sederhana namun menghasilkan produk yang minanya belinya sangat tinggi dan sampai saat ini ramai dipasarkan.

2. Sektor-sektor Ekonomi Kreatif

Ada 17 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan yakni aplikasi, pengembangan permainan, arsitektur, desain produk, kuliner, fashion, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukan, film animasi dan video, fotografi, seni kriya, musik, periklanan, penerbitan, seni rupa, televisi dan radio.

- 1) Aplikasi, seiring dengan semakin meningkatnya penetrasi smartphone, industri pengembangan aplikasi semakin meningkat dan menjadi subsektor yang berpotensi besar ke depannya.

¹⁴ Rochmat Aldy Purnomo, S.E., M.Si. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta : Ziyad Visi Media, 2016), 10

- 2) Pengembangan permainan yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi perminn computer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
- 3) Arsitektur yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya kontruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan kontruksi secara menyeluruh dari level makro sampai dengan level mikro contohnya arsitektur taman, desain interior, dan lain-lain.¹⁵
- 4) Desain produk, pada subsektor ini dapat ditemui pada hasil tangan-tangan terampil yang menghasilkan desain produk dengan menggabungkan dua unsur yaitu unsur ekonomis dan sintesis. Contoh dari pembuatan desain produk ini seseorang harus memiliki skill dibidang desain baik menggunakan *coreldraw* ataupun *photoshop* untuk mempercantik desain produk yang kemudian hasilnya akan membantu dalam pemasaran barang. Selain itu, setelah mempunyai desain produk yang tinggi maka pemilik harus pandai dalam melihat peluang untuk meningkatkan penjualan dengan promosi yang bagus dan kemasan yang menarik.
- 5) Kuliner, memiliki potensi yang kuat untuk berkembang. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) menyebutkan bahwa sektor ini menyumbang distribusi 30% dari total sektor dari pariwisata dan ekonomi kreatif. Beberapa hal yang menjadi perhatian pemerintah

¹⁵ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010), 218

yaitu akses pariwisata satu pintu, panduan bisnis, dan perizinan hingga pendampingan hukum dalam proses pendirian usaha.

- 6) Fashion, merupakan subsektor industri kreatif yang berjalan sangat dinamis, terus mengikuti tren setiap tahunnya. Fashion ini adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi desain pakaian, desain aksesoris, sehingga desain alas kaki dan masih banyak lagi. Produksi pakaian modern dan aksesorisnya.¹⁶
- 7) Desain interior, adalah salah satu subsektor yang meminta seseorang memiliki kemampuan dalam penataan ruang dan perabot. Pada hal ini seseorang harus belajar terlebih dahulu mengenai motif yang berkaitan dengan interior. Mulai dari interior rumah, plafon pvc, walpaper, dan lain-lain.
- 8) Desain komunikasi visual, adalah subsektor yang mencakup media promosi untuk periklanan sebuah produk. Promosi tersebut dapat disampaikan melalui video pada youtube atau video pada media sosial lainnya seperti instagram, facebook, atau twitter. Jadi ketika belajar mengenai desain komunikasi visual, sebuah video tidak lagi menjadi media pengenalan produk akan tetapi video tersebut akan menjadi sebuah produk.
- 9) Seni pertunjukan, adalah pengembangan kreasi yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, tata pencahayaan, dan produksi

¹⁶ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 232

pertunjukan seperti pertunjukan balet, tari-tarian, drama, musik tradisional, teater, opera, dan yang lainnya.¹⁷

- 10) Film, animasi, dan video, dengan adanya media ini membuat generasi visual mendadak kaya. Film, animasi, dan video ini termasuk dalam bidang pembuatan animasi atau video menjadi trend menarik. Terlebih video integrasi dengan media sosial yang menghasilkan uang, yang mendidik dan tentu tidak melanggar etika bisnis dalam Islam.
- 11) Fotografi, perkembangan industri fotografi didukung oleh minat anak muda sekarang yang semakin tinggi terhadap dunia fotografi. Tingginya minat ini disebabkan oleh semakin berkembangnya sosial media dan harga kamera semakin terjangkau. Fotografi menjadi menarik karena ditopang oleh media digital. Dunia fotografi sangat menarik dalam bisnis prewedding, foto balita, bahkan dengan pengemasan karya foto yang bisa memberi pelayanan pada berbagai segmen. Dalam usaha fotografi menjadi point penting dalam belajar mengambil gambar, teknik pencahayaan, spot foto dan juga design interior dalam ruang foto.
- 12) Kriya, adalah segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kaca, keramik, kulit, dan tekstil. Indonesia sendiri adalah negara yang kaya akan kerajinan seni kriya. Hasil dari kerajinan ini selain untuk pasar domestik, banyak juga yang di ekspor ke luar negeri. Sementara itu, faktor ketersediaan bahan baku menjadi masalah yang sering

¹⁷ Noviana dan Rusydi, *Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe*, 53

menghampiri industri ini. Permodalan juga menjadi masalah klasik lainnya. Dalam kerajinan seni kriya kita dapat belajar cara pengolahan kayu, bambu, bahkan barang bekas pun bisa diolah kembali untuk dijadikan produk yang layak dijual kembali. Di Lampung sendiri sudah mengembangkan seni kriya ini seperti lampu dari bambu, pating gajah dari kayu, gantungan dari kayu, dan masih banyak lagi.¹⁸

- 13) Musik, adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi dan komposisi musik. Perkembangan baru saat ini di dunia musik adalah semakin banyaknya platform pembelian musik digital yang mudah dan murah sehingga mengurangi aksi pembajakan.
- 14) Periklanan, yaitu penyajian materi yang berisi pesan persuasif kepada masyarakat untuk mempromosikan produk atau jasa. Konten-konten iklan biasanya dibuat khusus oleh sekelompok orang yang biasanya disebut dengan agensi iklan. Menurut Bekraf periklanan subsektor ekonomi kreatif yang memiliki daya sebar paling tinggi. Hal ini tidak terlepas dari sinergi dengan para pemilik modal yang memasarkan produk. Dalam hal ini kita dapat belajar dengan dengan para seleb media sosial yang memproduksi iklan produk di media digital. Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yaitu proses kreasi, produksi, dan distribusi dari iklan yang dihasilkan misalnya,

¹⁸ Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 231

promosi, perencanaan iklan, riset pasar, iklan luar ruang, produksi material iklan, kampanye relasi publik, tampilan iklan dimedia cetak dan elektronik, pemasangan berbagai gambar dan poster, penyebaran selebaran pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau samples.¹⁹

- 15) Penerbitan dan percetakan, penerbitan yaitu berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, dan konten digital lainnya serta kegiatan kantor berita dan pencarian berita. Kegiatan kreatif dalam bidang percetakan yakni pembuatan dan pendistribusian buku dan surat kabar yang diadakan oleh industri yang berkonsentrasi memproduksi dan memperbanyak sebuah literatur dan informasi atau sebuah aktivitas membuat informasi yang dapat dinikmati publik.
- 16) Seni rupa, merupakan cabang seni yang membentuk karya seni dengan media yang bisa ditangkap mata dan dirasakan dengan rabaan. Kesan ini diciptakan dengan mengolah konsep titik, garis, bidang, bentuk, volume, warna, tekstur, dan pencahayaan dengan acuan estetika. Di Indonesia seni rupa sudah berkembang dengan cukup baik karena sudah tercatat ada beberapa pameran acara seni rupa rutin diselenggarakan seperti Jogja Biennale, Jakarta Biennale, Art Jog, dan OK Video Festival. Seni rupa pada hal ini lebih mengekspor karya seni yang dimiliki untuk dipublikasikan. Karya seni rupa yang dibuat oleh

