

**STRATEGI PENGEMBANGAN
EKONOMI KREATIF SEKTOR INDUSTRI KERAJINAN
PADA MASA PANDEMI *COVID-19* DENGAN ANALISIS SWOT
(STUDI KASUS KERAJINAN SANGKAR BURUNG JAYA DESA
BANJARSARI, KECAMATAN AJIBARANG, KABUPATEN BANYUMAS)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto untuk memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

IAIN PURWOKERTO
Oleh

FERA AGUS DWIYANINGSIH

1717201021

**EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

2021

**STRATEGI PENGEMBANGAN
EKONOMI KREATIF SEKTOR INDUSTRI KERAJINAN
PADA MASA PANDEMI *COVID-19* DENGAN ANALISIS SWOT
(STUDI KASUS KERAJINAN SANGKAR BURUNG JAYA DESA
BANJARSARI, KECAMATAN AJIBARANG, KABUPATEN BANYUMAS)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto untuk memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

IAIN PURWOKERTO
Oleh

FERA AGUS DWIYANINGSIH

1717201021

**EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fera Agus Dwiyarningsih
NIM : 1717201021
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi :Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada masa Pandemi Covid-19 dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi Ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 8 Juli 2021
Saya yang menyatakan,



Fera Agus Dwiyarningsih
NIM. 1717201021



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

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SEKTOR INDUSTRI
KERAJINAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN ANALISIS SWOT
(STUDI KASUS KERAJINAN SANGKAR BURUNG JAYA DESA
BANJARSARI, KECAMATAN AJIBARANG, KABUPATEN BANYUMAS)**

Yang disusun oleh Saudari **Fera Agus Dwyaningsih NIM 1717201021**
Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **22 Juli 2021**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**
oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Dewi Laila Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji


Mahardika Cipta Raharja, M.Si
NIDN. 2010028901


Pembimbing/Penguji


Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 30 Juli 2021

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Fera Agus Dwiyaningsih NIM 1717201021 yang berjudul :

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada masa Pandemi Covid-19 dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (.S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 8 Juli 2021
Pembimbing,



Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

**STRATEGI PENGEMBANGAN
EKONOMI KREATIF SEKTOR INDUSTRI KERAJINAN
PADA MASA PANDEMI *COVID-19* DENGAN ANALISIS SWOT
(STUDI KASUS KERAJINAN SANGKAR BURUNG JAYA DESA
BANJARSARI, KECAMATAN AJIBARANG, KABUPATEN BANYUMAS)**

**Fera Agus Dwiyarningsih
NIM 1717201021**

E-mail : feraagus10@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

ABSTRAK

Dalam kondisi mewabahnya pandemi *covid-19* banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya dikarenakan pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan sosial *distancing* diseluruh daerah di Indonesia yang berdampak pada pemerosotan ekonomi, dan banyak perusahaan yang melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) tetapi di industri kerajinan sangkar burung jaya tetap memproduksi kerajinan sangkar burung dan tidak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja(PHK) pada karyawan. Industri kerajinan sangkar burung jaya merupakan salah satu pelaku usaha dalam bidang Ekonomi kreatif. Dalam sebuah usaha tentunya ada permasalahan internal perusahaan dan eksternal perusahaan yang berdampak pada suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dapat mengembangkan Ekonomi Kreatif kerajinan sangkar burung jaya pada masa pandemi *Covid-19*

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan lokasi penelitian di Desa Banjarsari pada bulan Novemver 2020-Juni 2021. Merode pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis deskriptif Kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta merumuskan strategi suatu perusahaan menggunakan analisis SWOT

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan Ekonomi Kreatif pada masa pandemi *covid-19* industri kerajinan sangkar burung jaya yaitu Terus meningkatkan produksi, Meningkatkan Pelatihan pembukuan dan skill kepada karyawan, Meningkatkan Kualitas Produk, serta Meningkatkan promosi menggunakan berbagai media sosial. Dengan adanya industri kreatif kerajinan Sangkar Burung Jaya menambah kontribusi terhadap aspek kehidupan masyarakat

Kata kunci: Strategi Pengembanga, Ekonomi Kreatif, Pandemi *Covid-19*, Analisis SWOT

**CREATIVE ECONOMIC DEVELOPMENT
STRATEGY FOR THE CRAFT INDUSTRY SECTOR
DURING THE *COVID-19* PANDEMIC WITH SWOT ANALYSIS
(CASE STUDY OF BIRD CAGE CRAFTING JAYA, BANJARSARI
VILLAGE, AJIBARANG DISTRICT, BANYUMAS REGENCY)**

**Fera Agus Dwiyaningsih
NIM 1717201021**

E-mail : feraagus10@gmail.com

Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
Purwokerto State Islamic Institute

ABSTRACT

In the condition of the outbreak of the *covid-19* pandemic, many people have lost their jobs because the government has implemented Large-Scale Social Restrictions (PSBB) and social distancing policies in all regions in Indonesia which have an impact on the economic decline, and many companies are laying off workers. but in the bird cage craft industry, Jaya continues to produce bird cage crafts and does not carry out Termination of Employment (PHK) on employees. The bird cage craft industry is one of the business actors in the creative economy sector. In a business, of course, there are internal and external company problems that have an impact on a business. This study aims to find out what strategies can develop the Creative Economy of jaya bird cage crafts during the *Covid-19* pandemic

The research conducted is a field research with the research location in Banjarsari Village in November 2020-June 2021. The data collection method is in the form of interviews, observation and documentation. The data analysis technique used is descriptive qualitative analysis which includes data reduction, data presentation and conclusions. To systematically identify various factors and formulate a company's strategy using SWOT analysis

The results of this study indicate that the Creative Economy development strategy during the *covid-19* pandemic of the jaya bird cage industry is to continue to increase production, increase bookkeeping and skill training for employees, improve product quality, and increase promotions using various social media. With the creative industry of the Jaya Bird Cage craft, it adds to the contribution to aspects of people's lives

Keywords: Development Strategy, Creative Economy, *Covid-19* Pandemic, SWOT Analysis

MOTTO

“Kejarlah duniamu seolah-olah akan hidup selamanya

Kejarlah Akhiratmu seolah-olah akan mati Besok”

(H.R Ibnu Asakir)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya, skripsi ini dipersembahkan sebagai tanda cinta, kasih sayang dan hormat yang tak terhingga kepada beliau:

Kedua orangtuaku, **Bapak Kasan dan Ibu Darsiti**, serta Kakak penulis **Feri Septiyawan** serta **keluarga besar Bapak Salman dan Bapak Kadikrama**. Terimakasih atas segala pengorbanan dan doa yang senantiasa dipanjatkan, selalu memberikan dukungan baik moril dan materiil serta curahan kasih sayang tak terhingga. Terimakasih atas dukungannya dalam menuntut ilmu hingga sampai pada jenjang ini. Semoga kelak dapat memberi kebanggaan untuk keluarga serta Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan untuk kita semua di dunia dan di akhirat kelak aamiin.

Terimakasih juga kepada sahabat, teman-teman atas segala dukungan dan motivasinya selama ini. Kepada seluruh **teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2017** terimakasih atas kebersamaannya selama empat tahun berbagi kenangan dan cerita bersama. Kepada teman seperjuangan **Melia, Fitria, Asri, Mba Cika, Mba Diah, Fika, Zahro, Isti, Rena**, semoga Allah SWT senantiasa memudahkan langkah kita selanjutnya agar bisa meraih keberhasilan.

Terkhusus kepada sahabat yang selalu ada, sahabat sejak TK sampai sekarang yaitu **Eni Yuli Purwati**, serta sahabat sejak smk yaitu **Difi Fernanda dan Sofi Septiani**. penulis ucapkan terima kasih banyak atas dukungannya. Tidak lupa kepada sahabat saat di pesantren yaitu **Nisrina, Ami, Dinda, Leni, Ita, Karin** tidak lupa **teman-teman Pondok Pesantren Mahasiswa An-najah** seluruhnya. Semoga dimudahkan segala rencana dan urusan kedepannya.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha''	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra''	R	rr
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	<u>S</u>	es (dengan garis dibawah)
ض	d''ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	ṭa	<u>T</u>	te (dengan garis dibawah)
ظ	Ža	<u>Z</u>	zet (dengan garis dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el

م	Mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	w
هـ	ha'	H	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	hikmah	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة لأولياء	ditulis	karâmah al-aulyâ
---------------	---------	------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan rakaat, *fathah* atau *kasrah* atau *dommah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	zakât al-fitr
------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	Furūd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostof

أأنتم	ditulis	a'auntum
أأعدت	ditulis	u'iddat

8. Kata Sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyah

ألقياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	zawi al-furūd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada masa Pandemi *covid-19* dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)”.

Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya dan tabi"i. semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak mendapat syafa"atnya di hari akhir. Selama penulisan skripsi ini saya menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa petunjuk, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor IAIN Purwokerto
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I IAIN Purwokerto
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II IAIN Purwokerto
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., Wakil Rektor III IAIN Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
7. Sulasih, S.E., M.Si selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan ibu, aamiin

8. Segenap dosen dan staf karyawan IAIN Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu dan pengetahuan.
9. Keluarga besar usaha kerajinan sangkar burung jaya yang telah membantu dan mempermudah dalam menyelesaikan penelitian
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Kasan dan ibu Darsiti dan kakak Feri Septiyawan yang telah mencurahkan kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan kepada penulis. Terimakasih atas nasehat-nasehat yang memotivasi penulis. Semoga bapak ibu selalu diberi kesehatan umur panjang dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
11. Abah Dr. KH Mohammad Roqib M.Ag, Umi Nyai Hj. Nortri Y. Muthmainnah, S.Ag. (Pengasuh Pesantren Mahasiswa An Najah) beserta seluruh ustadz-ustadzah yang telah memberiku begitu banyak ilmu dan pengalaman
12. Segenap Bapak Ibu guru SD N Banjarsari, SMP N 3 Ajibarang, SMK Ma'arif NU 1 Ajibarang yang telah mendidik, memberikan ilmu dan nasehat-nasehat yang hingga kini peneliti amalkan.
13. Terimakasih sebesar-besarnya kepada Bank Indonesia atas kesempatan, ilmu, pengalaman, serta *networking* yang diberikan sehingga saya bisa bertemu dengan teman-teman Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto
14. Kawan-kawanku seperjuangan menempuh pendidikan di Ekonomi Syariah A angkatan 2017 terimakasih atas kebersamaannya, semoga kita selalu menjalin silaturahmi walaupun tidak bersama lagi
15. Teman-teman alumni SD N Banjarsari angkatan 2011, alumni SMP N 3 Ajibarang angkatan 2014, dan alumni SMK Ma'arif NU 1 Ajibarang angkatan 2017 yang selalu mendoakan.
16. Terimakasih patner terbaik Eni Yuli Purwati, Difi Fernanda, Sofi Septiyani, Andhi Irawan yang selalu memberikan *support*, memberi semangat, dan yang sudah mau berbagi cerita kapanpun dan dimanapun.

17. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik.

Tiada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terimakasih melainkan hanya untaian doa, semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti kelak mendapat balasan dan imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mohon kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk penulisan karya tulis selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya *Aamiin ya rabbal'alamiin*

Purwokerto, 8 Juli 2021



Fera Agus Dwiyarningsih

NIM 1717201021



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Pengertian Strategi Pengembangan Ekonomi.....	18
1. Pengertian Strategi.....	18
2. Tipe-Tipe Strategi.....	19

3. Tahap Manajemen strategis.....	20
4. Pengertian Pengembangan.....	22
B. Ekonomi Kreatif.....	23
1. Hakikat dan inti Ekonomi Kreatif	24
2. Peran Ekonomi Kreatif.....	25
3. Subsektor Ekonomi Kreatif	27
4. Alasan Pengembangan Ekonomi Kreatif.....	29
C. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif.....	32
D. Analisis SWOT	33
E. Landasan Teologis.....	37
1. QS. Ar-Ra'd ayat 11	37
2. QS. Al-Fatir ayat 29	38
3. QS. Al-Baqarah ayat 219.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	45
G. Uji Keabsahan Data.....	47
BAB IV PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran umum Kerajinan Sangkar Burung Jaya.....	49
1. Sejarah dan Perkembangan Kerajinan Sangkar Burung Jaya.....	49
2. Visi dan Misi Kerajinan Sangkar Burung Jaya	50

3. Struktur Organisasi	50
4. Lokasi Penelitian	51
5. Bahan Baku dan Peralatan pembuatan Kerajinan Sangkar burung Jaya.....	51
6. Proses Produksi Kerajinan Sangkar Burung Jaya	51
B. Jenis Kreativitas yang membentuk Ekonomi Kreatif.....	53
1. Kreativitas Ilmu pengetahuan.....	53
2. Kreativitas Ekonomi	53
3. Kreativitas Budaya	54
4. Kreativitas Teknologi	54
C. Analisis SWOT dalam strategi pengembangan Ekonomi Kreatif pada masa pandemi Covid-19.....	54
1. Lingkungan Internal	55
2. Lingkungan Eksternal.....	62
D. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kerajinan sangkar burung jaya	72
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kontribusi PDB ekonomi kreatif menurut subsektor.....	3
Tabel 1. 2 Tabel pendapatan dari bulan Maret-Mei.....	5
Tabel 1. 3 Penelitian terdahulu.....	11
Tabel 2. 1 Matriks analisis SWOT.....	36
Tabel 4. 1 Data karyawan industri kerajinan sangkar burung jaya.....	60
Tabel 4. 2 Hasil obsevasi pelanggan.....	62
Tabel 4. 3 Tabel pendapatan dari bulan Maret-Mei tahun 2021.....	63
Tabel 4. 4 Matrik SWOT kerajinan sangkar burung jaya.....	68



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara	83
Lampiran 2 : Hasil Wawancara.....	84
Lampiran 3 : Dokumentasi.....	87



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia di hadapkan dengan banyak masalah akibat dari *covid-19*, adanya *covid-19* cukup banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan dikarenakan pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan sosial distancing di seluruh daerah se-Indonesia yang berdampak pada kemerosotan ekonomi. Banyak perusahaan yang tidak sanggup meneruskan produktivitas usaha hingga harus melakukan pemutusan Hubungan Kerja (PHK) serta banyak karyawan yang dirumahkan dan berbagai perusahaan bahkan terancam bangkrut. Pandemi *covid-19* yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama disektor ekonomi. Dampak yang dialami sektor ekonomi yaitu untuk pekerja yang dirumahkan dan kena PHK lebih dari 1,5 juta. 90 % dirumahkan dan 10% kena PHK, sebanyak 1,24 juta orang adalah pekerja sektor formal dan 265 ribu pekerja sektor informal(Hanoatubun, 2020).

Semakin banyak pekerja yang dirumahkan maka angka pengangguran di indonesia semakin bertambah. Pengangguran adalah orang yang belum melakukan sesuatu kegiatan yang menghasilkan uang. Pengangguran tidak terbatas hanya pada orang yang belum bekerja namun pekerjaannya tidak produktifpun dapat dikategorikan sebagai pengangguran (Sukino, 2000). Sebelum ada isu pandemi *covid-19*, pengangguran memang masih sebagai permasalahan utama yang di hadapi oleh masyarakat indonesia dengan semakin banyak para lulusan di setiap tahunnya dan semakin sempitnya lowongan pekerjaan yang ada.