¹⁹ Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 231

mahasiswa dipamerkan dalam festival, event, atau gelaran yang dibuat secara keroyokan. Untuk memastikan bahwa itu asli karya seni dari mahasiswa dapat dilihat dari keseharian yang dipublikasikan di media sosial. Karya seni rupa ini termasuk langka karena sulit ditemukan, oleh karena itu karya seni rupa ini dapat menjanjikan ruang yang positif bagi para seniman.²⁰

17) Televisi dan radio, adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi, dan pengemasan acara televisi (seperti kuis, games, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.²¹

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan berkembang zaman maka teknologi dan informasi semakin canggih. Dengan adanya kreatifitas seseorang maka terciptalah teknologi digital yang dapat digunakan untuk keperluan semua hal yang dapat dilakukan dengan mudah dan tentukan usaha semakin bisa terkenal dengan adanya teknologi yang canggih dan tentunya mudah untuk digunakan dimanapun kita berada. Canggihnya teknologi pada zaman sekarang ini dapat digunakan untuk berbagai hal, salah satunya yakni dengan usaha di media sosial. Dengan begitu usaha kita dapat dikenal bukan hanya di lingkungan sekitar namun juga bisa di kenal oleh seluruh jaringan yang ada di dunia, sehingga lebih mudah untuk menjalan usaha dengan sistem online.

²⁰ Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 233

²¹ Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 234

3. Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pengembangan menurut Dunhan dalam bukunya Afitri, pengembangan merupakan upaya terorganisasi yang dilakukan untuk meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat terutama dalam mengembangkan kemandirian masyarakat pedesaan yang dilakukan dengan bantuan teknis dan pemerintah maupun lembaga-lembaga sukarela. Menurut Pamuji adalah suatu pembangunan yang merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai yang lebih tinggi. Dalam konsep pembangunan ini bermaksud untuk memajukan, meningkatkan, dan memperbaiki sesuatu yang sudah ada atau usaha yang dilakukan untuk meningkatkan sesuatu yang lebih tinggi.²² Menurut Regeluth yakni penerapan dari poin-poin penting yang telah di desain dalam lapangan yang kemudian di uji coba. Setelah itu, desain tersebut akan diperbarui dan diperbaiki sesuai dengan masukan.²³

Jadi menurut pendapat tersebut pengembangan yaitu proses penerapan dan uji coba dari desain yang telah dibuat untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi dalam kegunaannya. Pengembangan menurut Seels dan Richey adalah proses menerjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Pendapat ini mengemukakan bahwa pengembangan difokuskan kepada suatu cara untuk membuat dan merancang suatu bentuk fisik dari suatu bentuk yang

²² Ayu Sukmawati, Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slarang Kesugihan Cilacap, *Skripsi*, IAIN Purwokertoh, 23

²³ Dewi S. Prawiradilaga, *Prinsip Desain Pembelajaran*, (Jakarta: Kencana, 2009), 15

telah ada sebelumnya. Sehingga bentuk fisik yang telah diubah akan disempurnakan sesuai dengan kebutuhan yang ada dilapangan. Pengembangan menurut Modhofir adalah cara yang sistematis dalam mengidentifikasi mengembangkan dan mengevaluasi seperangkat materi dan strategi yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan yaitu proses menerjemahkan sebuah rancangan yang telah dibuat sebelumnya dengan meningkatkan kualitas beragam tahapan uji coba sebagai upaya dalam meningkatkan mutu.

Pengembangan usaha yakni proses dan tugas persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha yang tidak termasuk dalam keputusan strategi dan implementasi dari peluang usaha. Pengembangan usaha merupakan istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan pengelola hubungan strategi dan aliansi dengan yang lain. Pengembangan suatu usaha merupakan tanggungjawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, kreativitas, dan motivasi. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusahaan makan akan besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang awalnya kecil menjadi usaha menengah bahkan menjadi usaha yang besar. Menurut Mulyadi Nitisusantro, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan

pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing yang sebuah usaha. Pengembangan usaha menurut Mahmud Mach Foedz yaitu perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²⁴

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh berbagai pihak yang terkait dalam suatu usaha tersebut, baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas. Metode pengembangan yaitu cara yang tersistem atau tersusun yang memiliki tujuan untuk melakukan analisa pengembangan suatu sistem untuk dapat memenuhi kebutuhan. Dalam melakukan penelitian dan pengembangan, ada tiga macam metode yang digunakan yaitu :

- a. Metode deskriptif, metode ini digunakan dalam penelitian awal untuk menghimpun data tentang kondisi yang ada.
- b. Metode evaluatif, yakni metode yang digunakan untuk mengevaluasi proses uji coba pengembangan suatu produk.

²⁴ Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 271

- c. Metode eksperimen, yaitu metode yang digunakan untuk menguji kemampuan dari produk yang dihasilkan.²⁵

Dari beberapa sub sektor diatas penelitian ini termasuk dalam subsektor pada kuliner karena penelitian saya merupakan penelitian tentang kuliner yang menggunakan bahan dari ubi kayu atau singkong yang dibuat untuk sebagai makanan antara lain tiwul, eyek-eyek, keripik singkong, kerupuk singkong, jajanan tradisional, dan yang lainnya. Dengan adanya perkembangan zaman maka kuliner pun ikut berkembang tanpa meninggalkan ciri khasnya. Pengusaha-pengusaha kecil sangat kreatif untuk menginovasi atau menciptakan produk baru sehingga dapat membantu perekonomian untuk memenuhi kebutuhan.

4. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Daya Tarik Produk

Ekonomi kreatif sangat berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan (income generation), menciptakan lapangan kerja (job creation), dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (export earning), meningkatkan teknologi (technology development), menambah kekayaan intelektual (intellectual property), dan peran sosial lainnya. Oleh karena itu, ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa (engine of economic growth and development). Ekonomi kreatif yaitu

²⁵Endang Mulyaningsih, *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta : Alfabeta, 2011), 167

suatu konsep berbasis aset kreativitas yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.²⁶

Potensial kreatif menurut Suryana adalah berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

- a. Ekonomi kreatif dapat mendorong penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan penerimaan ekspor. Selain itu, ekonomi kreatif juga dapat mempromosikan aspek-aspek sosial, ragam budaya, dan pengembangan sumber daya manusia.
- b. Ekonomi kreatif memupuk ekonomi, budaya, dan aspek-aspek sosial yang saling berhubungan dengan teknologi, kekayaan intelektual, dan tujuan-tujuan wisata.
- c. Ekonomi kreatif merupakan seperangkat ilmu pengetahuan yang berbasis aktivitas ekonomi dengan suatu dimensi perkembangan dan berkaitan dengan tingkat mikro dan makro untuk ekonomi secara keseluruhan.
- d. Ekonomi kreatif ini adalah salah satu pilihan pengembangan yang layak untuk menggugah inovasi yang multi disiplin, respon kebijakan, dan tindakan antar kementerian.²⁷
- e. Jantung ekonomi kreatif terdapat pada industri-industri kreatif. Pendekatan lain dari aktivitas ekonomi kreatif adalah kreativitas dipandang sebagai alat ukur untuk proses sosial. Kreativitas dapat

²⁶Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, 36

²⁷ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, 36

meningkatkan nilai ekonomi seperti pendapatan, kesempatan kerja, dan kesejahteraan yang dapat mengurangi permasalahan seperti kemiskinan, pengangguran, rendahnya pendidikan, kesehatan, ketimpangan, dan persoalan ketidakstabilan lainnya. Oleh sebab itu, dari sudut pandang ekonomi terdapat kaitan yang erat antara kreativitas dan pengembangan sosial ekonomi yang tidak terpisahkan secara khusus. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan karena dapat menciptakan kesempatan kerja sehingga mengurangi pengangguran, mengurangi kesenjangan, dan mendorong pembaruan serta memanfaatkan bahan baku lokal.²⁸

Dari penguraian di atas bahwa ekonomi kreatif memiliki peran penting untuk meningkatkan daya tarik suatu produk. Dengan adanya kreativitas suatu produk maka permintaan produk tersebut akan meningkat sehingga dapat membantu perekonomian di negara dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan ini maka harus adanya kreativitas yang terus berkembang agar

5. Prospek Ekonomi Kreatif Berbahan Singkong

Menurut Pusat Informasi dan Sistem Informasi Pertanian (Pusdatin) bahwa konsumsi ubi kayu sering dihubungkan dengan kesejahteraan rumah tangga terutama di daerah pedesaan. Jika suatu rumah tangga sangat miskin, maka adakalanya tidak mampu untuk membeli beras, sehingga makanan pokoknya berselang seling antara makan nasi dan makan ubi kayu. Namun jika suatu rumah tangga cukup mampu, makan ubi kayu

²⁸*Ibid.*, 37

hanya sebagai makanan selingan saja. Namun demikian, konsumsi ubi kayu dapat menjadi alternatif untuk mengurangi konsumsi beras, dalam rangka penganekaragaman konsumsi pangan lokal, pengembangan industri pengolahan hasil dan agro-industri dan sebagai sumber devisa melalui ekspor serta upaya mendukung peningkatan ketahanan dan kemandirian pangan.²⁹

Memiliki brand merek sangatlah penting bagi pengusaha untuk menunjang kelancaran usaha dan untuk mempercepat pemasaran. Merek diikuti kualitas suatu produk akan meningkatkan penjualan. Dari beberapa pelanggan banyak memberikan pendapat positif guna mengembangkan dan meningkatkan daya tarik produk, diantaranya sebagai berikut :

“Mba Linda memberikan pendapat bahwa tiwul dan eyek eyek buatan mbah peng sangat enak dan gurih, eyek-eyeknya berkembang, dan harus memiliki brand agar lebih dikenal oleh masyarakat”³⁰

“Ibu Sulis berpendapat kalua tiwulnya enak, kalua di rendam tidak cepat mendodok (mblobor), tidak bau, tidak kecut, enak, gurih, dan lezat”³¹

“Ibu Sujinah berpendapat kalua tiwul buatan Mbah Peng sangat laku dipasaran sehingga banyak di cari, oleh karena itu harus sedia stok”³²

Dari beberapa komentar kebanyakan sama sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tiwul kristal (tiwul instan) buatan Ibu Wijiati sangat enak,

²⁹Ahmad Muslim, *Prospek Ekonomi Ubi Kayu di Indonesia*, Fakultas Ekonomi, Universitas Al Azhar Indonesia, 2

³⁰ Wawancara kepada konsumen yang bernama mba Linda, 19 April 2023, Pukul 20.00 wib

³¹ Wawancara kepada konsumen yang bernama Ibu Sulis, 20 April 2023, Pukul 11.15 wib

³² Wawancara kepada konsumen yang bernama Ibu Sujinah, 25 April 2023, Pukul 10.23 wib

tidak gampang mbondot (berkembang), kenyal, tidak bau, tidak sehingga banyak di cari di pasaran dan tingkat jualnya tinggi dari pada tiwul yang lainnya. Tiwul yang bewarna outih bening ini ternyata banyak di minati oleh kalangan masyarakat dan juga tiwul kristal buatan mbah peng sudah masuk di pulau jawa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Sifat dan Jenis Penelitian

1. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mendapat data dari ucapan serta kalimat dari seseorang dari objek penelitian guna memperoleh data deskriptif.¹

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian lapangan dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mencari data secara terperinci yang nantinya akan membantu untuk mengetahui situasi dan kondisi atau kejadian untuk memperoleh informasi yang terjadi untuk mendapatkan data dan fakta yang sebenarnya. Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana cara pengelolaan dalam Pembuatan Tiwul Kristal guna meningkatkan pendapatan. Lapangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah UMKM Pembuatan Tiwul Kristal yang ada di Bina Karya (BK) 2 Kalipasir Baru, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung.

¹Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Tindakan* (Bandung : PT Refika Andiktama, 2012), 181

2. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif atau sering disebut dengan penelitian lapangan. Penelitian ini ada jenis penelitian yang bertujuan memahami perilaku, tindakan, dan pemikiran siapapun yang menjadi objek penelitian serta memiliki sasaran untuk masyarakat umum maupun masyarakat khusus.² Penelitian ini dilakukan secara langsung agar mendapat hasil yang maksimal dan sesuai denganapayang diharapkan.

B. Sumber Data Penelitian

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yakni data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian untuk memperoleh data atau informasi secara langsung untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.³ Pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dari pemilik usaha tiwul Kristal yakni Mbah Peng.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang dihasilkan dari dokumentasi, catatan, arsip, jurnal, serta laporan yang digunakan sebagai data penunjang atau pendukung yang resmi dari suatu objek penelitian. Jadi dapat disimpulkan bahwa data sekunder merupakan sumber data tambahan yang digunakan peneliti agar lebih akurat dan jelas kebenarannya.⁴

²Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung : Pustaka Setia, 2012), 55

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 26

⁴Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 137

C. Teknik Pengumpulan Data

Ada dua cara dalam pengumpulan data yang peneliti gunakan, yakni :

1. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara membaca artikel, buku, atau jurnal guna mendapatkan data yang bersifat tertulis dan terarsip mengenai pengembangan ekonomi kreatif sebagai pendukung dalam menyelesaikan penelitian ini.

2. Wawancara

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin. Wawancara secara terarah atau bebas terpimpin merupakan proses wawancara responden dilaksanakan dengan bebas, arti dari kebebasan ini tetap berdasarkan dari permasalahan yang dihadapi dan tidak menyimpang dari permasalahan tersebut, yang sebelumnya responden sebelumnya telah disiapkan dalam melakukan wawancara.⁵

Maksudnya ialah dengan kebebasan maka dapat menggali dan memperoleh informasi lebih dalam tentang pokok permasalahan dari responden. Sedangkan terpimpin adalah peneliti mengontrol jalannya wawancara agar sesuai dengan rencana dan tidak melewati batas dari wawancara. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha mebel maupun pelaku industri mebel dengan cara bertanya seperti biasa dan bebas tetapi tidak menyimpang kepada permasalahan yang akan diteliti.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet ke-2, (Bandung: Alfabeta, 2012), 135

D. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat mudah diinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang dilakukan secara sistematis dapat dibuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.⁶

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif, yakni analisis yang menggambarkan data dengan merangkum, menyalin, dan membuat kesimpulan dari fakta-fakta yang didapat melalui praktik lapangan. Metode berfikir yang peneliti gunakan adalah metode berfikir secara induktif, yakni metode dengan bertolak dari hal-hal yang khusus ke umum. Data dan fakta hasil pengamatan di lapangan disusun, diolah, dan dikaji kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pertanyaan atau kesimpulan yang bersifat umum.⁷

Berikut tahapan-tahapan yang diperlukan dalam analisis data yaitu sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum data, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting yang kemudian dicari pola dan temanya sehingga data yang direduksi akan memberikan

⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 244

⁷Diah Prawita Sari, "Berfikir Matematis Dengan Metode Induktif, Deduktif, Analogi Interaktif Dab Abstrak", Vol.5 No.1 (2016), 82

gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya.⁸

Pada tahapan ini peneliti merekap hasil wawancara kemudian peneliti pilah sesuai dengan informasi tentang pengembangan ekonomi kreatif melalui pembuatan tiwul kristal dalam meningkatkan kualitas hidup.