Presiden Jokowi menerapkan 3 kebijakan prioritas, salah satunya ialah kebijakan yang mengarah ke arah kreatifitas melalui sumber daya alam terbarukan yakni industri Kreatif yang berbasis intelektual. Menurut Presiden Indonesia industri kreatif di Indonesia dinilai yang paling siap menghadapi “Masyarakat Ekonomi Asean” (MEA), dikarenakan pada tahun 2014 industri

kreatif mampu berkontribusi sekitar 7,1% terhadap PDB Nasional, menyerap tenaga kerja sekitar 12 juta orang, dan memberikan kontribusi perolehan devisa negara sebesar 5,8%(Utomo, 2016). Dalam upaya meningkatkan potensi ekonomi kreatif di Indonesia, dikeluarkan peraturan presiden nomor 72 tahun 2015 tentang badan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif diartikan sebagai segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas (kekayaan intelektual), budaya, dan warisan budaya maupun lingkungan sebagai tumpuan masa depan(Sukmadi, 2010). Jadi Problem pengangguran dan masa pandemi *covid-19* tersebut bisa ditangani dengan ide ekonomi kreatif, ekonomi kreatif berasal dari ide kreatif yang dimiliki oleh setiap individu yang memiliki daya kreativitas yang tinggi dan mampu berinovasi untuk menjadi suatu barang yang bernilai jual. karenanya ekonomi kreatif bisa menjadi salah satu alternatif untuk mengatasinya.

Menurut (Suryana, 2013) Ekonomi Kreatif Berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor, meningkatkan teknologi, menambah kekayaan intelektual, dan peran sosial lainnya. Selain itu, ekonomi kreatif juga mendukung penciptaan nilai tambah terhadap produk dalam negeri dan pengembangan jasa kreatif yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi positif terhadap perekonomian nasional.

Berdasarkan data hasil *Listing Sensus Ekonomi* 2016, jumlah usaha ekonomi kreatif di Indonesia adalah kisaran 8,2 juta dengan jumlah tertinggi berada di Pulau Jawa sebesar 56,37%. Hal ini tentunya menjadikan Pulau Jawa sebagai pusat perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia(Aysa, 2020). Dimana terdapat tiga subsektor ekonomi kreatif yang tumbuh pesat dan menjadi primadona yaitu kuliner, fashion dan kriya ((BPS), 2018). Berikut ini merupakan data terkait dengan Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif pada 16 subsektor yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

No.	Subsektor	Presentase
1.	Kuliner	41,69%
2.	<i>Fashion</i>	18,15%
3.	Kriya	15,70%
4.	Televisi dan Radio	7,78%
5.	Penerbitan	6,29%
6.	Arsitektur	2,30%
7.	Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	1,77%
8.	Periklanan	0,80%
9.	Musik	0,47%
10.	Fotografi	0,45%
11.	Seni Pertunjukan	0,26%
12.	Desain Produk	0,24%
13.	Seni Rupa	0,22%
14.	Desain Interior	0,16%
15.	Film	0,16%
16.	Desain Komunikasi Visual	0,06%

Sumber data sekunder yang diolah (www.bekraf.go.id)

Berdasarkan data di atas subsektor kriya kerajinan berada di urutan ketiga, kriya kerajinan merupakan sebuah potensi ide kreatifitas yang dimiliki oleh SDM yang kreatif dan ulet. Di Indonesia memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan seperti sumber daya manusia dan sumber daya alamnya sehingga untuk bahan bakunya tidak sulit untuk dicari, selain itu sumber daya manusia dimana manusia itu memiliki ide kreatifitas yang tinggi. Dari ide kreatifitas menjadikan sebuah mata pencaharian seseorang, selain itu dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memiliki komitmen yang tinggi untuk memfasilitasi industri kreatif Indonesia termasuk di dalamnya seni kriya, bentuk fasilitasnya seperti promosi produk-produk

kriya di dalam dan luar negeri, serta membuka akses permodalan, sebagai program-program utama untuk mendukung subsektor kriya. Promosi produk industri kriya Indonesia juga dilakukan dengan diikutsertakan dalam berbagai ajang pameran baik lokal maupun internasional (Kemenparekraf, 2020).

Kerajinan yang ada di Kecamatan Ajibarang ada kerajinan Genteng dari tanah liat di Desa Pancasan (Banyumas, 2018) dan ada kerajinan dari Bambu/Kayu yaitu kerajinan Sangkar Burung yang berada di Desa Banjarsari (Wicaksono, 2020). Disini penulis meneliti kerajinan sangkar burung, karena pada masa pandemi permintaan burung cukup meningkat (Putra, 2020). Semakin banyak orang yang memelihara burung, hobi memelihara burung tentunya tidak terlepas dari kebutuhan akan sangkarnya, fungsi daripada sangkar tidak hanya sebagai tempat untuk menangkarkan, namun juga sebagai tempat yang menambah nilai *plus* dari burung itu sendiri.

Kerajinan Sangkar Burung merupakan sebuah karya industri kreatif kerajinan yang bernilai ekonomis, kerajinan sangkar burung masih memiliki potensi besar untuk mensejahterakan masyarakat di daerah sekitar selain dari pendapatan bertani (Munandar, 2021). Usaha kerajinan sangkar burung di desa banjarsari sudah semakin besar dan banyak pengusaha yang membuka usaha kerajinan sangkar burung, disini penulis meneliti Kerajinan Sangkar Burung milik Bapak Aris Munandar yang diberi nama Sangkar Burung Jaya.

Berdasarkan hasil observasi sementara, penulis telah menemukan beberapa kekuatan dari industri ekonomi kreatif kerajinan Sangkar Burung Jaya, yaitu Sangkar Burung Jaya ini sudah memiliki Legalitas usaha, selain itu terdapat pada proses pembuatan yang masih *handmade* yang dilanjutkan menggunakan mesin. Jadi, dalam pembuatan sangkar burung sangat detail mengutamakan ketelitian, kreativitas dan ketahanan produk sehingga menghasilkan sangkar burung dengan mutu dan kualitas yang bagus. Dan untuk kelemahannya sendiri yaitu belum adanya manajemen keuangan, kekurangan SDM yang apabila sedang banyak pesanan, pemasaran yang masih offline, serta kurangnya kreatifitas dan inovasi dalam pembuatan sangkar burung (Munandar, 2020).

Peluang dari usaha kerajinan sangkar burung ini yaitu diberlakukannya kebijakan pemerintah yakni Work From Home (WFH) selama masa pandemi *Covid-19* yang membuka peluang akan permintaan sangkar burung, stok bahan baku yang semakin banyak pengrajin maka bahan baku semakin menipis, dan saat ini era perdagangan berbasis E-commerce. Selain peluang tentunya terdapat ancaman seperti harga bahan baku yang mengalami kenaikan, persaingan bebas yang terjadi antara produsen sangkar burung yang memicu perang harga, selain dari Desa Banjarsari banyak terdapat kerajinan sangkar burung dari luar daerah(Munandar, 2020).

Dulu saat awal mula merintis usaha kerajinan sangkar burung proses pembuatannya masih manual, seiring dengan perkembangan zaman yang mulai canggih maka proses produksinya pun berkembang dengan menggunakan mesin. Dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada, kerajinan Sangkar Burung Jaya milik Bapak Aris tidak melakukan pemutusan hubungan kerja, serta tetap melakukan kegiatan produksi. Berikut data pendapatan pada masa pandemi *covid-19* tahun 2020(Munandar, 2020).

Tabel 1. 2

Tabel Pendapatan Tahun 2020

BULAN	PENJUALAN	PENDAPATAN
Januari	115 pcs	Rp 7.875.000
Februari	109 pcs	Rp 10.475.000
Maret	126 pcs	Rp 12.500.000
April	196 pcs	Rp 14.500.000
Mei	256 pcs	Rp 17.500.000
Juni	144 pcs	Rp 10.500.000
Juli	174 pcs	Rp 11.500.000
Agustus	124 pcs	Rp 10.000.000
September	149 pcs	Rp 11.125.000
Oktober	184 pcs	Rp 12.500.000

November	134 pcs	Rp 10.250.000
Desember	144 pcs	Rp 11.000.000

Sumber : Data primer yang diolah

Dari hasil observasi penelitian yang dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan penjualan sangkar burung jaya pada bulan maret hingga mei, dimana hal ini mempengaruhi pendapatan. Permasalahan yang dihadapi oleh Bapak Aris Munandar dalam menjalankan usahanya yaitu pada internal dan eksternal perusahaan. Untuk masalah internal belum adanya manajemen keuangan, SDM yang kurang kompeten, serta pemasaran baik secara *offline* maupun *online*. Untuk masalah eksternal meliputi kebijakan pemerintah, stok bahan baku yang semakin menipis, harga bahan baku yang mengalami kenaikan, era perdagangan berbasis E-commerce, persaingan bebas yang terjadi antara produsen sangkar burung yang kian memicu perang harga (Munandar, 2020). Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penulis menggunakan teori analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan cara yang sangat efektif untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, dan untuk memeriksa peluang dan ancaman yang cenderung dihadapi. Tujuan analisis SWOT yaitu untuk menganalisa dan mengevaluasi proses bisnis selama perencanaan strategis perusahaan (Sulasih M. S., 2020).

Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu: kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Sedangkan menurut (Sulasih, 2019) dalam jurnalnya menyatakan bahwa matriks SWOT merupakan sebuah alat yang bisa digunakan untuk menyusun dan mengembangkan strategi dengan menganalisis lingkungan-lingkungan perusahaan. Faktor-faktor yang bisa digunakan untuk pengembangan strategi meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Berdasarkan kontribusi dan berkembangnya lini ekonomi kreatif di Desa Banjarsari yang semakin berkembang ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sektor penggerak ekonomi yang dominan dalam

memberikan kontribusi untuk masyarakat sekitar maka perlu adanya penelitian untuk mengidentifikasi bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di masa pandemi *Covid-19*. Untuk itu upaya pengembangan ekonomi kreatif perlu diawali dengan melakukan identifikasi kekuatan yang dimiliki dari usaha sangkar burung yang selanjutnya menjadi prioritas untuk dikembangkan dengan menerapkan strategi pengembangan. Untuk itu dirumuskan alternatif strategi ekonomi kreatif kerajinan sangkar burung dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat tema kajian penelitian yang berjudul **“Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Industri Kerajinan Pada Masa Pandemi *Covid-19* dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Kerajinan Sangkar Burung Jaya Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yang akan dibahas dalam proposal skripsi ini yaitu bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan sangkar burung Jaya milik pak Aris Munandar di masa pandemi *covid-19* berdasarkan analisis SWOT?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka akan diperoleh tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan sangkar burung Jaya milik bapak Aris Munandar Desa Banjarsari di masa pandemi *Covid-19* berdasarkan analisis SWOT.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah atau referensi baru tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif sektor industri kerajinan pada masa pandemi *covid-19* dengan analisis SWOT

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Industri Kerajinan Sangkar Burung Jaya

penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai strategi-strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha dan hal-hal yang diperlukan untuk bahan evaluasi keberlangsungan bisnis Industri Kreatif Kerajinan Sangkar Burung Jaya kedepannya

2) Bagi Masyarakat

penelitian ini dapat memberikan informasi, acuan maupun gambaran kepada masyarakat luas, khususnya kepada para pelajar dan pengusaha yang membutuhkan penyelesaian yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Kajian Pustaka

Dalam penulisan proposal skripsi ini peneliti mengambil beberapa referensi baik dari buku, skripsi, jurnal dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat dengan baik mendapatkan dan memperoleh informasi secara lebih mendalam dan terperinci mengenai topik penelitian yang dikaji.

Penelitian ini dilakukan karena dari perusahaan ekonomi kreatif kerajinan sangkar burung jaya ini selama pandemi tidak melakukan Pemutusan Hubungan kerja (PHK) dan tetap memproduksi sangkar burung, Tinjauan tentang hasil-hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang ingin di teliti, baik kegiatan mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan belum ada. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa literatur yang menjadi rujukan berpikir/ penelitian terdahulu.

Jurnal Ari Mulianta Ginting yang berjudul “Strategi pengembangan ekonomi kreatif di provinsi jawa barat” berisi strategi pengembangan ekonomi kreatif di provinsi jawa barat. Penelitiannya menunjukkan bahwa provinsi jawa barat memiliki potensi pengembangan ekonomi kreatif dilihat dari data yang menunjukkan bahwa berdasarkan peta industri unggulan di kabupaten/kota di provinsi jawa barat hampir sebagian besar memiliki kegiatan terkait dengan ekonomi kreatif. Namun fokus utama lebih kepada industri kreatif di bidang fashion, bidang layanan komputer dan telematika, kerajinan dan kuliner(Ginting, 2017).

Jurnal I Wayan Saputra yang berjudul “Strategi Pengembangan Ekonomi kreatif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di kota bandar lampung” berisi mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif di kota bandar lampung. Penelitiannya menunjukkan bahwa strategi yang dihasilkan bagi pengembangan ekonomi kreatif dikota bandar lampung untuk sub sektor fashion sesuai prioritasnya yaitu peningkatan kualitas tenaga kerja, untuk sub sektor kuliner yaitu strategi promosi, sedangkan untuk subsektor kriya yaitu dukungan dari Pemda(Saputra).

Jurnal Ikhwanus Shofa dan Deddy Nugroho yang berjudul “Pertumbuhan dan Strategi pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang” berisi mengenai pertumbuhan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif kota malang. Hasil penelitiannya yaitu pertumbuhan ekonomi kreatif kota malang relatif stabil hal ini perlu dikembangkan secara bertahap dan terus ditingkatkan. Peranan pemerintah sebagai fasilitator dan penentu regulasi diharapkan dapat memfasilitasi kebutuhan dari pelaku industri kreatif dan membuat regulasi yang bisa memajukan industri ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif perlu terus berinovasi dalam memajukan usahanya(Nugroho).

Skripsi Ulvy Tri Ayu Agustin dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) dengan analisis SWOT studi kasus industri knalpot bapak akhmad sultoni” berisi Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) dengan analisis SWOT. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa srategi pengembangan Industri Knalpot

Bapak Akhmad Sultoni yang dapat digunakan yaitu, meningkatkan mutu dan kualitas knalpot untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan promosi dengan mengandalkan teknologi berupa *E-commerce*, melakukan pelatihan kepada para karyawan untuk menambah kreatifitas serta inovasi dalam membuat knalpot(Agustin, 2020).

Jurnal Endra Yuafanedi Arifianto dan Rakhmat Himawan dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Kreatif kerajinan Topeng Era Industri 4.0” berisi mengenai strategi pengembangan industri kreatif kerajinan topeng era industri 4.0. Hasil dari penelitian ini yaitu perlu adanya kolaborasi antar komunitas industri kreatif (masyarakat), pemerintah daerah dan perguruan tinggi untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif di kota Malang(Himawan, 2018).

Skripsi Laelatul Istiqomah dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Di Komunitas Rumah Kreatif Wadas Kelir Karanglesem Purwokerto Selatan” berisi mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif. Hasil dari penelitian ini yaitu perlu adanya peningkatan kompetensi SDM dengan mengembangkan kreativitas melalui pelatihan dan pendampingan SDM dan pendekatan personal dalam mewujudkan cita-cita anggota RKWK(Istiqomah, 2018).