2. Penyajian Data (*Display*)

Kemudian setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya yaitu display data atau penyajian data adalah upaya untuk menampilkan, memaparkan, atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, diagram, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.⁹

Penyajian data dipakai untuk lebih meningkatkan tentang pemahaman kasus yang diperoleh dari penelitian dan sebagai acuan untuk melakukan penyelesaian, data disajikan dalam bentuk paparan atau uraian yang mudah dipahami. Pada tahap ini peneliti menyajikan data yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif melalui pembuatan tiwul kristal dalam meningkatkan kualitas hidup.

3. Penarikan Kesimpulan (*Verifikasi*)

Penarikan kesimpulan adalah pemaknaan terhadap data-data yang sudah dikumpulkan. Dalam penelitian kualitatif, pengambilan kesimpulan dilakukan secara bertahap, kesimpulan pertama yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan bisa saja berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti

⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 247

⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 249

yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi jika pengumpulan yang dikemukakan pada tahap pertama didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang *credibel* (dapat dipercaya).¹⁰

Tahap penarikan kesimpulan ini menjadi aktivitas pemberian makna dan penjelasan terhadap pengembangan ekonomi kreatif pembuatan tiwul kristal dalam meningkatkan kualitas hidup.

¹⁰Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 249

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Kabupaten Lampung Tengah

1. Profil Desa Binakarya Putra

Provinsi Lampung merupakan provinsi yang terletak pada bagian sebelah paling ujung tengah pulau Sumatera yang luas keseluruhan wilayah dalam provinsi Lampung adalah 35.376,50 km², wilayah provinsi Lampung terletak antara 105° 45' – 103° 48' Bujur Timur serta diantara 30°45' dan 60° 45' Lintang Selatan. Lampung terkenal kaya akan potensi alam yang sangat melimpah. Hal ini terlihat dari hasil pertanian Lampung yang beragam dan menduduki posisi teratas nasional seperti padi, singkong, kopi, dan lada. Selain pangan, komoditi unggulan wilayah Lampung yakni di sektor perkebunan antara lain tebu, kopi robusta, lada hitam, karet, kelapa, dan kelapa sawit sehingga dijadikan bahan ekspor yang tinggi dan secara langsung membantu perekonomian negara. Lampung terbagi menjadi 15 Kabupaten yang di setiap kabupaten memiliki beberapa kecamatan dan beberapa kampung.¹

Kabupaten Lampung Tengah merupakan salah satu kabupaten yang ada di provinsi Lampung. Kabupaten Lampung Tengah memiliki beberapa kecamatan salah satunya adalah Rumbia. Rumbia adalah sebuah kecamatan yang dimana terdapat kampung-kampung didalamnya dan salah

¹ Rencana Kerja Pemerintahan Daerah Provinsi Lampung, Buku I, Tahun 2021, Bab II, hal. 1

satunya adalah Kampung Binakarya Putra. Kampung Binakarya Putra terletak di daerah dalam yang lumayan jauh dari kecamatan ataupun pasar. Diwilayah Kecamatan Rumbia tentunya banyak yang memiliki sebuah usaha baik dibidang perdangan maupun bisnis dan yang lainnya. Khususnya di sebuah Kampung yang di pimpin oleh Bapak Eko Sudaryanto menjelaskan bahwa di Kampung Binakarya Putra memiliki 13 dusun yang terdapat beberapa UMKM pembuatan tiwul atau olahan yang terbuat dari bahan singkong dan salah satunya Dusun I, RT/RW 001, BK 2 Kalipasir Baru, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung dengan kode pos 34517 sebagai tempat yang memiliki UMKM Tiwul yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Awal mula adanya tiwul yakni berasal dari daerah Gunung Kidul, Yogyakarta yang kini sudah tersebar keseluruh wilayah dan salah satunya yakni di Lampung yang masuk juga di daerah terdalam salah satunya di Kampung Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung ini. Di Kecamatan Rumbia banyak UMKM Tiwul dan ada beberapa UMKM cara membuatnya berbeda yakni menggunakan alat mesin sebagai alat untuk membuat butiran tiwul. Namun setiap pengelolaan yang berbeda rasa dan hasil nya juga berbeda, hasil butiran yang dihasilkan oleh mesin tidak padat sehingga kurang peminatnya berbeda dengan buatan yang tradisional, hasil dari pembuatan tradisional padat dan butirannya memang benar-benar bulat dan kenyal

sehinga banyak yang mencari tiwul buatan tradisional dari pada yang proses pembuatanya menggunakan mesin.

2. Profil Masyarakat Desa Binakarya Putra

Berdasarkan sejarah terbentuknya Kampung Binakarya Putra Kecamatan Rumbia, masyarakat yang ada di kampung ini termasuk masyarakat yang tergolong petani, pekebun, buruh tani, dan juga ada yang memiliki usaha berdagang hingga memiliki usaha sendiri baik di jasa atau menjual barang. Usaha yang dimiliki oleh masyarakat ini adalah usaha berdagang dirumah atau membuka toko, ada juga yang dagang keliling, berbisnis, dan juga membuka UMKM. Berbagai usaha yang tentunya halal akan dilakukan oleh masyarakat yang tinggal di desa ini karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Beberapa individu mendirikan usaha agar mencukupi kebutuhan, salah satunya Ibu Wijiati. Beliau mendirikan usaha sejak tahun 1986 awalnya untuk bahan pokok makan karena di waktu itu harga beras masih tergolong mahal. Berawal dari situlah Ibu Wijiati ini memberanikan diri untuk lebih banyak membuat tiwul dan dijual ke masyakat sekitar sampai pasar dengan menggunakan sepeda demi mendapatkan uang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hari demi hari dilewati dan minat tiwul yang di buat oleh Ibu Wijiati ini sangat tinggi oleh sebab itu Ibu Wijiati meneruskan usahanya hingga sampai saat ini. Sekarang sudah memiliki banyak pelanggan dan sudah berkembang yang di bantu oleh anak cucunya dan tetanggan terdekat untuk membantu membuat tiwul. Dengan

berkembangnya zaman, Ibu Wijati juga menciptakan varian baru terhadap tiwul. Sekarang tidak hanya tiwul hitam dan coklat namun juga ada tiwul kristal dan tidak hanya tiwul namun ada juga beberapa produk yang terbuat dari bahan singkong yakni eyek-eyek, kerupuk singkong, dan lain sebagainya hasil dari produksi Ibu Wijati.

B. Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Pembuatan Tiwul Kristal Di Desa Binakarya Putra Kecamatan Rumbia

Ekonomi kreatif berkembang sangat pesat karena adanya kreativitas dari seseorang yang memiliki kemampuan pemanfaatan ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri. Namun, kehidupan di masa mendatang, tidak hanya dituntut bakat, tetapi juga harus mempunyai pola pikir.² Selain pertanian, industri kreatif adalah salah satu sektor yang memberikan kontribusi cukup tinggi bagi perekonomian nasional. Berbeda dengan sektor lain yang sangat tergantung pada sumber daya alam. Dalam industri kreatif, sumber daya manusia adalah kekuatan utama. Badan ekonomi kreatif Indonesia (Bekraf) telah menetapkan 16 sub sektor yang kini menjadi 17 sub sektor yang didukung dalam industri kreatif, di antaranya yaitu aplikasi, pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta

² Dr. Ayus Ahmad Yusuf dan Dr. Achmad Kholiq, *Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Berdasarkan Sistem Prinsip Syariah*, (Cirebon : CV. Elsi Pro, 2020), 9

televisi dan radio. Pada penelitian ini difokuskan pada satu sub sektor, yaitu kuliner, fashion, dan kriya yang mendominasi terhadap industri kreatif. Dalam konteks penelitian ini peneliti fokus pada bidang kuliner yang menjurus pada makanan tradisional yang terbuat dari bahan singkong dan hingga saat ini masih tetap eksis di kalangan masyarakat kota maupun di pedesaan.