Jurnal Zul Asfi Arroyhan Daulay dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode Triple Helix studi pada UMKM Kreatif di kota medan” berisi mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM Kreatif di kota medan. Hasil dari penelitiannya yaitu penerapan strategi *Triple Helix* menerapkan ke tiga pilar pengembangan ekonomi kreatif yaitu pemerintah, akademisi, dan pengusaha untuk mengambil peran dan tanggung jawab secara individual maupun bersama-sama sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai(Daulay, 2018).

Jurnal Imma Rokhmatul Aysa dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital ; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang” berisi mengenai analisa strategi yang telah dilakukan oleh zydnaa edukasi

dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Hasil dari penelitiannya yaitu strategi yang telah ditetapkan oleh zydnaa edukasi terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal dan strategi yang akan diambil kedepannya antara lain bekerjasama dengan lembaga pendidikan formal maupun non formal untuk menyalurkan produknya sebagai sarana pembelajaran yang diminati oleh anak, membuat laporan keuangan, dan menambah citra positif usaha(Aysa, 2020).

Tabel 1. 3
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan nama peneliti	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Barat (Ginting, 2017)	hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa provinsi jawa barat memiliki potensi pengembangan ekonomi kreatif dilihat dari data yang menunjukkan bahwa berdasarkan peta industri unggulan di kabupaten/kota di provinsi jawa barat hampir sebagian besar memiliki kegiatan terkait dengan ekonomi kreatif. Namun fokus utama lebih kepada industri	sama-sama melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian sumber informan penelitian

		<p>kreatif di bidang fashion, bidang layanan komputer dan telematika, kerajinan dan kuliner</p>		
2.	<p>Strategi Pengembangan Ekonomi kreatif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di kota bandar lampung (Saputra, 2017)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dihasilkan bagi pengembangan ekonomi kreatif dikota bandar lampung untuk sub sektor fashion sesuai prioritasnya yaitu peningkatan kualitas tenaga kerja, untuk sub sektor kuliner yaitu strategi promosi, sedangkan untuk subsektor kriya yaitu dukungan dari Pemda</p>	<p>sama-sama melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif</p>	<p>Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian sumber informan penelitian dan metode penelitian</p>
3.	<p>Pertumbuhan dan Strategi pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang” (Nugroho, 2018)</p>	<p>Hasil penelitiannya yaitu pertumbuhan ekonomi kreatif kota malang relatif stabil hal ini perlu dikembangkan secara pertahap dan</p>	<p>sama-sama melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan ekonomi</p>	<p>Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian sumber informan</p>

		<p>terus ditingkatkan. Peranan pemerintah sebagai fasilitator dan penentu regulasi diharapkan dapat memfasilitasi kebutuhan dari pelaku industri kreatif dan membuat regulasi yang bisa memajukan industri ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif perlu terus berinovasi dalam memajukan usahanya</p>	<p>kreatif dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif</p>	<p>penelitian</p>
4.	<p>Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan analisis SWOT (Agustin, 2020).</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni yang dapat digunakan yaitu, meningkatkan mutu dan kualitas knalpot untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan</p>	<p>sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan teknik analisis sama sama menggunakan teknik analisis SWOT</p>	<p>Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian, sumber informan penelitian</p>

		<p>promosi dengan mengandalkan teknologi berupa <i>e-commerce</i>, melakukan pelatihan kepada para karyawan untuk menambah kreatifitas serta inovasi dalam membuat knalpot</p>		
5.	<p>Strategi Pengembangan Industri Kreatif kerajinan Topeng Era Industri 4.0 (Himawan, 2018).</p>	<p>hasil dari penelitian ini yaitu perlu adanya kolaborasi antar komunitas industri kreatif (masyarakat), pemerintah daerah dan perguruan tinggi untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif di kota Malang</p>	<p>sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan industri kreatif kerajinan, untuk metode analisisnya pun sama menggunakan metode analisis SWOT, dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif</p>	<p>Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian sumber informan penelitian</p>

6.	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Di Komunitas Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan (Istiqomah, 2018).	hasil dari penelitian ini yaitu perlu adanya peningkatan kompetensi SDM dengan mengembangkan kreativitas melalui pelatihan dan pendampingan SDM dan pendekatan personal dalam mewujudkan cita-cita anggota RKWK	sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif	Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian, sumber informan penelitian, metode analisis yang digunakan
7.	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode Triple Helix studi pada UMKM Kreatif di kota medan (Daulay, 2018).	hasil dari penelitian ini yaitu penerapan strategi <i>Triple Helix</i> menerapkan ke tiga pilar pengembangan ekonomi kreatif yaitu pemerintah, akademisi, dan pengusaha untuk mengambil peran dan tanggung jawab secara individual maupun bersama-sama sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.	sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian, sumber informan penelitian, metode analisis yang digunakan

8.	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital ; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang (Aysa, 2020).	Hasil dari penelitiannya yaitu strategi yang telah ditetapkan oleh zydnaa edukasi terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal dan strategi yang akan diambil kedepannya antara lain bekerjasama dengan lembaga pendidikan formal maupun non formal untuk menyalurkan produknya sebagai sarana pembelajaran yang diminati oleh anak, membuat laporan keuangan, dan menambah citra positif usaha	sama-sama meneliti mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Lokasi, Waktu, Objek penelitian, fokus penelitian, sumber informan penelitian
----	---	--	--	---

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika pembahasan, peneliti membagi menjadi lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang memuat pola dasar penyusunan dan langkah penelitian yang meliputi Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional,

Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian, Kajian Pustaka dan Sistematika Pembahasan.

BAB II BERISI LANDASAN TEORI

Berisi tentang hal yang terkait dengan penelitian yaitu teori tentang pengembangan ekonomi dari konsep strategi, jenis-jenis strategi, dan model manajemen strategi. Kemudian teori tentang konsep ekonomi kreatif, ruang lingkup ekonomi kreatif, strategi ekonomi kreatif, analisis strategi pengembangan ekonomi kreatif, dan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif. Pengertian dan dampak *Covid-19*, serta Analisis SWOT.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan mengenai pemaparan metode yang digunakan peneliti untuk mencari sumber data, yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik keabsahan data yang digunakan, dan teknik analisis data. Dari metode penelitian ini akan diperoleh data tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif di masa pandemi *Covid-19* dengan metode analisis SWOT.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi gambaran umum dari obyek penelitian, serta hasil dari penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Merupakan bagian terakhir yang berisi penutup. Dalam bagian ini berisi kesimpulan pembahasan, saran- saran. Pada bagian akhir penelitian, peneliti mencantumkan data pustaka meliputi referensi dalam penyusunan skripsi ini, beserta lampiran-lampiran yang mendukung, serta daftar riwayat hidup penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi Pengembangan Ekonomi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Hal tersebut dapat dilihat dari perbedaan mengenai konsep strategi, yang diantaranya (Rangkuti, 2016, hal. 3-4).:

- a. Mengutip dalam bukunya Freddy Rangkuti menurut Chandler strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya tujuan jangka panjang, pogram tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
- b. Learned, Christensen, Andrews, dan Guth, strategi adalah alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Karenanya salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.
- c. Argyris, mintzberg, Steiner dan Miner mendefinisikan strategi sebagai respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.
- d. IAIN Purwokerto berpendapat strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.
- e. Andrews, Chaffe mengemukakan strategi adalah kekuatan motivasi untuk *stakeholders*. Seperti *deptholder*, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.
- f. Hamel dan Prahalad berpendapat strategi adalah tindakan yang bersifat *incereamental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan

dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Karenanya perencanaan strategi hampir dimulai dengan “apa yang dapat terjadi”. Terjadinya pola pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan memerlukan kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Dapat Disimpulkan bahwa strategi merupakan segala sesuatu yang direncanakan untuk mencapai suatu keinginan/tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

2. Tipe-Tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi (Rangkuti, 2016), yaitu :

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya strategi pengembangann produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

b. Strategi Investasi

Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dsb.

c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

3. Tahap Manajemen strategis

Komponen utama dan tahap manajemen strategis, yakni (Kartika, 2012):

- a. Analisis lingkungan bisnis untuk mendeteksi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).
- b. Analisis profil perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).
- c. Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini penekanan lebih diberikan kepada aktivitas-aktivitas utama antara lain :
 - 1) Menyiapkan strategi alternatif
 - 2) Pemilihan strategi
 - 3) Menetapkan strategi yang digunakan
- d. Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk :
 - 1) Menetapkan tujuan tahunan
 - 2) Menetapkan kebijakan
 - 3) Memotivasi karyawan
 - 4) Mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan, mengembangkan budaya yang mendukung strategi
 - 5) Menciptakan struktur organisasi yang efektif
 - 6) Menyiapkan anggaran
 - 7) Mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi, dan
 - 8) Menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi
- e. Evaluasi dan pengawasan kinerja nyata suatu perusahaan. Evaluasi strategi adalah tahap final dalam manajemen strategis. Ada tiga aktivitas dasar evaluasi strategi, yaitu :
 - 1) Meninjau ulang faktor internal dan eksternal saat ini
 - 2) Mengukur kinerja

3) Mengambil tindakan korektif

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa dengan pertumbuhan dan perkembangan berbagai jenis perusahaan yang dilengkapi dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi, maka strategi merupakan kebutuhan yang vital dan sangat penting dalam menjalankan roda perusahaan menghadapi berbagai macam tantangan baik internal maupun eksternal, khususnya para pesaing pada bisnis yang sama.

Sedangkan Fred R. David membagi tahapan manajemen strategis menjadi tiga bagian:

- a. Perumusan strategi : Meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.
- b. Pelaksanaan strategi : mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategi dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategis mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.
- c. Evaluasi strategi : tahap ini merupakan tahap akhir dari manajemen strategik tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah: mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan

merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok (Taufiqurokhman, 2016).

4. Pengertian Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, pembuatan pengembangan (Pustaka, 2002). Pengembangan menurut Pamuji diartikan sebagai suatu pembangunan, yaitu merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai yang lebih tinggi. Dalam konsep pembangunan yang dimaksud pengembangan adalah usaha untuk memajukan, meningkatkan, dan memperbaiki sesuatu yang sudah ada, atau usaha yang dilakukan dalam meningkatkan sesuatu yang lebih tinggi. Sedangkan menurut Bryson strategi pengembangan adalah suatu usaha yang bertujuan terciptanya masa depan yang lebih baik (Aisyah nurul fitriana, 2012).

Selain itu, Menurut Mohammad Jafar Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat (Hafsah, 2004). Pengembangan merupakan proses perubahan kearah yang lebih baik, maju atau lebih dewasa secara fisik dan umur (Sochimim, 2016).

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Dimasa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi (Aziz F., 2012). Jadi pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh individu ataupun suatu organisasi untuk meningkatkan sesuatu agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan mempunyai nilai lebih.

Dalam usaha mengembangkan manajemen usaha kecil, maka langkah-langkah dalam prinsip manajemen yaitu :

a. Perencanaan pengembangan usaha

Tahap awal sebelum membuat sebuah konsep perencanaan pengembangan usaha, para pemilik usaha melakukan identifikasi terhadap usahanya meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Pada aspek perencanaan pengembangan usaha ini meliputi:

- 1) Pemasaran
- 2) Sumber Daya Manusia
- 3) Bidang Produksi
- 4) Bidang Permodalan

b. Pengorganisasian rencana dan pelaksanaannya

Pemilik yang biasanya merangkap sebagai pembuat rencana dan sekaligus bertugas untuk melaksanakan rencana tersebut yang dibuat dapat dilaksanakan. Pemilik haruslah mengorganisasikan waktu yang dimilikinya disela-sela kesibukan operasional dan memikirkan serta melaksanakan rencana yang telah dibuat dapat dibantu oleh para pegawai.

c. Mengadakan Evaluasi terhadap rencana

Evaluasi terhadap rencana pengembangan usaha penting dilakukan agar dapat dideteksi secara dini persoalan yang timbul dalam pengelolaan usaha. Hal ini penting dilakukan agar rencana yang tidak bisa dilaksanakan dapat segera diperbaiki dan sekaligus memperkirakan masalah apa yang mungkin akan muncul untuk diambil tindakan pencegahan. (Sudantoko, 2002)

B. Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif di Indonesia mulai dikenalkan pada masyarakat sejak pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sekitar tahun 2004 setelah munculnya Masyarakat Ekonomi Asean atau MEA. Kemudian lebih ditingkatkan lagi pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo mulai dikembangkan dengan mendapat support dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) yang menaungi industri kreatif (Anggri

Puspita Sari, 2020). Gagasan baru diharapkan mampu memberikan dorongan pada masyarakat agar lebih optimis dalam memberikan gagasan atau ide dalam bentuk jasa yang nantinya akan menjadi ciri khas kreativitas tanah air.

1. Hakikat dan inti Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Dikemukakan oleh UNCTAD dalam *Creative Economy Report*, (2008: 3) dalam bukunya(Suryana, 2013).

Dalam konteks ekonomi, kreativitas menunjukkan suatu formulasi ide-ide baru dan menerapkan ide tersebut untuk menghasilkan pekerjaan yang berasal dari produk seni dan budaya, penemuan ilmu pengetahuan dan penerapan teknologi. Ada beberapa aspek ekonomi yang dapat diamati dari kreativitas, yaitu kontribusi terhadap kewirausahaan, pendorong inovasi, peningkatan kreativitas, dan pendorong pertumbuhan ekonomi.

Menurut Kelompok Kerja Desain Power Kementerian Perdagangan RI, dalam *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014* (2009:4) mengemukakan Ekonomi Kreatif Merupakan era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan (*stock of knowledge*) dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi (Suryana, 2013).

Dalam konteks yang lebih luas, ekonomi kreatif merupakan suatu konsep yang menyeluruh yang berkenaan dengan interaksi yang kompleks antara budaya, ekonomi dan teknologi dalam menghadapi dunia global, yang didominasi oleh simbol-simbol, teks, inspirasi dan imajinasi (UNCTAD dan UNDP, 2008:3). Sementara itu, menurut Zimmerer (1996:51) yang mengemukakan sebagai berikut.

Berdasarkan pada 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 merupakan hasil dari kolaborasi dalam menghasilkan sesuatu yang lama dengan cara-cara baru.
- c. Kreativitas ekonomi merupakan penggunaan sesuatu untuk menciptakan sesuatu yang lebih sederhana atau lebih baik.

Inti atau jantungnya ekonomi kreatif adalah industri kreatif yang melakukan proses penciptaan melalui penelitian dan pengembangan (*research and development*). Kekuatan industri kreatif terletak pada riset dan pengembangan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru yang bersifat komersial. Dengan *stock knowledge* yang dimiliki para intelektual melahirkan ide-ide atau gagasan, inspirasi, dan khayalan yang diwujudkan dalam bentuk kekayaan intelektual seperti desain, merek dagang, paten, hak cipta, dan royalti (Suryana, 2013).

2. Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan (*income generation*), menciptakan lapangan pekerjaan (*job creation*) dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (*export earning*) meningkatkan teknologi (*technology development*) menambah kekayaan intelektual (*intelektual property*) dan peran sosial lainnya. Oleh sebab itu, ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai penggerak pertumbuhan dan perkembangan suatu bangsa (*engine of economic growth and development*) seperti dikemukakan oleh UNCTAD (2008: 15), dalam *Creative Economy Report*, bahwa ekonomi kreatif adalah suatu konsep berbasis aset kreativitas yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (*the creative economy is an evolving concept*

based on creative assets potentially generating economic growth and development).