Tiwul merupakan salah satu jenis makanan khas tradisional yang berasal dari daerah Gunung Kidul, Yogyakarta. Makanan ini dibuat dari hasil olahan tanaman singkong atau ubi kayu. Bahan baku pembuatan tiwul adalah tepung gaplek. Gaplek merupakan singkong atau ubi kayu yang telah dikupas dan dikeringkan dengan cara dijemur. Tiwul memiliki karakteristik berbentuk butiran kuning kecoklatan dengan tekstur pulen semi basah dan agak menggumpal. Selain itu, tiwul juga memiliki cita rasa yang unik serta aroma singkong yang kuat. Berdasarkan tinjauan sejarah Indonesia, tiwul sudah ada sejak zaman penjajahan. Pada masa itu, tiwul dijadikan sebagai makanan pokok bagi sebagian masyarakat Jawa, terutama pada daerah pedesaan dan pegunungan yang terpencil. Ketersediaan beras yang masih sangat terbatas serta harganya yang mahal menjadikan tiwul sebagai alternatif makanan pokok pengganti nasi beras pada zaman penjajahan. Selain itu, bahan dasar tiwul yaitu singkong juga mudah ditanam dan dipanen. Tiwul biasa dimakan dengan lauk pauk dan sayuran atau dengan ditaburi kelapa parut dan garam. Selain digunakan sebagai makanan pokok, tiwul ini telah banyak muncul di pasar-pasar perkotaan sebagai jajanan. Seiring dengan perkembangan zaman, pengaruh globalisasi, dan perubahan gaya hidup masyarakat modern, makanan

tradisional seperti tiwul mulai ditinggalkan karena dianggap kurang menarik dan tidak praktis. Namun tidak ditinggalkan sepenuhnya karena hingga saat ini tiwul masih tetap populer disemua kalangan.

Proses pembuatan tiwul secara tradisional memerlukan waktu yang cukup lama. Selain itu, rasa tiwul yang kurang bervariasi dan umur simpan yang pendek (cepat basi) juga menjadi faktor tiwul kurang diminati. Faktor-faktor tersebut menyebabkan tiwul semakin tersisihkan dan tergantikan oleh makanan-makanan asing dari luar negeri. Upaya yang dapat dilakukan untuk menambah daya tarik masyarakat terhadap tiwul adalah dengan membuat produk tiwul instan.

Tiwul instan memiliki keunggulan yaitu praktis dan memiliki umur simpan yang tahan lama. Tiwul kristal memiliki keunggulan dibandingkan tiwul konvensional yaitu umur simpan yang lebih lama. Karakteristik pada tiwul instan tidak jauh berbeda dengan tiwul konvensional. Tiwul instan dapat menyederhanakan proses pembuatan tiwul bagi konsumen dan mempermudah proses pendistribusian. Tiwul instan dibuat dari tepung ubi kayu dengan penambahan sedikit air, gula dan garam yang dicampur kemudian dibentuk yang selanjutnya dikukus selama 20 – 30 menit. Tiwul instan dibuat bertujuan untuk mengurangi kerusakan dan memperpanjang umur simpan. Perbedaan antara pembuatan tiwul instan dengan tiwul biasa terletak pada tahap pengukusan dan beberapa tahapan lainnya. Pada tiwul biasa proses pengukusan berlangsung selama kurang lebih 15 menit kemudian langsung disajikan, sedangkan pada tiwul instan proses pengukusan dilakukan selama

kurang lebih 45 menit. Setelah pengukusan tiwul instan tidak langsung disajikan tetapi dilakukan pendinginan selama semalam dengan tujuan retrogradasi pati (suatu peristiwa pembentukan kembali struktur Kristal) dan granulasi (partikel) adonan. Setelah pendinginan selesai dilanjutkan tahap pengeringan dengan penjemuran dibawah sinar matahari langsung untuk mengurangi kadar air. Kadar air tiwul instan rendah dibanding tiwul biasa sehingga umur simpannya lebih lama.

Cara membuat tiwul kristal (tiwul instan) dengan cara menambahkan air dingin dan mengukus adonan hingga matang. Pembuatan produk tiwul instan bertujuan sebagai salah satu upaya memodernisasi tiwul dalam rangka menarik minat masyarakat terhadap tiwul sebagai makanan khas tradisional Indonesia. Manfaat penelitian ini adalah untuk melestarikan salah satu makanan tradisional Indonesia yaitu tiwul yang dibuat dalam bentuk instan sehingga lebih mudah untuk dikonsumsi dan memiliki umur simpan yang lebih lama karena berbentuk kering.

Proses pembuatan tiwul meliputi :

1. Tahap Perendaman

Gaplek yang sudah kering direndam air bersuhu 4 °C dalam wadah bak. Apabila gaplek sangat kering, waktu perendaman lebih lama, kurang lebih dua hari dua malam. Setelah sehari semalam direndam dalam air, gaplek dicuci dan diganti air rendamannya, kemudian direndam lagi. Hari berikutnya air rendaman dibuang dan gaplek dicuci bersih hingga kelihatan putih kemudian ditiriskan.



Hasil Pengeringan dan Proses Perendaman

2. Tahap Penggilingan/penepungan

Setelah galek ditiriskan tahapan selanjutnya yaitu penggilingan menggunakan mesin. Penggilingan bertujuan untuk menghasilkan tepung galek sehingga lebih mudah dibentuk menjadi butiran tiwul. Setelah digiling galek harus segera dibentuk dan dikukus.



Hasil Penggilingan dan Ini Sudah Menjadi Tepung

3. Tahap Pembuatan Butiran

Adonan yang masih dalam keadaan lembek dibentuk menjadi butiran dengan cara diayak menggunakan ayakan (irig) yang lubangnya berukuran kurang lebih 0,3-0,5 cm. Kemudian hasil ayakan diputar-putar atau 'diinteri' menggunakan tampah dengan tujuan untuk memisahkan ukuran butiran kecil dan butiran besar.



4. Tahap Penjemuran Pertama

Pada penjemuran pertama butiran tiwul hanya dijemur sampai setengah kering karena setelah dijemur akan langsung dikukus. Selama penjemuran berlangsung dilakukan pemecahan butiran-butiran yang masih berukuran cukup besar. Penjemuran dilakukan menggunakan sinar matahari.



5. Tahap Pengukusan

Setelah selesai dijemur, butiran tiwul kemudian dikukus. Butiran tiwul yang setengah kering ditempatkan pada kukusan bambu yang diletakkan di atas dandang dan bias juga langsung di kukus dengan sarangan yang ada di dandang. Proses pengukusan dilakukan sampai matang yang ditandai dengan perubahan warna dari putih tepung menjadi putih kristal, kuning, atau kecoklatan.



6. Tahap Pendinginan

Tiwul yang sudah matang kemudian didinginkan dengan meratakan tiwul pada wadah tampah atau nampan plastik selama kurang lebih 12 jam.



7. Tahap Penjemuran Kedua

Penjemuran kedua dilakukan sampai butiran tiwul benar-benar kering. Penjemuran dilakukan di bawah sinar matahari, lama waktu pengeringan tergantung pada kondisi sinar matahari. Biasanya memerlukan waktu sekitar 2 sampai 3 hari. Tiwul yang dikeringkan ini biasanya masih terdapat butiran yang berukuran besar sehingga dilakukan dengan menumbuk dan 'diinteri' lagi untuk memperoleh butiran kecil. Bila diperlukan butiran tiwul juga ditampi untuk memisahkan butiran yang lebih lembut.



8. Tahap Pengemasan

Tiwul yang sudah kering dikemas dengan menggunakan plastik dengan bobot 1 kg. Plastik yang digunakan memiliki ketebalan yang cukup supaya tidak mudah robek atau berlubang.



Dari tahapan pembuatan tiwul Ibu Wijiati mengeluarkan tenaga untuk mencari atau membeli singkong di ladang bakan di prabrik, setelah setelah melewati proses pengupasan barulah di lakukan proses pembuatan tiwul seperti yang telah dijelaskan di atas. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Ibu Wijiati membuat tiwul kristal (tiwul instan) ini dengan cara yang tradisional dan menggunakan alat-alat tradisional sehingga memerlukan waktu yang cukup lama bisa sampai tujuh harian. Namun Ibu Wijiati tidak patah semangat untuk mengerjakan usaha ini karena tiwul ini sangat di minati oleh berbagai kalangan dan sudah terkenal di berbagai wilayah.

C. Analisis Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk Terhadap Tiwul Kristal Di Binakarya Putra

Berdasarkan data-data dan uraian di atas banyak hal yang belum dilakukan oleh Ibu Wijiati sebagai pengusaha tiwul salah satunya ialah mempromosikan di media social dan juga belum memiliki logo sendiri. Namun produk ini sudah dikenal oleh masyarakat luas bahkan sudah dikirim ke luar kota dan Pulau Jawa. Ada banyak hal yang harus dilakukan oleh pengusaha tiwul untuk meningkatkan daya tarik produk salah satunya yaitu membuat varian baru atau membuat versi terbaru yakni tiwul kristal, dengan begitu pemasaran tiwul akan melonjak tinggi karena banyak peminatnya.

Daya tarik produk terhadap tiwul Kristal di desa Binakarya Putra sangat tinggi sehingga konsumen harus memesan terlebih dahulu agar mendapatkan tiwul Kristal. Tiwul Kristal buatan Ibu Wijiati ini memang tidak ada duanya selain rasanya yang enak, tiwul ini juga sangat memikat saat di lihat oleh konsumen karena warnanya yang mengkilat selayaknya kristal. Tiwul kristal ini sangat enak kalau di masak di memerlukan perendaman yang cukup lama, bahkan jika di rendam lama tiwul satu ini tidak mblobor (mblotong dalam istilah bahasa Jawa nya) dan jika sudah di masak ini rasanya kenyal, tidak kecut, dan tidababau.

Usaha Ibu Wijiati ini sangat ramai peminat sehingga Ibu Wijiati terus berusaha agar mendapatkan hasil tiwul kristal yang sempurna dan tidak mengecewakan pelanggan. Tiwul kristal belum ada dipasaran kampung-kampung kecil lainnya. Hanya ada di kampung Binakarya Putra penemu ide

pertama untuk membuat tiwul kristal yakni Ibu Wijati dengan alat tradisional beliau sabar membuat tiwul kristal hingga saat ini demi kelancaran memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Dengan adanya penemuan baru sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk membuat varian baru suatu produk maka para pengusaha harus memiliki ide kreativitas agar produknya tidak ketinggalan zaman dan agar laku di pasaran. Memvariasi suatu produk sangatlah penting di zaman digital seperti ini agar tidak ketinggalan zaman dan juga semakin terkenal dipasaran serta tautkan ke media sosial agar bisa tersebar luas di mancanegara.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan ekonomi kreatif pembuatan tiwul kristal (tiwul instan) dalam upaya peningkatan daya tarik produk sangat diutamakan. Untuk meningkatkan daya tarik suatu produk maka pengusaha harus membuat varian tiwul untuk menarik konsumen sehingga daya tarik suatu produk akan meningkat. Seperti halnya yang dilakukan oleh Mbah Peng, beliau membuat varian tiwul kristal yang sering dikenal dengan tiwul instan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan peneliti memberi saran agar pembuatan tiwul kristal maksimal lebih baik menggunakan alat modern yakni menggunakan oven sehingga dapat menghasilkan tiwul kristal yang lebih banyak dan dapat mengantisipasi jika tidak ada panas. Dengan begitu akan menghasilkan tiwul kristal yang lebih banyak dan jika ada pelanggan yang datang tidak lagi harus memesan terlebih dahulu atau menunggu dengan waktu yang cukup lama. Untuk meingkatkan penjualan sebaiknya dibuatkan merek dan di promosikan lewat media social seperti instagram, facebook, dan memiliki nomor whatsApp khusus agar dikenal dipasaran dan dikalangan masyarakat lainya dan memiliki lebih luas jaringan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- John Howkins. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. UK: Penguin Books Limited. 2002.
- Mari Elka Pangestu. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatis RI. 2014.
- Mauled Moelyono. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2010.
- Siti Nur Azizah dan Muhfiatun. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perpektif Ekonomi Syariah (Studi Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)*. Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol. 17, No. 2. 2017.
- Pandji Anoraga. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2011.
- Adiwarman A. Karim. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2004.
- Fila Fitriani. *Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Skripsi. 2020.
- Siti Nur Azizah dan Muhfiatun. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perpektif Ekonomi Syariah (Studi Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)*. Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol. 17, No. 2. 2017.
- Skripsi Ayu Sukmawati. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slarang Kesugihan Cilaca*. IAIN Purwokerto. 2021.
- Dewi S. Prawiradilaga. *Prinsip Desain Pembelajaran*. Jakarta : Kencana. 2009.
- Alim Sumarno. *Perbedaan Pengembangan dan Pembelajaran*. Surabaya : Elearning UNESA. 2012.
- Mulyadi Nitisusanthro. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Endang Mulyaningsih. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta : Alfabeta. 2011.

- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*
- Diah Prawita Sari. “Berfikir Matematis Dengan Metode Induktif, Deduktif, Analogi Interaktif Dan Abstrak”, Vol.5 No.1. 2016.
- Carunia Mulya Firdausy. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2018.
- Suryana.*Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakrata : Salemba Empat. 2013.
- Afni Regita Cahyani Muis. *Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*. Yogyakarta : CV Budi Utama. 2019.
- Hudaya Latuconsina. *Pendidikan Kreatif, Menuju Generasi Kreatif dan Kemajuan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- Novianadan Rusydi. *Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe*.Jurnal Visioner & Strategis Vol. 5 No. 1. 2016.
- Noviana dan Rusydi.*Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe*.
- Uhar Suharsaputra. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Tindakan*. Bandung : PT Refika Andiktama. 2012.
- Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali.*Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Pustaka Setia. 2012.
- Ahmad Muslim. *Prospek Ekonomi Ubi Kayu di Indonesia*. Fakultas Ekonomi, Universitas Al AzharIndonesia.