Menurut UNCTAD dan UNDP dalam *Summary Creative Economics Report*, 2008:11-12; dan *Creative Economy Report*, 2008:4) secara potensial ekonomi kreatif berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut :

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

Pendekatan lain dari peran kreativitas adalah bahwa kreativitas dipandang sebagai alat ukur untuk proses sosial. Kreativitas dapat meningkatkan nilai ekonomi seperti pendapatan, kesempatan kerja, dan kesejahteraan, yang pada gilirannya dapat mengurangi permasalahan sosial seperti kemiskinan, pengangguran, rendahnya pendidikan kesehatan, ketimpangan dan persoalan ketidakstabilan sosial lainnya. Oleh sebab itu, dari sudut pandang ekonomi

yang tidak terpisahkan secara khusus (UNDP dan UNCTAD,2008). Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan karena dapat menciptakan kesempatan kerja/mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan, menciptakan pemerataan, mengurangi kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan mendorong pembaruan serta memanfaatkan bahan baku lokal. (Suryana, 2013)

3. Subsektor Ekonomi Kreatif

Sektor ekonomi kreatif semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu dari yang mulanya hanya 14 subsektor menjadi 16 subsektor. Bahkan pemerintah membentuk kelembagaan sektor ekonomi kreatif yakni Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) badan ini diharapkan mampu membina dan mengembangkan keenambelas subsektor ekonomi kreatif yang dituangkan dalam Peraturan Presiden (Perpres) nomor 72 tahun 2015 tentang Perubahan atas perpres No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Adapun ke 16 subsektor yang di maksud adalah sebagai berikut :

- a. Industri Periklanan, yaitu suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan.
- b. Industri Arsitektur, yaitu jasa konsultasi arsitek yang mencakup usaha seperti : desain bangunan, pengawasan konstruksi perencanaan kota.
- c. Industri barang seni, yaitu kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang seni asli, unik dan langka dan berasal dari masa lampau yang dilegalkan oleh undang-undang dan memiliki nilai estetika seni yang tinggi.
- d. Industri kerajinan, yakni industri yang menghasilkan produk-produk, baik secara keseluruhan dengan tangan atau menggunakan peralatan biasa, peralatan mekanis.
- e. Industri desain, dalam kaitannya dengan ekonomi kreatif akan dikembangkan dalam tiga kelompok disiplin ilmu desain diantaranya desain industri, desain grafis, desain interior.

- f. Industri Fesyen adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, dan desain aksesoris mode lainnya.
- g. Industri Film, Video dan Fotografi adalah kegiatan yang terkait dengan kreasi, produksi video, film, dan jasa fotografi serta distribusi rekaman video.
- h. Industri permainan interaktif adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi permainan komputer dan video.
- i. Industri musik adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan musik, reproduksi dan distribusi dari rekaman suara.
- j. Industri seni pertunjukan, kegiatan ini berhubungan dengan seni drama, teater dan karawitan, serta tari.
- k. Industri penerbitan dan percetakan, meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah dan tabloid.
- l. Industri layanan komputer dan piranti lunak yang meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi.
- m. Industri Televisi dan Radio, yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran dan transmisi televisi dan radio.
- n. Industri Riset dan Pengembangan meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.
- o. Industri kuliner yaitu yang berkaitan dengan kuliner/ masakan/ makanan ciri khas indonesia

- p. Aplikasi dan game developer yaitu kegiatan kreatif yang terkait dengan digitalisasi pada pengembangan aplikasi atau game. (Firdausy, 2018)

4. Alasan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif didasarkan pada fungsi, peran, dan kontribusi ekonomi kreatif terhadap aspek kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Menurut Departemen Perdagangan RI (2008:24) dalam bukunya (Suryana, 2013) ada 6 alasan mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan, yaitu sebagai berikut :

- a. Ekonomi kreatif berkontribusi terhadap:

1) Pendapatan Domestik Bruto (PDB)

Dalam perekonomian Indonesia, berdasarkan hasil studi pemetaan industri kreatif Departemen Perdagangan 2007, menunjukkan bahwa peran industri kreatif cukup signifikan. Industri kreatif ini telah mampu memberikan sumbangan kepada PDB nasional secara signifikan dengan rata-rata kontribusi periode 2002-2006 sebesar 104,637 triliun rupiah (nilai konstan) dan 152,5 triliun rupiah (nilai nominal) atau dengan rata-rata persentase kontribusi periode 2002- 2006 sebesar 6,28% dari total PDB Nasional. Angka diatas kontribusi sektor (1) pengangkutan dan komunikasi; (2) agunan; (3) listrik, gas, dan air bersih.

2) Menciptakan lapangan pekerjaan

Subsektor kerajinan (industri furnitur, batik termasuk di dalamnya) dan *fashion* memiliki daya serap tenaga kerja yang tinggi dengan tingkat keterampilan pekerja yang mampu dikuasai oleh seluruh lapisan masyarakat. Sehingga, apabila industri ini dibenahi dengan benar, maka ia akan berkontribusi menciptakan lapangan pekerjaan dan turut serta mengurangi angka kemiskinan Indonesia. Subsektor lainnya yang memiliki bobot keterampilan lebih tinggi seperti layanan komputer dan

perangkat lunak, permainan interaktif, periklanan, musik, film, seni pertunjukan memiliki karakteristik jumlah pekerja yang tidak terlalu banyak, namun mampu menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi. Sektor-sektor ini menonjol dalam sumber daya kualitas tinggi sehingga bila hasil karyanya diekspor akan mampu mengharumkan nama bangsa Indonesia.

3) Peningkatan ekspor

Nilai ekspor industri kreatif memiliki nilai tambah yang tinggi karena industri kreatif tidak hanya berfokus pada memproduksi benda-benda fungsional tanpa memperhatikan desain. Indonesia sangat dapat bersaing untuk produk industri kreatif, karena Indonesia memiliki sumber daya insani kreatif yang potensial dan dapat dikembangkan terus. Oleh karena itu, Indonesia lebih bisa bersaing di bidang ini di produk-produk produksi massal.

b. Ekonomi kreatif berdampak sosial yaitu:

1) Meningkatkan kualitas hidup

Pembangunan dengan modal kreativitas yang terarah dan tepat sasaran pada jangka panjang akan meningkatkan pertumbuhan dan keadilan (*growth and equity*), sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup.

2) Peningkatan toleransi sosial

Toleransi sosial merupakan faktor utama untuk menciptakan iklim kreatif yang dapat menarik pekerja kreatif tinggal dan berkreasi

c. Ekonomi kreatif mendorong inovasi dan kreativitas yaitu dapat merangsang:

1) Ide dan gagasan

Siapa yang memiliki ide atau gagasan yang unik dapat memproduksi idenya itu dan menghalangi orang lain menggunakannya. Ide bisa didaftarkan sebagai paten, hak

cipta, merk, dan desain. Di zaman ini ide bukan lagi hal yang bisa dianggap remeh.

2) Menciptakan nilai

Istilah inovasi sering dikaitkan dengan penguasaan teknologi tinggi. Itu adalah paradigma lama. Inovasi bisa juga tidak dari teknologinya, namun dari nilai baru.

d. Dengan ekonomi kreatif sumberdaya terbarukan yaitu:

- 1) Berbasis pengetahuan dan kreativitas
- 2) *Green community*

e. Ekonomi kreatif dapat menciptakan iklim bisnis, disebabkan:

1) Dapat menciptakan lapangan pekerjaan

Industri kreatif dalam rantai nilai sektor kreasi sejatinya adalah sektor jasa. Terlihat di berbagai negara bahwa pertumbuhan sektor jasa semakin meningkat. Membangun sektor industri kreatif pada akhirnya akan meningkatkan sektor jasa yang saat ini juga merupakan perhatian pemerintah Indonesia.

2) Berdampak pada sektor lain

Pembangunan yang mendukung tumbuhnya kreativitas akan menimbulkan iklim bisnis yang kompetitif, karena kreativitas adalah suatu keinginan untuk menciptakan sesuatu yang baru, unik dan berbeda. Seluruh sektor industri sebenarnya membutuhkan tambahan kreativitas di dalamnya.

3) Dapat memperluas jaringan pemasaran

Ilmu yang berbasis kreativitas seperti desain bersinggungan langsung dengan ilmu pemasaran seperti promosi, periklanan, pencitraan, merek, dan masih banyak lagi yang mampu mengolah strategi pemasaran dari pendekatan emosional konsumen. Di level produk, pemanfaatan potensi kreativitas akan memunculkan keberanian memasarkan

produk-produk nasional bagi merek sendiri baik di pasar domestik maupun Internasional.

- f. Dengan ekonomi kreatif dapat menciptakan citra dan identitas bangsa yaitu melalui:
- 1) Meningkatkan turisme
 - 2) Mengembangkan ikon nasional
 - 3) Membangun budaya dan warisan budaya
 - 4) Memelihara mengembangkan nilai-nilai lokal.

Untuk pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, menurut Departemen Perdagangan RI (2008), ada 4 aspek yang harus diperhatikan dan dikembangkan, yaitu mencakup hal-hal sebagai berikut :

- a. Ekonomi Kreatif dengan menemukan ide-ide, seni dan teknologi
- b. Keunggulan produk ekonomi berbasis seni budaya dan kerajinan
- c. Ekonomi warisan
- d. Ekonomi kepariwisataan yang berbasis keindahan alam

C. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Strategi pengembangan ekonomi kreatif menurut Gunaryo menuliskan dalam bukunya bahwa sumber daya manusia menjadi pondasi dalam kelangsungan ekonomi kreatif. Keunikan industri kreatif adalah peran sentral sumber daya insani sebagai modal insani dibanding faktor-faktor produksi lainnya. Untuk itu perkembangan industri kreatif harus dilandasi pembangunan SDM yang terampil, terlatih, dan terberdayakan untuk menumbuhkan pengetahuan dan kreativitas. Pengetahuan dan kreativitas inilah menjadi faktor produksi utama dalam pengembangan industri kreatif (Gunaryo, 2008).

Dalam bukunya (Suryana, 2013) ada 4 jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif, yaitu sebagai berikut :

1. Kreativitas ilmu pengetahuan (*scientific creativity*)
2. Kreativitas Ekonomi (*Economic creativity*)
3. Kreativitas Budaya (*Cultural Creativity*)
4. Kreativitas teknologi (*Technological Creativity*)

Karakteristik ekonomi kreatif selanjutnya adalah perlunya kolaborasi antara beberapa aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan, dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat dasar yaitu berbasis pada ide kreatif. Pemerintah pusat maupun pemerintah daerah harus bersinergi untuk mencapai kesepakatan melakukan strategi sebagai solusi yang bermakna bagi para pelaku ekonomi kreatif. Dalam bukunya Carunia Mulya Firdausy Proses pengembangan ekonomi kreatif terutama di daerah perlu mendapat perhatian diantaranya :

1. Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang kreatif dan inovatif
2. Peningkatan inovasi dan kreativitas yang berciri keunggulan lokal yang berdaya saing global
3. Penetapan Regulasi/Kebijakan yang disertai upaya penegakan hukum (*law enforcement*)
4. Perlunya insentif bagi pengembangan produk ekonomi kreatif
5. Dukungan pasar dan pola pengaturannya (Ekspor-Import)
6. Penguatan teknologi dan metode yang ramah lingkungan
7. Mengembangkan ketersediaan material lokal dan optimalisasi pemanfaatannya
8. Peningkatan kepercayaan dunia perbankan, lembaga permodalan, dan dunia usaha
9. Adanya aksesibilitas dan konektivitas
10. Mendorong masyarakat yang apresiatif dan mendukung kekayaan intelektual (HKI)(Firdausy, 2018).

D. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, rekan diperusahaan lain. Banyak

perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Daft, 2010).

Menurut Freddy Rangkuti (2004: 18) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini (Rangkuti, 2016). Metode analisis SWOT digunakan untuk merumuskan secara kualitatif dan holistik baik dilingkungan internal maupun eksternal dari obyek yang sedang diamati.

Dalam lingkup internal, dijelaskan secara rinci aspek-aspek yang menjadi Kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dengan mengidentifikasi beberapa faktor seperti:

1. Keuangan
2. Pemasaran
3. Produk dan operasi
4. Sumber daya manusia (SDM)
5. Manajemen umum dan organisasi (Umar, 2003) dan
6. Riset dan pengembangan (David, 2004).

Sementara itu dalam lingkup eksternal analisis ini akan menjelaskan secara rinci mengenai aspek Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) usaha yang akan dihadapi dengan mengidentifikasi beberapa faktor seperti :

1. Ekonomi
2. Politik
3. Sosial budaya dan demografi (David, 2004)

4. Kekuatan tawar menawar pemasok
5. Ancaman pendatang baru
6. Ancaman produk pengganti (Umar, 2003) (Sulasih M. S., 2020).

Analisis SWOT dengan langkah-langkah sebagai berikut. Matriks SWOT terdiri dari sembilan sel. Secara khusus, ada empat sel faktor kunci, empat sel strategi, dan satu sel yang biasa dibiarkan kosong, empat sel strategi, berlabel kekuatan-peluang SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah kunci, Label S,W,O, dan T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam membangun Matriks Analisis SWOT yaitu :

1. Daftar peluang eksternal kunci perusahaan (O)
2. Daftar Ancaman eksternal kunci perusahaan (T)
3. Daftar kekuatan internal kunci perusahaan (S)
4. Daftar kelemahan internal kunci perusahaan (W)
5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat strategi SO yang dihasilkan dalam sel yang sesuai
6. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat strategi WO yang dihasilkan
7. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat strategi ST yang dihasilkan
8. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat strategi WT yang dihasilkan(Sulasih M. S., 2020).

Tabel 2. 1
Matriks Analisis SWOT

	Stength (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO Menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
Threats (T)	Strategi ST Menggunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Menekan semua kelemahan-kelemahan dan mencegah ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti, 2016

Menurut Rangkuti apabila strategi dalam tabel diatas dikaitkan dengan strategi bisnis, maka pilihan-pilihan strategi bisnis yang perlu dilakukan sebagai berikut :

- a. Strategi SO (*Strengts-Opportunities*) dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan yang substansial untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang ada. Strategi dalam kuadran SO disebut sebagai analisis agresif
- b. Strategi ST (*Strengts-Threats*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk atau bisnis, melalui mengembangkan produk-produk unggul. Strategi dalam kuadran ST disebut sebagai strategi diversifikasi
- c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama itu. Strategi dalam kuadran WO disebut sebagai strategi balik arah
- d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus

menghindari ancaman. Strategi dalam kuadran WT disebut sebagai strategi bertahan (Rangkuti, 2016).

E. Landasan Teologis

Landasan teologis dalam kegiatan ekonomi islam adalah nilai-nilai ketuhanan yang menjadi dasar kegiatan ekonomi seorang muslim. Dimensi teologi dalam kegiatan ekonomi berkaitan dengan asal usul kejadian manusia di dunia. Dengan dasar manusia sebagai ciptaan Tuhan, maka dengan sendirinya dimensi teologi itu selalu menjadi dasar dan melekat dalam setiap perbuatan manusia, dalam hal ini adalah kegiatan ekonomi (Asy'ari, 2015).

Ekonomi islam adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku individu yang disandarkan pada ajaran islam, mulai dari penentuan tujuan hidup, cara memandang dan menganalisis masalah ekonomi, serta prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang harus dipegang untuk mencapai tujuan tersebut (P3EI, 2014).

1. QS. Ar-Ra'd ayat 11

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ
حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ
مِنْ وَّالٍ - ١١

Artinya:

"Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia". (RI, Qur'an Kemenag)

Pada ayat diatas dijelaskan bahwa sesungguhnya Allah SWT tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Allah SWT memerintahkan kepada

manusia untuk berusaha secara maksimal untuk dapat mengubah penghidupannya bukan hanya berpangku tangan dan meminta-minta kepada orang lain.

Industri Kerajinan Sangkar Burung Jaya sebagai salah satu bentuk industri perniagaan yang sedang berusaha untuk mengubah ekonomi dari yang awalnya sederhana hingga berinovasi menjadi sangkar burung yang unik dari sisi ukirannya. Konsumen yang datang atau memesan tentu memilih jenis sangkar burung murni berdasarkan keinginan sendiri tanpa paksaan maupun penipuan. Pembayaran dilakukan sesuai dengan prosedur yang seharusnya. Hal ini berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen yang tentu akan datang kembali jika pelayanan yang diberikan memuaskan.

2. QS. Al-Fatir ayat 29

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً
يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورًا - ٢٩

Artinya :

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebagian rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.” (QS. Fatir ayat 29) (RI, Qur'an Kemenag)

Ayat di atas menyebutkan bahwa golongan orang-orang yang beriman diantaranya adalah orang-orang yang selalu membaca kitab-Nya (al-quran), mendirikan shalat, serta menafkahkan atau menggunakan harta yang diberikan Allah dengan sebaik-baiknya. Golongan orang-orang yang demikian diibaratkan sebagai pedagang yang tidak akan merugi. Selain memperoleh keuntungan yang berkah mereka juga akan mendapatkan balasan pahala berlipat sebagai karunia dari Allah SWT.

Dalam usaha yang dilakukan oleh industri kerajinan sangkar burung jaya terdapat beberapa nilai-nilai yang dilakukan. Selain mencari keuntungan yang baik dari perputaran usahanya, usaha ini juga ambil peran sebagai penyedia lapangan pekerjaan. Terdapat Nilai sosial didalamnya yaitu dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak disekitarnya maupun yang terlibat langsung dalam usaha ini.

3. QS. Al-Baqarah ayat 219

كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ - ٢١٩

Artinya :

“ Demikianlah, Allah menerangkan kepadamu ayat-ayatnya agar kamu berpikir” (QS. Al-Baqarah ayat 219) (Quran Kemenag)

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah SWT telah memberikan kelapangan kepada manusia untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya (qalbunya) dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup di dalamnya.

Industri kerajinan sangkar burung jaya dalam memproduksi kerajinan sangkar burung sangat mengutamakan ide dan kreativitas yang dimiliki oleh setiap karyawan. Sesuai dengan ayat diatas bahwa Allah SWT telah memberikan akal kepada manusia senantiasa untuk berfikir.

IAIN PURWOKERTO

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian berarti penyelidikan yang dilakukan secara hati-hati, teratur dan terus-menerus untuk memecahkan suatu masalah. Penelitian dapat juga di artikan:

1. Suatu penyelidikan yang bersifat sistematis untuk meningkatkan sebuah pengetahuan.
2. Suatu usaha yang sistematis dan terorganisir untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.

Sedangkan metologi penelitian adalah ilmu yang membahas metode ilmiah dalam mencari, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan(Siswanto, 2012). Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu(Sugiyono, 2009).

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan Penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif dalam mengerjakan penelitian ini yaitu penelitian melalui pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen dan dengan sifat deskriptif. Dimana data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan studi mendalam (*in depth study*) terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan terorganisasikan mengenai subjek penelitian(Suryabrata, 1994).

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai pengamat dan mencatat secara sistematis terhadap gejala/ fenomena/objek yang diteliti. Penelitian dengan desain dekriptif yang paling sederhana menyangkut suatu pertanyaan, dimana kita menanyakan suatu hal mengenai pokok permasalahan tertentu seperti besarnya, prosesnya, distribusinya, dan bentuknya(Purhantara, 2010). Penelitian ini bersifat kualitatif karena lebih banyak ditujukan pada pembentukan teori berdasarkan dari konsep yang

timbul dari data empiris di lapangan. Dalam hal ini peneliti akan mengumpulkan informasi dari sumber data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data. Penelitian ini dilakukan dengan pengamatan terhadap aktivitas dan proses strategi pengembangan ekonomi kreatif kerajinan Sangkar Burung Jaya pada masa pandemi *covid-19* dengan analisis SWOT.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Banjarsari, RT 03 RW 02 grumbul golong Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas. Kerajinan Sangkar Burung Jaya merupakan salah satu Kerajinan Sangkar Burung yang sudah memiliki brand/merek dengan nama Sangkar Burung Jaya. Penelitian ini dimulai dari bulan November 2020-Juni 2021.

Alasan ketertarikan penulis meneliti Kerajinan Sangkar Burung Jaya ini karena pada masa pandemi seperti saat ini kerajinan sangkar burung jaya tetap memproduksi dan tidak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu orang yang memiliki data mengenai variabel yang diteliti, adapun subjek untuk penelitian ini adalah:

- a. Aris Munandar selaku *Owner*/pemilik usaha kerajinan sangkar burung jaya
- b. Yulianti Wahyuningsih selaku admin/ bidang keuangan usaha kerajinan sangkar burung jaya
- c. SDM selaku karyawan usaha kerajinan sangkar burung jaya
- d. Pelanggan industri kerajinan sangkar burung jaya

2. Objek penelitian

Sasaran pada penelitian kali ini yaitu Strategi pengembangan ekonomi kreatif Kerajinan sangkar burung jaya pada masa pandemi *covid-19* dengan analisis SWOT

D. Sumber Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap sumber data menjadi sangat penting agar penelitian menghasilkan pemahaman simpulan yang tepat. Sumber data menurut (Sutopo, 2002). terdiri dari narasumber (informan), peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, benda, gambar, dan rekaman, serta dokumen. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut teori penelitian kualitatif, agar penelitiannya dapat betul-betul berkualitas, maka data yang dikumpulkan harus lengkap, yaitu berupa data primer dan data sekunder (Siyoto, 2015) sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Data primer dianggap lebih akurat karena data ini disajikan secara terperinci (Purhantara, 2010).

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Data primer pada penelitian ini diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui wawancara yang dilakukan kepada :

- a. Aris Munandar selaku owner/Pemilik Kerajinan sangkar burung jaya
- b. Yuli Wahyuningsih selaku Admin Usaha kerajinan sangkar burung Jaya
- c. SDM selaku karyawan usaha kerajinan sangkar burung jaya
- d. Pelanggan industri kerajinan sangkar burunng jaya

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas : struktur organisasi kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta

buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder diperoleh penelitian secara tidak langsung, melalui perantara atau diperoleh dan dicatat dari pihak lain. Data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan berupa data dan dokumentasi (Purhantara, 2010).

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber atau subjek secara tidak langsung, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum, selain itu data sekunder pada penelitian diperoleh peneliti melalui studi kepustakaan yang berupa buku, jurnal, literatur, internet, *e-book*, serta data lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, Penulis menggunakan beberapa metode Pengumpulan data, diantaranya :

1. Observasi

Teknik ini adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya. Instrumen yang dapat digunakan adalah dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan maupun alat perekam. Metode observasi dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai perilaku (subjek), benda, atau kejadian (obyek) daripada metode wawancara (Purhantara, 2010).

Teknik Observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi, dan benda, serta rekaman gambar. Observasi yang dilakukan adalah dengan melihat langsung aktivitas, dalam penelitian ini penulis melihat langsung kegiatan pembuatan kerajinan sangkar burung jaya mulai dari proses pengeringan bahan baku dengan cara dijemur dibawah sinar matahari. Selanjutnya masuk proses pemotongan. Proses pemotongan dilakukan dengan menggunakan mesin potong kayu. Bahan baku yang telah dipotong

dihaluskan dengan mesin pasah. Selanjutnya masuk proses pengukiran. Proses ini dilakukan mengikuti pola gambar dan selanjutnya di bor untuk tempat jeruji. Setelah itu proses perangkaian atau proses setel. Langkah yang terakhir sangkar burung diampelas lalu dicat serta dipernis.

2. *Interview* (Wawancara)

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian atau responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (Purhantara, 2010).

Dalam pelaksanaannya peneliti sebagai pencari data di lapangan berhadapan langsung dengan narasumber yakni pemilik, pekerja dan pelanggan *home* industri kerajinan sangkar burung jaya dan proses komunikasinya secara verbal sehingga keorisinilan dapat dipertanggung jawabkan.

Topik wawancara dengan pemilik mengenai sejarah dan gambaran umum sangkar burung jaya serta masalah internal dan eksternal perusahaan. Wawancara dengan pekerja dibagi menjadi 2 yaitu dengan bagian administrasi dan pekerja produksi. Topik wawancara dengan bagian administrasi meliputi keuangan dan SDM karyawan. Sedangkan topik wawancara dengan pegawai produksi meliputi proses produksi. Wawancara dengan pelanggan berkaitan dengan produk.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data pendukung yang dikumpulkan sebagai penguat data observasi dan wawancara. Jenis data dokumentasi dapat berupa gambar, grafik, data angka, sejarah dan dokumen penting yang ada tentang objek dan situasi sosial (Mukhtar, 2013).

Dokumentasi Penelitian ini diperoleh dari pemilik kerajinan sangkar burung jaya, pengambilan dan pemanfaatan gambar (Foto

Kegiatan) peneliti juga mencantumkan dokumentasi berupa pengambilan gambar dari bangunan tempat produksi kerajinan sangkar burung jaya serta peralatan produksi kerajinan sangkar burung jaya.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bog dan dalam Sugiyono 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 diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2009). Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Milles dan Huberman. Menurut (Huberman, 1992) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data adalah suatu teknik analisis data yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan di verifikasi (Emzir, 2010).

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting serta dicari tema dan polanya sehingga data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2017).

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan merangkum data-data yang difokuskan pada hal-hal yang

berkaitan dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada masa pandemi *covid-19* dengan analisis SWOT

2. Data *Display* (Penyajian Data)

Data *Display* adalah suatu usaha merangkai informasi yang terorganisir sebagai upaya untuk menggambarkan kesimpulan dan mengambil tindakan, biasanya menggunakan teks yang berbentuk narasi (Mukhtar, 2013).

Penyajian data dalam penelitian ini berupa pengelompokan data yang sejenis untuk dapat menggambarkan kesimpulan. Data yang disajikan berupa data strategi pengembangan ekonomi kreatif pada masa pandemi *covid-19* dengan analisis SWOT

3. *Conclusion Drawing/verification* (Menarik Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung (Huberman, 1992).

Kesimpulan dalam data kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada yang berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang menjadi jelas setelah diteliti (Sugiyono, 2017).

Kesimpulan dalam penelitian ini berupa deskripsi dalam bentuk teks narasi yang mendeskripsikan mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif pada masa pandemi *covid-19* dengan analisis SWOT.

Jadi Setelah melakukan Data Reduction (Reduksi Data), Data *Display* (Penyajian data) dan *Conclusion Drawing* (Menarik Kesimpulan), selanjutnya dilakukan analisis SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya.

G. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif yang berupa kata-kata, kalimat, statement, perilaku, kejadian yang berhasil dikumpulkan dan telah diberi kode kemudian dianalisa kebenarannya. Alat yang digunakan untuk menganalisa data dan informasi disebut triangulasi (Purhantara, 2010, hal. 102) dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data. Triangulasi berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Pemeriksaan keabsahan data sangat penting dilakukan agar data yang dihasilkan dapat di percaya dan di pertanggung jawabkan

Dalam penelitian kualitatif, teknik triangulasi dimanfaatkan sebagai pengecekan keabsahan data yang peneliti temukan dari hasil wawancara peneliti dengan informan dan kemudian peneliti mengonfirmasikan dengan studi dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian serta hasil pengamatan peneliti di lapangan sehingga kemurnian dan keabsahan data terjamin.

Triangulasi pada penelitian ini, peneliti gunakan sebagai pemeriksaan melalui sumber lainnya atau disebut dengan triangulasi sumber. Dalam pelaksanaannya peneliti melakukan pengecekan data yang berasal dari hasil wawancara dengan pemilik dan pegawai serta pelanggan. Lebih jauh lagi, hasil wawancara tersebut kemudian peneliti telaah lagi dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan selama masa penelitian untuk mengetahui proses produksi dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan di tempat industri kerajinan sangkar burung jaya..

Triangulasi merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan

teknik berbeda. Misalnya data di peroleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar dengan sudut pandang yang berbeda



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Kerajinan Sangkar Burung Jaya

1. Sejarah dan Perkembangan Kerajinan Sangkar Burung Jaya

Kerajinan Sangkar Burung Jaya merupakan sebuah industri kerajinan ekonomi kreatif yang berbahan dasar kayu yang di olah menjadi kerajinan sangkar burung, terletak di Desa Banjarsari RT 03 RW 02 tepatnya di grumbul Golong kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. Awal mulanya usaha ini berdiri di Desa Cibangkong Rt 05 Rw 05 Kecamatan Pekuncen yang di pelopori oleh sepasang suami istri yang bernama ibu Yulianti Wahyuningsih dan Bapak Aris Munandar pada tahun 2006, karena di desa Cibangkong pemasarannya cukup sulit dan terkendala oleh lokasi, jarak dan transportasi untuk mempromosikannya sehingga pada tahun 2009 pindah ke desa Banjarsari.

Setelah pindah di desa Banjarsari mengalami perkembangan yang cukup pesat dan mulai ada pendekatan dengan Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja (Dinkopnaker), dari dinas tersebut mengagumi hasil kerajinan sangkar burung milik bapak Aris ini sehingga mengusulkan untuk dipromosikan di purwokerto. Seiring berjalannya waktu bapak aris tidak hanya fokus untuk membuat kerajinan sangkar burung tetapi beliau juga mengikuti pelatihan kewirausahaan di purwokerto, di waktu yang bersamaan juga ada dari Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja (Dinkopnaker) yang pada saat itu juga mengapresiasi hasil kerajinan milik bapak Aris dan menyarankan untuk diberi nama/brand agar mempunyai legalitas usaha secara tertulis contohnya pembuatan IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil)/NIB (Nomor Induk Berusaha) kemudian Bapak Aris menyetujui akan usulan dari dinkopnaker tersebut, pada tahun 2015 kerajinan sangkar burung milik bapak aris telah memiliki label/nama dengan nama “Sangkar Burung Jaya” dengan adanya nama

tersebut menjadikan kerajinan sangkar burung milik Bapak Aris dikenal oleh masyarakat luas (Munandar, 2020).