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; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3801/ln.28.1/J/TL.00/11/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Zumaroh (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **DIKAVIA SELVIANA**
NPM : 1704040121
Semester : 11 (Sebelas)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : **PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA
PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK (STUDI PADA UMKM
TIWUL KRISTAL DI BINAKARYA PUTRA KECAMATAN RUMBIA
LAMPUNG TENGAH)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 November 2022
Ketua Jurusan,



Dharma Setyawan MA
NIP 19880529 201503 1 005

**PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA
PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN
MOTTO
PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Daya Tarik Produk
 - 1. Pengertian Daya Tarik Produk
 - 2. Komponen Daya Tarik Produk
 - 3. Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk
- B. Ekonomi Kreatif
 - 1. Pengertian Ekonomi Kreatif
 - 2. Sektor-sektor Ekonomi Kreatif
 - 3. Pengembangan Ekonomi Kreatif
 - 4. Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Daya Tarik Produk
 - 5. Prospek Ekonomi Kreatif Berbahkan Singkong

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 - 1. Jenis Penelitian
 - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 - 1. Sumber Data Primer
 - 2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Dokumentasi
 - 2. Wawancara
- D. Teknik Analisis Data
 - 1. Reduksi Data
 - 2. Penyajian Data

3. Penarikan Kesimpulan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Desa Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Kabupaten Lampung Tengah
 - 1. Profil Desa Binakarya Putra
 - 2. Profil Masyarakat Desa Binakarya Putra
- B. Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Pembuatan Tiwul Kristal Di Desa Binakarya Putra Kecamatan Rumbia
- C. Analisis Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk Terhadap Tiwul Kristal Di Binakarya Putra

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

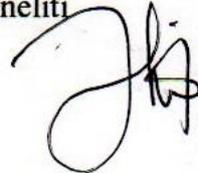
**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui,
Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422200604 2 002

Metro, 15 Oktober 2022
Peneliti



Dikavia Selviana
NPM. 1704040121

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK

A. WAWANCARA

1. Wawancara Kepada Aparatur Desa

- a. Mohon maaf kalau boleh tahu siapa nama bapak ?
- b. Mohon jelaskan bagaimana profil/sejarah singkat Desa Binakarya Putra Kecamatan Rumbia, dan Khususnya di BK 2 Dusun I, RT/RW 001 Kalipaser Baru, Kecamatan Rumbia ?
- c. Kalau boleh tau ada berapakah yang mendirikan usaha pembuatan tiwul di Desa Binakarya Putra, dan khususnya di dusun BK 2 ini ?

2. Wawancara Dengan Pemilik Usaha Tiwul Kristal

- a. Mohon mamaf siapa nama nenek ?
- b. Bagaimana awal mula terciptanya/sejarahnya tiwul kristal ?
- c. Bahannya diperoleh dari mana ?
- d. Bagaimana pengolahan tiwul kristal ?
- e. Mengapa diolah memakai alat tradisional, apa perbedaannya antara alat tradisional dengan alat modern ?
- f. Bagaimana untuk kulit/limbahnya ?
- g. Berapa banyak konsumen tiwul kristal dan tiwul biasa ?
- h. Prosesnya rumit yang mana ?
- i. Berapa karyawan yang bekerja di usaha tiwul kristal ?
- j. Berapa kg tiwul yang dihasilkan dalam 1 kali produksi ?
- k. Untuk rasanya berbeda/sama dengan tiwul biasa ?
- l. Untuk pemasaran sudah berkembang kemana saja ?
- m. Bagaimana proses pemasarannya ?
- n. Berapa harga jual tiwul biasa dan tiwul kristal ?
- o. Berapa keuntungan setiap kg/ setiap bulannya ?
- p. Produksi berapa kali dalam 1 minggu ?

3. Wawancara Dengan Konsumen

- a. Mengapa memilih tiwulnya mbah peng ?
- b. Dari mana bisa mengetahui produk olahan mbah peng ?
- c. Lebih suka dengan tiwul kristal atau tiwul biasa ?

B. DOKUMENTASI

1. Foto Kegiatan

Mengetahui,
Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422200604 2 002

Metro, Agustus 2022
Peneliti



Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

Nomor : B-2832/In.28/J/TL.01/09/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
PEMILIK USAHA TIWUL KRISTAL
RUMBIA LAMPUNG TENGAH
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **DIKAVIA SELVIANA**
NPM : 1704040121
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF PEMBUATAN
TIWUL KRISTAL STUDI KASUS BINAKARYA PUTRA
KECAMATAN RUMBIA LAMPUNG TENGAH**

untuk melakukan prasurvey di USAHA TIWUL KRISTAL RUMBIA LAMPUNG TENGAH, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 21 September 2021
Ketua Jurusan,

Dharma Setyawan MA
NIP 19880529 201503 1 005



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

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

Nomor : B-3965/In.28/D.1/TL.00/11/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Usaha UMKM Tiwul Kristal
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3964/In.28/D.1/TL.01/11/2022,
tanggal 23 November 2022 atas nama saudara:

Nama : **DIKAVIA SELVIANA**
NPM : 1704040121
Semester : 11 (Sebelas)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di UMKM Tiwul Kristal, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK (STUDI PADA UMKM TIWUL KRISTAL DI BINAKARYA PUTRA KECAMATAN RUMBIA LAMPUNG TENGAH)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 November 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



**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.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-3964/In.28/D.1/TL.01/11/2022

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

Nama : **DIKAVIA SELVIANA**
NPM : 1704040121
Semester : 11 (Sebelas)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di UMKM Tiwul Kristal, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK (STUDI PADA UMKM TIWUL KRISTAL DI BINAKARYA PUTRA KECAMATAN RUMBIA LAMPUNG TENGAH)".
 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.

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 23 November 2022

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



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

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Dikavia Selviana
NPM : 1704040121
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk (Studi Pada UMKM Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 9%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 26 Juni 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001**

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1006/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2023**

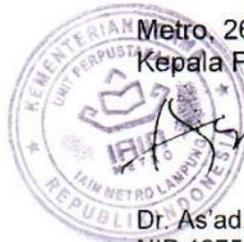
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Dikavia Selviana
NPM : 1704040121
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1704040121

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 26 Juni 2023
Kepala Perpustakaan

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



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XI/ 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	08/08/2022	Perbaiki outline Tambahkan Pengertian tiwul kristal atau tiwul instan di Perakulaban Tanyakan untuk prosesnya lebih detail PROFIL desa & PROFIL masyarakatnya. Cara tradisionel bukan letasik	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.I.,M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN OUTLINE

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XI/ 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15-10-2022	Ace outline, lanjutkan penyusunan bab 1-III	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.I.,M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XI/ 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	20 - 10 - 2022	Perbaiki spasi (typo), tambahkan kesimpulan di setiap babis Penjelasan. Penjelasan yang detail namun jangan sama dengan penjelasan yang lain. Untuk penjelasan Para ahli cukup satu dan yang lainnya di ambil kesamaan & perbedaannya	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.L.M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XI/ 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	31-10-2022	.ACC. bab 1- III, Lanjutkan Penyusunan APD	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.I.,M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN APD

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XI/ 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	9-11-2022	Ace APD, lanjutka pengumpulan dz tz	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis, 25 Mei 2023	<ul style="list-style-type: none">- Profil lokasi penelitian jangan terlalu panjang maksimal 4 halaman- Pastikan APD telah digunakan sebagai acuan pengumpulan data, dan hasilnya telah disajikan seluruhnya di bab IV- Pastikan sumber data telah diakses semua informasinya, dan disebutkan di footnote- Pastikan tujuan penelitian telah tercapai. Caranya cek pertanyaan penelitian. Lalu pastikan jawaban yang rinci disertai argumen peneliti dan dukungan teori yang telah dibangun pada bab II sudah tersaji di bagian analisis atau pembahasan.- Cara menganalisis: bandingkan data yang di lapangan dengan teori di bab II- Kesimpulan: jawaban singkat atas pertanyaan penelitian. Kesimpulan disesuaikan dengan jumlah rumusan masalah. Jika hanya 1, maka cukup 1 paragraf. Jika lebih dari 1, bisa dibuat numbering sesuai jumlah rumusan masalah- Saran: berdasarkan kesimpulan diberikan ke pihak terkait peneliti	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Zumaroh, S.E.I.,M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa, 6 Juni 2023	- Analisis dipertajam, maksimalkan pembahasan peneliti didukung teori inti yang ada di bab II	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.I.,M.E.Sv
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dikavia Selviana

Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syaiah

NPM : 1704040121

Semester / TA : XII/2023

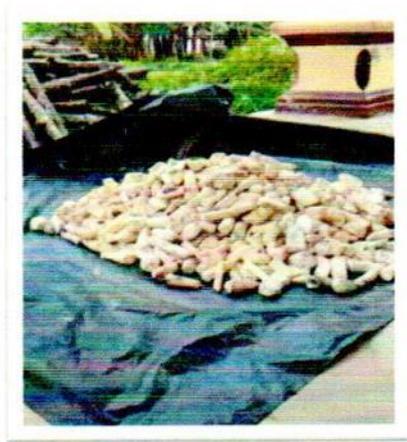
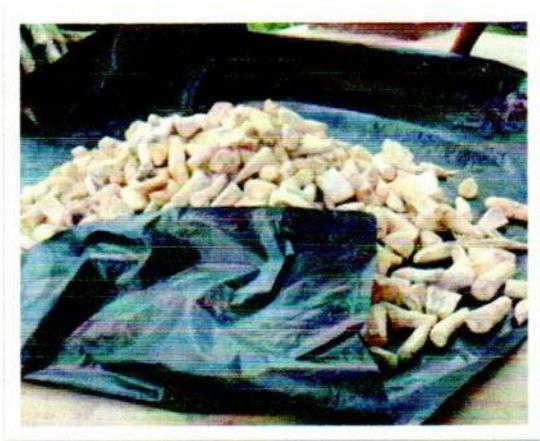
NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jumat, 9 Juni 2023	- ACC bab IV-V, siap dimunaqosyahkan	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.L., M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

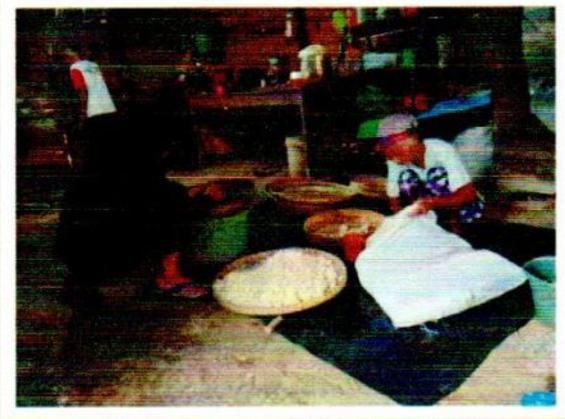
Dikavia Selviana
NPM. 1704040121



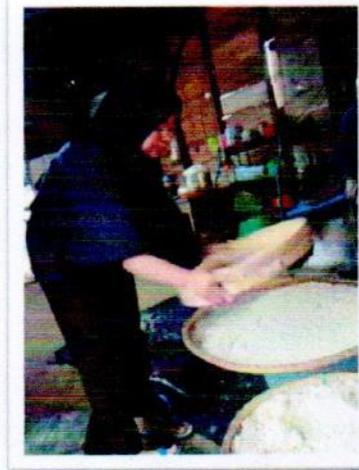
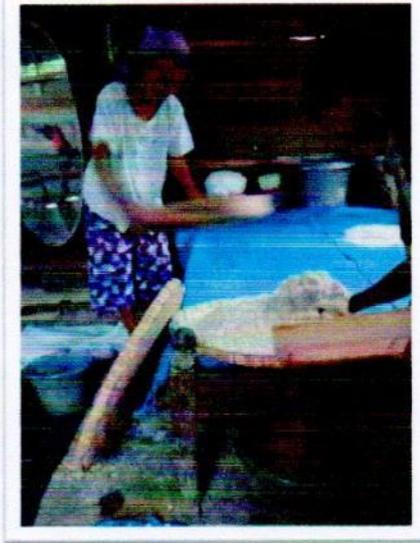
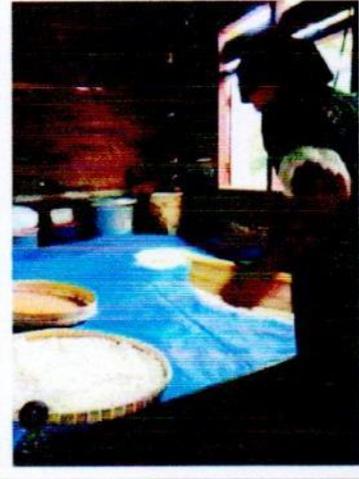
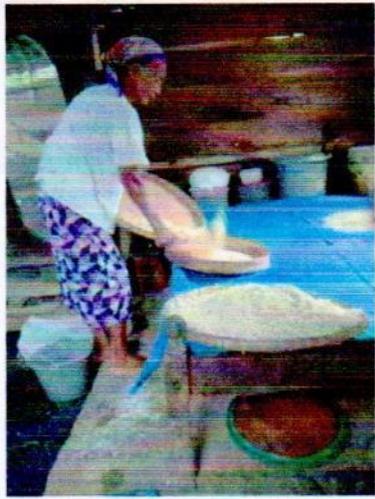
Gaplek Proses Penjemuran



Hasil dari pengeringan

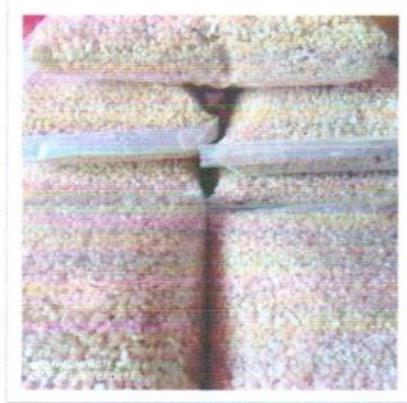
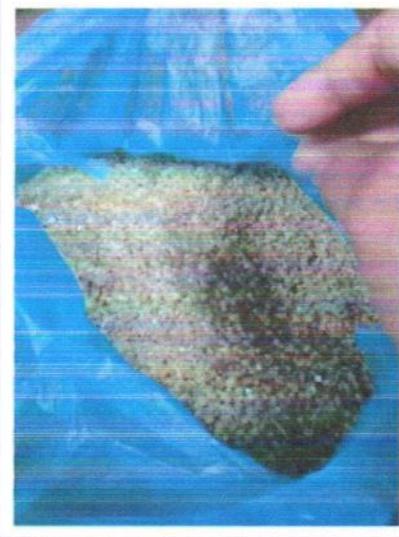


Proses Pengayakan



Proses Pengintaran

Hasil Akhir



RIWAYAT HIDUP



Peneliti lahir di Lampung Timur, 08 Agustus 1999. Ia anak tunggal dari pasangan Bapak Ponimin dan Ibu Suprapti. Peneliti sangat bangga memiliki keluarga yang sangat menyayangi dengan tulus. Berkat doa dan dukungan dari keluarga secara material maupun non material penulis dapat menyelesaikan pendidikannya.

Pendidikan yang pernah di tempuh dan diselesaikan oleh peneliti yaitu Sekolah Dasar Negeri 2 Binakarya Utama lulus pada tahun 2011. Kemudian penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Rumbia lulus pada tahun 2014.

Penulis melanjutkan pendidikannya di SMK Baskara Sahad Putra Rumbia, Kabupaten Lampung Tengah lulus pada tahun 2017. Lalu penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2017 dan selesai pada tahun 2023.