2. Visi dan Misi Kerajinan Sangkar Burung Jaya

Dalam menjalankan usaha, semua wirausahawan pasti mempunyai visi dan misi. Bukan tanpa alasan, mereka membuat visi dan misi untuk dijadikan pedoman, prinsip bahkan aturan saat menjalankan bisnisnya. Visi adalah serangkaian kata yang menunjukkan cita-cita, harapan, dan nilai inti dari sebuah organisasi atau gambaran tentang masa depan yang ingin diraih, sedangkan misi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui untuk mencapai visi usaha tersebut. Visi dan misi membantu jalannya arah operasional suatu bisnis usaha. Tanpa adanya visi dan misi maka perusahaan tidak akan terarah, mudah terombang-ambing, mudah dikalahkan pesaing. Berikut ini adalah visi dan misi dari industri kerajinan sangkar burung jaya :

Visi dari industri kerajinan sangkar burung jaya “Menciptakan Lapangan pekerjaan untuk mengurangi pengangguran”

Misi dari Kerajinan Sangkar Burung Jaya yaitu :

- a. Menciptakan produk yang kreatif dan inovatif serta berkualitas
- b. Menjadi penguasaha sangkar burung dengan SDM yang unggul dan berkompeten
- c. Menjadi pelaku UMKM yang naik kelas

3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi



4. Lokasi Penelitian

Secara Geografis kerajinan sangkar burung jaya terletak di Desa Banjarsari, RT 03 RW 02 grumbul golong Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas.

5. Bahan Baku dan Peralatan pembuatan Kerajinan Sangkar burung Jaya

Bahan baku dan peralatan yang digunakan saat produksi sangat berpengaruh pada kualitas kerajinan sangkar burung yang dihasilkan. Jika kualitas kerajinan sangkar burung baik, maka konsumen akan merasa puas dan menambah kepercayaan kepada produsen. Kerajinan sangkar burung jaya selalu memilih bahan baku dengan kualitas yang baik.

Berikut ini bahan baku serta peralatan yang digunakan dalam produksi Kerajinan Sangkar Burung :

a. Bahan Baku

- 1) Kayu
- 2) Bambu
- 3) Triplek

b. Peralatan

- | | |
|---------------------|------------|
| 1) Mesin Ukir | 8) Palu |
| 2) Mesin Pasah | 9) Amplas |
| 3) Mesin Potong | 10) Tang |
| 4) Mesin Grenda | 11) Pensil |
| 5) Mesin Bor | 12) Pernis |
| 6) Paku | 13) Cat |
| 7) Lem Kayu (Lem A) | |

6. Proses Produksi Kerajinan Sangkar Burung Jaya

Kerajinan sangkar burung jaya memiliki banyak jenis dengan ukuran yang berbeda-beda dan untuk proses produksinya pun menyesuaikan dengan jenis sangkar yang dibuat, berikut proses produksi kerajinan sangkar burung dengan jenis Replika Ebod:

- a. Siapkan alat dan bahan untuk pembuatan sangkar burung, siapkan kayu yang sudah di belah tipis-tipis dengan ketebalan 1,2 cm dan untuk lebarnya bebas sesuai kebutuhan akan jenis sangkar burungnya
- b. Selanjutnya kayu dipotong disesuaikan dengan kebutuhan akan ukuran dan jenis sangkar burung yang akan dibuat
- c. Kemudian dihaluskan / di serut dengan mesin pasah, setelah halus semua digambar sesuai dengan motif yang diinginkan yang mana ini akan menjadi kerangka bagian atas, bawah dan samping sangkar
- d. Lalu di ukir mengikuti pola gambar, kemudian dibor kerangka sangkarnya untuk tempat jeruji, jarak lubang jeruji sekitar 0,5-1 cm
- e. Setelah itu proses perangkaian/ setel. Dimana untuk perangkaian sendiri dilakukan dengan menyatukan kerangka atas, kerangka bawah dan samping kemudian perkuat kerangka dengan paku/lem
- f. Setelah kerangka jadi, tinggal membuat jeruji sangkar bahan utama jeruji sangkar dari bambu untuk pembuatannya bambu dipotong kecil-kecil dan haluskan dengan mesin. Kemudian masukan jeruji pada kerangka sangkar
- g. Saat memasukan jeruji sangkar, sisakan ruang sedikit untuk pintu sangkar
- h. Membuat alas sangkar sesuai dengan kerangka sangkar, alas sangkar biasanya terbuat dari triplek, pastikan rongganya tepat agar kaki burung tidak terjepit
- i. Setelah sangkar burung jadi, kemudian warnai sangkar dengan cat, namun sebelumnya sangkar burung di ampelas terlebih dahulu agar hasilnya lebih bagus dan memuaskan
- j. Setelah pengecatan selesai kemudian di jemur di bawah sinar matahari setelah itu di pernis dan selesai

B. Jenis Kreativitas yang membentuk Ekonomi Kreatif

Dalam menjalankan strategi pengembangan ekonomi kreatif, industri kerajinan sangkar burung jaya menggunakan beberapa jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif antara lain :

1. Kreativitas Ilmu pengetahuan

Kreativitas ilmu pengetahuan yang ada di industri kerajinan sangkar burung jaya dilakukan oleh pemilik dengan mengikuti pelatihan yang di adakan oleh Kementrian Koperasi dan usaha kecil menengah Republik Indonesia. Karena pemilik memiliki rasa keingintahuan yang cukup tinggi, sehingga berbagai pelatihan ikut berpartisipasi, Dengan adanya pelatihan kewirausahaan melalui GKN bagi organisasi masyarakat dan Pelatihan vocational ketrampilan teknis bagi SDM KUMK bidang kerajinan mebel berbahan bambu. Dengan adanya pelatihan tersebut maka sangat membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan berupa ide dan gagasan sehingga dapat di salurkan kepada seluruh karyawan yang bekerja di industri kerajinan sangkar burung jaya untuk implementasi ide dan gagasan meliputi diskusi, pelatihan dan pengembangan baik per kelompok atau individu berupa teknik atau cara mengukir dengan baik, cara mempromosikan sebuah produk, dan pelayanan yang baik.

2. Kreativitas Ekonomi

Kreativitas ekonomi yaitu proses mengarahkan pada inovasi, praktik bisnis, pemasaran dan usaha lainnya. Inovasi yang dimaksud disini yaitu dengan mengembangkan limbah pabrik yang berbahan dasar kayu menjadi sebuah kerajinan sangkar burung yang menarik dan disukai masyarakat yang bernilai jual. Dalam proses pembuatan dimulai dari teknik desain, desain yang digambarkan biasanya berdasarkan minat dan permintaan pasar, desain yang cukup banyak diminati yaitu desain replika Ebod

Ekonomi kreatif dipandang sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, oleh karena itu industri kerajinan sangkar burung jaya

mengajak masyarakat sekitar untuk dapat bergabung bersama untuk dapat mengembangkan sangkar burung agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Praktik bisnis yang dilakukan yaitu dengan adanya industri kerajinan sangkar burung jaya maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi pengangguran, dapat memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan kualitas hidup.

3. Kreativitas Budaya

Kreativitas Budaya merupakan sebuah kreativitas dalam bentuk seni budaya, industri kerajinan sangkar burung jaya pengembangan kreativitas dalam budaya pengaplikasiannya berupa pembebasan ekspresi dalam berkarya dan bergagasan namun tetap memperhatikan nilai-nilai kebudayaan serta norma-norma yang berlaku dengan tetap membangun budaya dan warisan budaya dari nenek moyang berupa tetap melestarikan kerajinan. Untuk kerajinan disini belum memiliki ciri khas tertentu.

4. Kreativitas Teknologi

Kreativitas teknologi adalah kemampuan mengembangkan ide kreatif yang diimbangi dengan penguasaan teknologi yang baik. Industri kerajinan sangkar burung jaya memanfaatkan teknologi yang tentunya akan mempermudah untuk berkreasi. Teknologi yang digunakan berupa peralatan yang digunakan dalam pembuatan produksi kerajinan sangkar burung jaya seperti mesin ukir, mesin pasah, mesin grenda, mesin bor yang tentunya akan lebih efektif dan efisien dalam proses produksi.

C. Analisis SWOT dalam strategi pengembangan Ekonomi Kreatif pada masa pandemi Covid-19

Berdasarkan data yang diperoleh dari usaha kerajinan sangkar burung jaya maka analisis strategi pengembangan usaha dapat menggunakan analisis SWOT. Dimana analisis SWOT ini dilakukan dengan analisis faktor internal dan faktor eksternal suatu usaha untuk mendukung situasi keputusan strategis.

Analisis faktor internal digunakan untuk mengidentifikasi sumber dan kemampuan internal untuk keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan yaitu kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknes*), sedangkan analisis faktor eksternal digunakan untuk mengidentifikasi faktor peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) dengan menganalisis lingkungan umum, lingkungan industri kompetitif dan saingan. Menurut Freddy Rangkuti Analisis SWOT dapat dikembangkan menjadi empat strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, strategi WT. Berikut adalah analisis lingkungan internal dan eksternal dari usaha kerajinan sangkar burung jaya :

1. Lingkungan Internal

a. Keuangan

Keuangan menjadi salah satu hal penting dalam sebuah perusahaan, perusahaan harus dapat mengelola keuangan sehingga tidak mengeluarkan banyak keuangan dan tetap siap untuk semua pengeluaran distribusi yang ada. Manajemen keuangan yang baik akan membantu pemilik usaha untuk mengetahui tentang seberapa efektif keuangan perusahaan dan bagaimana kondisi perusahaan kedepannya. Dari hasil observasi dengan Pemilik usaha kerajinan sangkar burung jaya dalam memajemen keuangannya masih menggunakan pembukuan secara manual dan belum terstruktur jelas pembukuannya.

b. Pemasaran

1) Kegiatan memasarkan produk

Strategi memasarkan produk merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik industri kerajinan sangkar burung jaya berupa promosi penjualan. Promosi dapat dikatakan berhasil apabila produk yang di tawarkan mendapat respon positif dari para konsumen. Untuk mempromosikan hasil produksinya, kerajinan sangkar

burung jaya menggunakan 2 cara yaitu offline dan online, cara offline yang dilakukan yaitu tempat penjualan sangkar burung, toko pakan burung, toko sangkar burung, pasar burung dan pernah berpartisipasi dalam ajang pameran yang diadakan di kecamatan Ajibarang dengan tema “Ajibarang Expo 2017” cara online yang dilakukan yaitu dengan menggunakan salah satu media sosial berupa via *whatsapp* dengan nomor (0882-1579-1096) atas nama Aris Munandar.

2) Harga jual Produk

Harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai suatu produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen. Dalam menetapkan harga jual produk, pemilik usaha kerajinan sangkar burung jaya menyesuaikan dengan harga di pasaran/umum, sehingga tidak berdampak citra yang buruk dimata konsumen dan perusahaan tetap mendapatkan laba. Berikut jenis dan harga yang ditetapkan oleh produsen kerajinan sangkar burung jaya :

- a) Sangkar Replika Ebod/BnR (1,2,3/Paketan) : Rp. 350.000
- b) Sangkar Oyekan/model biasa (1,2,3/Paketan) :Rp. 150.000
- c) Sangkar Pleci PCMI (Satuan) : Rp. 75.000
- d) Sangkar Pemandian (Tanpa Cat) : Rp. 25.000
- e) Sangkar Jebakan (Tanpa Cat) : Rp. 25.000

3) Pelayanan setelah penjualan

Pelayanan setelah penjualan sama seperti layanan purna jual yang artinya layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen setelah terjadinya transaksi penjualan. Pelayanan yang memuaskan akan meningkatkan penjualan produk. Dari hasil observasi, pelayanan yang memuaskan konsumen yang diberikan oleh pemilik kerajinan sangkar burung jaya seperti mencatat identitas pelanggan, mengantarkan barang

pembelian, bersikap ramah dan sopan, dan selalu mengucapkan terima kasih kepada pembeli.

4) Loyalitas terhadap Brand/Merk

Semakin tinggi tingkat loyalitas terhadap brand yang dimiliki pelanggan terhadap suatu brand perusahaan maka akan semakin besar kesempatan brand tersebut bertahan dalam persaingan. Dari hasil observasi dengan pemilik kerajinan sangkar burung jaya produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan citra produk, citra produk terdapat dalam citra merek. Kerajinan sangkar burung jaya sudah memiliki citra merek yang baik dan sudah memiliki legalitas usaha secara tertulis berupa IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil) dan NIB (Nomor Induk Berusaha). (Munandar, 2021)

c. Produk dan operasi

1) Tata Letak UKM

Untuk Letak lokasi perusahaan mudah dijangkau, mudah diakses oleh konsumen dan berada di pemukiman yang cukup padat penduduk yaitu berada di wilayah Desa Banjarsari, RT 03 RW 02 grumbul golong Desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas.

2) Kreativitas dan inovatif

Dalam membuat sebuah kerajinan tentu mengandalkan kreativitas dan inovatif karena kreativitas dan inovatif merupakan sebuah seni dalam kerajinan. Oleh sebab itu kreativitas dan inovatif tentu menjadi hal pokok dalam pengembangan usaha selain itu untuk menjadi pembeda dengan kompetitor lain sehingga dapat memaksimalkan penjualan dan menarik perhatian pelanggan, industri sangkar burung jaya dalam meningkatkan kreativitasnya dalam segi ide dan gagasan dalam pembuatan sangkar burung berupa ukiran. Ukiran yang dikembangkan disini berupa jenis ukiran biasa

pada bagian kepala replika Ebod dengan ketentuan ukuran sebagai berikut :

1. Sangkar Replika Ebod (1,2,3/Paketan)

Nomor 1 paling kecil dengan ukuran Panjang 35 cm dan lebar 30 cm

Nomor 2 Sedang dengan ukuran Panjang 40 cm dan lebar 35 cm

Nomor 3 Besar dengan ukuran Panjang 45 cm dan lebar 40 cm

2. Sangkar Oyekan (1,2,3/paketan)

Nomor 1 paling kecil dengan ukuran Panjang 25 dan lebar 25

Nomor 2 sedang dengan ukuran Panjang 30 cm dan lebar 30 cm

Nomor 3 Besar dengan ukuran Panjang 35 cm dan lebar 35 cm

3. Sangkar Pleci (satuan)

Ukuran sangkar burung pleci yaitu panjang 20 cm dan lebar 20 cm

4. Sangkar Pemandian

Ukuran sangkar burung pemandian yaitu panjang 45 cm dan lebar 35 cm

5. Sangkar Jebakan

Ukuran sangkar burung jebakan yaitu panjang 30 cm dan lebar 30 cm

Dari kelima macam macam jenis sangkar burung, yang paling banyak diminati yaitu sangkar replika ebod dan sangkar oyekan karena selain dari desain yang menarik tetapi harga juga sangat terjangkau. (Munandar, 2021)

3) Kualitas produk

Kualitas Produk menjadi salah satu dari sekian banyaknya faktor terpenting dalam menjalankan bisnis, yang mana kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen. Usaha industri kerajinan sangkar burung jaya mengutamakan kualitas produk, daya tahan sangkar burung jaya yang cukup lama tingkat ketahanan produknya, karena menggunakan bahan utama yaitu kayu mahoni sebagai bahan utamanya.

d. Sumber Daya Manusia

1) Keahlian

Keahlian yang dimiliki oleh Sumber Daya manusia menjadi nilai tambah agar bisa diterima di suatu perusahaan sebagai sumber daya manusia yang siap pakai. Dari hasil observasi dengan pemilik usaha kerajinan sangkar burung jaya bahwa perusahaan tidak memiliki standar keahlian yang harus dimiliki oleh calon karyawan atau karyawan, yang menjadi syarat karyawan hanya SDM yang mampu beradaptasi dan siap bekerja keras, jika karyawan siap bekerja keras tentu akan berusaha sebisa mungkin untuk mengembangkan skill seperti karyawan yang lain.

2) Jumlah SDM

Sumber daya manusia yang berkualitas akan menunjang kegiatan usaha perusahaan. Industri kerajinan sangkar burung jaya termasuk dalam usaha mikro kecil karena jumlah karyawannya kurang dari 10 orang yaitu hanya 8 orang dan tidak mengenal status pendidikannya. Berikut ini Data karyawan industri kerajinan sangkar burung jaya.

Tabel 4. 1
Data karyawan industri kerajinan sangkar burung jaya

No	Nama	Usia	Pendidikan
1.	Yulianti Wahyuningsih	37 tahun	SMA
2.	Wartim Yasmireja	60 tahun	SD
3.	Kusmanto	55 tahun	SD
4.	Darsono	53 tahun	SD
5.	Karsono	53 tahun	SD
6.	Suhar Priyanto	43 tahun	SMP
7.	Triyono	22 tahun	SMP
8.	Rahmat Waluyo	36 tahun	SMP

e. Manajemen umum dan organisasi

1) Struktur organisasi

a) Owner/Pemilik yaitu Bapak Aris Munandar tugasnya yaitu Merancang, membuat, mengawasi dan memastikan jalannya operasional Usaha serta bertanggung jawab penuh dalam industri kerajinan sangkar burung jaya.

b) Admin/ Bidang Keuangan yaitu Ibu Yulianti Wahyuningsih tugasnya yaitu Mengelola administrasi keuangan, mengatur dan bertanggung jawab atas keuangan perusahaan serta gaji karyawan.

c) Bidang Produksi yaitu Wartim yasmireja, Kusmanto, Darsono, Karsono, Suhar Priyanto, Triyono, Rahmat waluyo tugasnya adalah Bertanggung jawab terhadap pembuatan sangkar burung dilihat dari kualitas, kuantitas dan estetika dari produksi sangkar burung.

2) Sistem Kerja

Untuk sistem kerja yang diberlakukan di tempat usaha kerajinan sangkar burung jaya tidak memberlakukan sistem kerja shift, waktu jam kerja seperti pada perusahaan umumnya yaitu 8 jam, dan jika ada tambahan jam kerja maka ada uang lembur. Untuk gaji karyawan biasanya diberikan setiap satu minggu sekali lebih tepatnya di hari sabtu. Para karyawan mendapatkan makan siang, uang lembur, dan tunjangan hari raya.

3) Sarana dan prasarana kerja yang dimiliki

Sarana dan prasarana perusahaan digunakan untuk mendukung kinerja karyawan, mempermudah pekerjaan, dan menciptakan produk yang berkualitas. Usaha kerajinan sangkar burung jaya memiliki sarana berupa alat dan bahan untuk mencapai tujuan proses produksi seperti mesin ukir, mesin pasah, mesin potong, mesin grenda, bor dan sebagainya.

f. Riset dan pengembangan

1) Penelitian kepada konsumen

Untuk saat ini usaha kerajinan sangkar burung jaya belum melakukan penelitian kepada konsumen secara spesifik. Namun peneliti telah melakukan observasi ke 10 pelanggan kerajinan sangkar burung jaya dengan hasil observasi sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Hasil observasi pelanggan

No	Nama	Usia	Alasan Membeli
1	Adung	45 th	Tertarik dari segi kualitas dan bentuknya yang bermacam-macam
2	Arip Setiawan	43 th	dari segi bentuk, ukuran, pelayanan dan kualitas yang sangat memuaskan
3	Niswanto	55 th	Kualitas, Desain, bentuk dan ukuran serta harga yang terjangkau
4	Bowo	23 th	Desain, Bentuk dan ukurannya pas sesuai dengan yang diinginkan
5	Yanto	52 th	Model dan jenisnya macam-macam, harga pas, pelayanan sangat ramah
6	Ahmad Suwardi	57 th	Kualitas selalu bagus, jenisnya banyak, pelayanan baik
7	Rahmat	56 th	Harga sesuai dengan kualitas
8	Khusnul Hidayat	57 th	Harga terjangkau, kualitas dan pelayanan baik
9	Aziz Suharyadi	50 th	Selalu menjaga kualitas, bentuk bagus, ukuran pas, desain sesuai selera, pelayanan sangat baik
10.	Tohir	48 th	Jenis produknya bermacam-macam dan harganya terjangkau

2. Lingkungan Eksternal

a. Ekonomi

1) Pertumbuhan Ekonomi Negara

Pertumbuhan ekonomi suatu negara berdampak pada perusahaan, Saat ini sedang terjadi adanya wabah *Covid-19*

sehingga ekonomi pasar sedang lemah akan menurunkan konsumsi yang berdampak pada pendapatan perusahaan berkurang. Seperti industri kerajinan sangkar burung jaya mengalami penurunan dalam hal pendapatan yang diperoleh disebabkan oleh adanya kebijakan pemerintah berupa lockdown yang menghambat pendistribusian barang. Tetapi pada bulan maret sampai bulan mei tahun 2020 industri kerajinan sangkar burung jaya mengalami peningkatan pendapatan, dapat dilihat dari data pendapatan dari bulan Maret-Mei tahun 2020, karena pada saat bulan Maret-Mei diberlakukan kebijakan pemerintah berupa Work From Home sehingga banyak pelanggan yang membeli sangkar burung jaya.

Tabel 4. 3

Tabel Pendapatan dari Bulan Maret-Mei tahun 2020

Bulan	Penjualan	Pendapatan
Maret	126 pcs	Rp 12.500.000
April	196 pcs	Rp 14.500.000
Mei	256 pcs	Rp 17.500.000

2) Tingkat Bunga Pinjaman

Sumber Permodalan usaha umumnya berasal dari dua sumber diantaranya dari dalam perusahaan (*Internal*) dan dari luar Perusahaan (*Eksternal*) untuk sumber modal yang digunakan industri kerajinan sangkar burung jaya ini dari dalam perusahaan berupa modal milik pribadi dan dari luar perusahaan seperti meminjam di lembaga keuangan seperti bank. Tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh bank tidak berpengaruh terhadap produksi, karena menurut pemilik sama-sama menguntungkan dari pihak bank diuntungkan dengan adanya nasabah, dan nasabah diuntungkan karena adanya

pinjaman modal dari pihak bank. Hal ini sangat membantu perusahaan dalam menjalankan usaha (Wahyuningsih, 2021)

b. Politik

1) Peraturan dan Kebijakan Pemerintah

Peraturan dan kebijakan pemerintah memberi pengaruh besar terhadap perusahaan. Contoh kebijakan pemerintah berupa bantuan modal untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pemilik usaha kerajinan sangkar burung jaya sudah mendapatkan Banpres UMKM dari Kementerian Sosial Republik Indonesia sebanyak dua kali yaitu yang pertama pada bulan Mei tahun 2020 sebesar Rp. 2.400.000 dan yang kedua bulan april tahun 2021 sebesar Rp. 1.200.000. selain itu Pemilik kerajinan sangkar burung jaya mendapatkan pelatihan kewirausahaan melalui GKN bagi organisasi masyarakat dan pelatihan vocational ketrampilan teknis bagi SDM KUMK bidang kerajinan mebel berbahan Bambu yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Dengan adanya kebijakan tersebut pemilik sangat merasa terbantu.

Pada Masa Pandemi covid 19 ini terdapat peraturan atau kebijakan pemerintah berupa lockdown. Lockdown merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menjelaskan suatu upaya pengendalian penyebaran *covid-19*. Dengan adanya *lockdown* pemilik merasa terhambat dalam proses pendistribusian, dikarenakan produsaknya tetap namun terdapat hambatan dalam distribusi barang. (Wahyuningsih, 2021)

c. Sosial, budaya, dan demografi

1) Lingkungan sosial

Faktor lingkungan sosial memiliki pengaruh besar pada permintaan produk dan layanan perusahaan. Untuk lingkungan sosial usaha kerajinan sangkar burung jaya sangat mendukung

karena Desa Banjarsari merupakan sentra kerajinan sangkar burung. (Munandar, 2021)

2) Segmentasi pasar

segmentasi pasar kerajinan sangkar burung menyapa semua pasar yang ada di Indonesia, secara demografis menargetkan semua kalangan dan jenis kelamin, sebagian besar peminat sangkar burung berjenis kelamin laki-laki oleh karena itu ditargetkan untuk semua laki-laki yang sudah remaja hingga dewasa dengan kisaran umur 20-60 tahun dan ditujukan untuk berbagai kelas sosial baik itu menengah ke bawah ataupun menengah ke atas.

3) Perkembangan teknologi

Perkembangan Teknologi akan mempermudah, memperlancar produksi dalam perusahaan dan perkembangan teknologi dapat menunjang kinerja perusahaan. Perkembangan teknologi bagi kerajinan sangkar burung jaya contohnya mesin-mesin produksi seperti mesin grenda, mesin bor, mesin pasah, mesin potong, mesin ukir yang dapat menambah hasil produksi dengan lebih efektif dan efisien serta mudahnya akses promosi yang menggunakan media sosial, namun industri kerajinan sangkar burung jaya hanya menggunakan satu media sosial berupa *whatsapp*.

d. Kekuatan tawar menawar pemasok

1) Kualitas bahan baku

Pada umumnya Kualitas bahan baku mempengaruhi hasil dari suatu produk yang dibuat. Kualitas bahan baku semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula harga jualnya. Untuk kerajinan sangkar burung jaya bahan bakunya memanfaatkan limbah dari limbah pabrik kayu yang masih dapat digunakan untuk membuat sangkar burung, limbah kayu disini berupa limbah kayu mahoni. Bahan baku limbah kayu

mahoni sangat mudah di dapat karena disini banyak pabrik kayu dan biasanya membeli bahan baku limbah tersebut secara tunai.

e. Ancaman Pendatang Baru

1) Banyak Kompetitor

Kompetitor merupakan pesaing bisnis yang memiliki produk yang sama atau serupa. Untuk pesaing dari kerajinan sangkar burung jaya cukup banyak disekitar tempat usaha seperti Budi Sangkar milik Bapak Budi, Putra 2 sangkar/P2 Sangkar milik Bapak Narso, dan ada Raja Sangkar milik bapak Yono selain itu juga dari daerah lain seperti Jepara, Solo, Jogjakarta yang lebih kreatif dan inovatif.

2. Ancaman Produk Pengganti

Ancaman produk pengganti yaitu dari bahan bakunya, karena sudah ada yang memproduksi kerajinan sangkar burung dengan menggunakan bahan baku besi sebagai pengganti bahan baku kayu, untuk kerajinan sangkar burung jaya masih tetap menggunakan kayu sebagai bahan baku utama.

Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sudah peneliti rangkum dari hasil wawancara dengan pemilik usaha kerajinan sangkar burung jaya :

1. Lingkungan Internal

a. Kekuatan

- 1) Promosi yang dilakukan dengan dua cara yaitu *online* dan *offline*
- 2) Adanya target penjualan sehingga dapat digunakan untuk mengembalikan pinjaman dari lembaga keuangan
- 3) Sudah memiliki alat produksi yang memadai
- 4) Mengutamakan kualitas produk karena dibuat dengan *handmade*

- 5) Sudah memiliki brand/legalitas usaha yaitu sangkar burung jaya
- 6) Lingkungan sosial sangat mendukung karena desa banjarsari merupakan sentra kerajinan
- 7) Tidak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap karyawan
- 8) Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen
- 9) Tingkat Harga cukup terjangkau karena menyesuaikan harga di pasaran

b. Kelemahan

- 1) Belum adanya manajemen keuangan dalam bentuk pembukuan
- 2) Kurangnya *skill*/keahlian yang dimiliki oleh karyawan
- 3) Kekurangan SDM yang apabila sedang banyak pesanan
- 4) Lokasi Usaha produksi kurang Strategis berada di pemukiman
- 5) Proses Produksi yang memakan waktu cukup lama
- 6) Promosi via online masih belum terlalu optimal hanya menggunakan satu media sosial saja
- 7) Pengembangan pasar dengan riset belum dilakukan

2. Lingkungan Eksternal

a. Peluang

- 1) Mendapatkan bantuan dana usaha Banpres UMKM dari Kementrian sosial
- 2) Mendapatkan pelatihan dari Kementrian Koperasi & Usaha Kecil Menengah RI
- 3) Kebijakan Work From Home (WFH) membuka peluang akan permintaan sangkar burung
- 4) Bahan Baku cukup banyak dan mudah di dapat
- 5) Era perdagangan saat ini berbasis *e-commerce*
- 6) Lembaga keuangan siap membantu dalam hal permodalan

7) Pemerintah setempat memberikan wadah untuk melakukan kegiatan pameran

b. Ancaman

- 1) Banyaknya kompetitor di daerah setempat
- 2) Lokasi antar usaha yang saling berdekatan
- 3) Harga bahan baku yang semakin meningkat
- 4) Peraturan pemerintah terkait lockdown sehingga terhambat dalam pendistribusian barang
- 5) Selain dari desa banjarsari kecamatan ajibarang kabupaten banyumas terdapat banyak sangkar burung dari luar daerah
- 6) Aneka kerajinan sangkar burung yang semakin bervariasi dan semakin kreatif serta bahan baku yang digunakan sudah menggunakan besi. (Munandar, 2021)

Selanjutnya dimasukkan ke dalam matriks SWOT yang merupakan sebuah alat yang bisa digunakan untuk menyusun dan mengembangkan strategi. Faktor-faktor yang bisa digunakan untuk mengembangkan strategi meliputi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Adapun strategi yang dibentuk melalui matrik SWOT bisa dilihat di tabel berikut:

Tabel 4. 4

Matrik SWOT Kerajinan Sangkar Burung Jaya

		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		INTERNAL	1) Promosi yang dilakukan dengan dua cara yaitu online dan offline
EKSTERNAL	2) Adanya target penjualan sehingga dapat digunakan untuk mengembalikan	2) Kurangnya <i>skill</i> /Keahlian yang dimiliki oleh karyawan	

	<p>pinjaman dari lembaga keuangan</p> <p>3) Sudah memiliki alat produksi yang memadai</p> <p>4) Mengutamakan Kualitas Produk karena pembuatannya masih <i>handmade</i></p> <p>5) Sudah memiliki brand/label yaitu sangkar burung jaya</p> <p>6) Lingkungan sosial sangat mendukung karena desa banjarsari merupakan sentra kerajinan</p> <p>7) Tidak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap karyawan</p> <p>8) Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen</p> <p>9) Tingkat Harga cukup terjangkau karena menyesuaikan harga di pasaran</p>	<p>3) Kekurangan SDM yang apabila sedang banyak pesanan</p> <p>4) Lokasi Usaha produksi kurang Strategis berada di pemukiman</p> <p>5) Proses Produksi yang memakan waktu cukup lama</p> <p>6) Promosi via online masih belum terlalu optimal hanya menggunakan satu media sosial saja</p> <p>7) Pengembangan pasar dengan riset belum dilakukan</p> <p>8)</p>
--	--	--

Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
1) Mendapatkan bantuan dana usaha Banpres UMKM dari Kementerian sosial RI	1) Terus meningkatkan produksi dengan bahan baku yang mudah di dapat dengan memanfaatkan alat produksi yang memadai agar lebih efektif dan efisien (S3-O3)	1) Meningkatkan skill/keahlian SDM dalam hal produksi dan pengelolaan keuangan dengan bekerjasama dengan instansi (W2-O2)
2) Mendapatkan pelatihan kewirausahaan dari Kementerian Koperasi & Usaha Kecil Menengah RI	2) Meningkatkan Pelatihan pembukuan dan skill kepada karyawan dengan bekerjasama dengan instansi (S7-O2)	2) Melakukan kegiatan Riset Pasar untuk mengetahui kepuasan pelanggan (W5-O6)
3) Kebijakan Work From Home (WFH) membuka peluang akan permintaan sangkar burung	3) Meningkatkan Kualitas Produk dengan adanya bantuan dana usaha Banpres UMKM dari kementerian Sosial RI (S4-O1)	
4) Bahan Baku cukup banyak dan mudah di dapat	4) Meningkatkan promosi menggunakan berbagai media sosial dengan mengandalkan teknologi berupa <i>e-commerce</i> (S1-O4)	
5) Era perdagangan saat ini berbasis <i>e-commerce</i>	7) Pemerintah setempat memberikan wadah untuk melakukan kegiatan pameran	
6) Lembaga keuangan siap membantu dalam hal permodalan		

Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1) Banyaknya kompetitor di daerah setempat	1) Membuat desain/motif yang memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri (S5-T6)	1) Mengembangkan inovasi produk dengan mengikuti perkembangan zaman (W4-T6)
2) Lokasi antar usaha yang saling berdekatan	2) Mempertahankan pelayanan yang baik kepada pelanggan (S8-T1)	2) Melakukan penelitian konsumen untuk mengetahui keinginan konsumen agar menarik minat beli pada produk (W6-T5)
3) Harga bahan baku yang semakin meningkat	3) Menerapkan strategi harga yang tepat dengan memperhatikan harga bahan baku (S9-T3)	
4) Peraturan pemerintah terkait lockdown sehingga terhambat dalam pendistribusian barang		
5) Selain dari desa Banjarsari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas terdapat banyak sangkar burung dari luar daerah		
6) Aneka kerajinan sangkar burung yang semakin bervariasi dan semakin kreatif		

Sumber : Data Primer yang diolah

D. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kerajinan sangkar burung jaya

Berdasarkan tabel dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan pada lingkungan internal dan eksternal, maka dapat muncul beberapa alternatif strategi untuk memberikan sumbangsiah terkait dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada masa pandemi *covid-19* dengan analisis SWOT. Adapun strategi hasil analisis SWOT tersebut meliputi :

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang diperoleh dari *Strength* dan *Opportunity* atau biasa disebut dengan *Comparative Advantage* (Keunggulan komparative). Strategi ini memberikan kemungkinan bagi organisasi untuk berkembang lebih cepat. Strategi S-O memanfaatkan kekuatan dari lingkungan internal untuk mengambil peluang yang berasal dari lingkungan eksternal. Strategi yang di ambil dalam pengembangan Ekonomi kreatif sebagai berikut :

- a. Terus meningkatkan produksi dengan bahan baku yang mudah di dapat dengan memanfaatkan alat produksi yang memadai agar lebih efektif dan efisien (S3-O3)
- b. Meningkatkan Pelatihan pembukuan dan skill kepada karyawan dengan bekerjasama dengan instansi (S7-O2)
- c. Meningkatkan Kualitas Produk dengan adanya bantuan dana usaha Banpres UMKM dari kementrian Sosial RI (S4-O1)
- d. Meningkatkan promosi menggunakan berbagai media sosial dengan mengandalkan teknologi berupa *e-commerce* (S1-O4)

2. Strategi W-O

Strategi W-O merupakan strategi yang diperoleh dari *Weakness* dan *Opportunity* atau biasa disebut dengan *Investment Divestment*. Strategi S-O dilakukan untuk meminimalisir kelemahan yang berasal dari lingkungan internal organisasi untuk memanfaatkan peluang yang berasal dari lingkungan eksternal.

Strategi yang di ambil dalam pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai berikut :

- a. Meningkatkan skill/keahlian SDM dalam hal produksi dan pengelolaan keuangan dengan bekerjasama dengan instansi (W2-O2)
- b. Melakukan kegiatan Riset Pasar untuk mengetahui kepuasan pelanggan (W5-O6)

3. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang di peroleh dari *Strength* dan *Threat* yang biasa di sebut dengan *Mobilization*. Strategi S-T dilakukan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh lingkungan internal untuk menghindari atau mengurangi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Strategi yang di ambil sebagai berikut :

- a. Membuat desain/motif yang memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri (S5-T6)
- b. Mempertahankan pelayanan yang baik kepada pelanggan (S8-T1)
- c. Menerapkan strategi harga yang tepat dengan memperhatikan harga bahan baku (S9-T3)

4. Strategi W-T

Strategi W-T merupakan strategi yang diperoleh dari *Weakness* dan *Threat* atau yang biasa disebut dengan *Damage Control*. Strategi W-T dilakukan dengan meminimalisir kelemahan yang berasal dari internal dan menghindari ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Strategi yang di ambil sebagai berikut :

- a. Mengembangkan inovasi produk dengan mengikuti perkembangan zaman (W4-T6)
- b. Melakukan penelitian konsumen untuk mengetahui keinginan konsumen agar menarik minat beli pada produk (W6-T5)

Sesuai dengan hasil penelitian Zul Asfi Arroyhan dalam jurnal Tansiq Vol. 1 No. 2 Bahwa strategi yang digunakan untuk mengembangkan Ekonomi kreatif adalah Strategi Agresif atau Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) strategi ini memanfaatkan kekuatan yang berasal dari lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam lingkungan eksternal perusahaan. Strategi ini memberikan kemungkinan untuk membuat perusahaan dapat berkembang dengan baik dan cepat.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengambilan data yang di peroleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan, maka dapat diketahui analisis lingkungan internal dan eksternal berupa kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh industri kerajinan sangkar burung jaya. Analisis strategis yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T.

Berdasarkan literasi yang penulis baca seperti pada jurnal dan skripsi Strategi yang paling efektif untuk mengembangkan perusahaan adalah strategi S-O atau *Strength* (Kekuatan) dan *Opportunity*(peluang), yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Adapun strateginya adalah sebagai berikut :

1. Terus meningkatkan produksi dengan bahan baku yang mudah di dapat dengan memanfaatkan alat produksi yang memadai, agar lebih efektif dan efisien (S3-O3)
2. Meningkatkan Pelatihan pembukuan dan skill kepada karyawan dengan bekerjasama dengan instansi (S7-O2)
3. Meningkatkan Kualitas Produk dengan adanya bantuan dana usaha Banpres UMKM dari kementerian Sosial RI (S4-O1)
4. Meningkatkan promosi menggunakan berbagai media sosial dengan mengandalkan teknologi berupa *e-commerce* (S1-O4)

Para pelaku ekonomi kreatif merupakan bagian dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dengan adanya industri kreatif kerajinan Sangkar Burung Jaya menambah kontribusi terhadap aspek kehidupan masyarakat seperti dengan adanya industri kerajinan sangkar burung jaya dapat

menciptakan lapangan pekerjaan, dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan toleransi sosial, dapat merangsang ide dan gagasan yang dimiliki oleh para pegawai, serta dapat memperluas jaringan pemasaran.

B. Saran

Dalam usaha mencapai tujuan bisnis yang sesuai dengan harapan, maka saran yang dapat peneliti kemukakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang dimaksud diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi usaha kerajinan sangkar burung jaya
 - a. Hendaknya mempertahankan kualitas produk agar kepuasan pelanggan senantiasa terpenuhi
 - b. Perlu adanya pelatihan pada karyawan baik pelatihan pembukuan keuangan, maupun keahlian untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam membuat produk supaya menarik daya beli konsumen
 - c. Lebih meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial karena perdagangan saat ini berbasis *e-commerce*
2. Bagi usaha sejenis
 - a. Para pengusaha hendaknya membuat manajemen keuangan supaya perusahaan lebih paham mengenai posisi keuangan yang ada seperti, pengeluaran, pendapatan, kas, modal, untung, rugi
 - b. Para pengusaha lebih meningkatkan promosi usahanya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas

DAFTAR PUSTAKA

- (BPS), B. P. (2018, oktober 15). *Badan pusat statistik*. Dipetik desember 25, 2020, dari badan pusat statistik webiste: <https://www.bps.go.id/news/2018/10/15/234/bps-bekraf-lanjutkan-kerja-sama-penyusunan-data-statistik-ekonomi-kreatif.html>
- (Kemenkes), K. K. (2020, Maret 30). *Info Infeksi Emerging Kementerian Kesehatan RI*. Dipetik November 28, 2020, dari Info Infeksi Emerging Kementerian Kesehatan RI: <https://infeksiemerging.kemkes.go.id>
- Agustin, U. T. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Analisis SWOT*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Aisyah nurul fitriana, I. n. (2012). Pengembangan industri kreatif di kota batu studi tentang industri kreatif sektor kerajinan. *Jurnal Administrasi Publik*, 281-282 dipublikasikan: universitas brawijaya, Malang.
- Anggri Puspita Sari, d. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Memulis.
- Arjana, I. G. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi kreatif*. jakarta: Rajawali pers.
- Asy'ari, M. (2015). *Filsafat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam.
- Aysa, I. R. (2020). Strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital ; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang. *At-Tamwil Vol.2 No. 2* , 137.
- Aziz, F. (2012). *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Aziz, F. A. (2012). *Manajemen dalam perspektif islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Banyumas, R. (2018, November 17). *Hujan, Target produksi Genteng Molor*. Dipetik Juli 25, 2021, dari RadarbanyuMas.co.id: www.RadarbanyuMas.co.id/hujan-target-produksi-genteng-molor/amp/
- Cunningham, J. P. (2008). Four Models of Creative Industries. *International Journal of cultural policy*, Vol 14 No 3.
- Daft, R. L. (2010). *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Daulay, Z. A. (2018). Strategi pengembangan ekonomi kreatif dengan metode Triple Helix studi pada UMKM kreatif di kota medan. *Tansiq Vol 1 no 1*, 170-190.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Farida Yulianti, L. P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Firdausy, C. M. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ginting, A. M. (2017). Strategi pengembangan ekonomi kreatif di provinsi jawa barat. *Kajian*, vol. 22 no 1.
- Gunaryo. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025*. Jakarta: Tim Indonesia Design Power-Departemen Perdagangan.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hafsah, I. M. (2004). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Infokop nomor 25 tahun XX.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal Of Education, Psychology and Counsling*, 149.
- Herdiansyah, h. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. jakarta: salemba humanika.
- Himawan, E. Y. (2018). Strategi pengembangan industri Kreatif Kerajinan Topeng Era Industri 4.0. *Seminar nasional IENACO*, ISSN 2337-4349.
- Huberman, M. d. (1992). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: Universitas indonesia Press.
- Indonesia, j. M. (2018, mei 15). *Pengrajin Sangkar Burung Dari Desa Banjarsari Ajibarang Kabupaten Banyumas*. Dipetik juli 25, 2021, dari jurnalmediaindonesia.com:
www.jurnalmediaindonesia.com/2018/05/pengrajin-sangkar-burung-dari-desa.html?m=1
- Indonesia, J. M. (2018, Mei 15). *Pengrajin Sangkar Burung di Desa Banjarsari Ajibarang Kabupaten Banyumas*. Dipetik juli 25, 2021, dari JurnalMediaindonesia.com:
www.JurnalMediaindonesia.com/2018/05/pengrajin-sangkar-burung-dari-desa.html?m=1
- Indraini, A. (2020, april 19). *Duh! Nyaris 2 Juta Pekerja Dirumahkan dan Kena PHK Gegara Corona* . Dipetik November 20, 2020, dari Detik finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4982393/duh-nyaris-2-juta-pekerja-dirumahkan-dan-kena-phk-gegara-corona>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya, Jawa timur: Unitomo Press.

- Istiqomah, L. (2018). *Strategi pengembangan ekonomi kreatif studi kasus di komunitas Rumah kreatif wadas kelir karangklesem purwokerto selatan*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Kartika, C. F. (2012). *Good Environmental Governance*. Malang: UB Press.
- Kemenparekraf. (2020, agustus 4). *kemenparekraf*. Dipetik desember 25, 2020, dari kemenparekraf: <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Mengenal-Seni-Kriya-Indonesia%3A-Produk-Industri-Kreatif-Identitas-Bangsa>
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta Selatan: Referensi (GP Press Group).
- Munandar, A. (2020, November 5). pendapatan yang diperoleh dimasa pandemi covid-19. (F. A. Dwiyaningsih, Pewawancara)
- Munandar, A. (2021, Juni 15). Analisis SWOT. (F. A. Dwiyaningsih, Pewawancara)
- Munandar, A. (2021, Mei 21). Lingkungan Eksternal. (F. A. Dwiyaningsih, Pewawancara)
- Munandar, A. (2021, Mei 21). Lingkungan Internal. (F. A. Dwiyaningsih, Pewawancara)
- News, C. (2016, agustus 4). *Usaha Genteng Milik Sodri, Satu-Satunya Di Wilayah Pekuncen*. Dipetik juli 25, 2021, dari Cendana News: cendananeews.com/2016/08/usaha-genteng-milik-sodri-satu-satunya-di-wilayah-pekuncen.html
- Nugroho, I. s. (t.thn.). Pertumbuhan dan Strategi Pengembang Ekonomi Kreatif Kota Malang. *Jurnal Pangripta Vol 1 No 1*, 84.
- P3EI. (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press .
- Purhantara. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pustaka, B. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ii*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Putra, Y. M. (2020, Juni 08). *Permintaan Burung Berkicau meningkat Selama Pandemi*. Dipetik Juli 25, 2021, dari republika.co.id:www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/qbkrt4284

- Putri, F. R. (2020). Dampak *covid-19* terhadap ekonomi indonesia. *Journal of Economics and Business*, 384-385.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- RI, K. A. (t.thn.). *Quran Kemenag*. Dipetik Mei 10, 2021, dari Quran Kemenag: <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/219>
- RI, K. A. (t.thn.). *Qur'an Kemenag*. Dipetik April 19, 2021, dari Qur'an Kemenag: <https://quran.kemenag.go.id/sura/35>
- RI, K. A. (t.thn.). *Qur'an Kemenag*. Dipetik April 19, 2021, dari Qur'an Kemenag: <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>
- Saputra, I. W. (t.thn.). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif untuk mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bandar Lampung. *Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Bandar Lampung*.
- Siswanto, V. A. (2012). *Strategi dan langkah-langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Siyoto, s. &. (2015). *Dasar metodologi penelitian* . yogyakarta: Literasi media publishing.
- Sochimim. (2016). *Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik*. Purwokerto: STAIN Press.
- Sudantoko, P. A. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2009). *memahami penelitian kualitatif*. bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2019). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukino, s. (2000). *Makro ekonomi modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Sukmadi. (2010). *Pengantar Ekonomi Bisnis*. Bandung: Humaniora Utama press.
- Sulasih. (2019). Implementasi matrik EFE, Matrik IFE, MATRIK SWOT dan QSPM untuk menentukan alternatif strategi guna meningkatkan

keunggulan kompetitif bagi usaha produksi kelompok buruh pembatik di keser notog Patikraja banyumas. *Sulasih IAIN Purwokerto*, 31.

Sulasih, M. S. (2020). *Analisis SWOT Konsep dan Praktiknya pada Bidang Bisnis*. Banyumas: Rizquna.

Sunanik. (2013). Penguatan ekonomi kreatif dan inovatif berbasis sumber daya desa besuki di kecamatan besuki tulungagung. *pengabdian masyarakat*, vol 1 no 1 20-27.

Supriatna, E. (2014). *Modul Manajemen Pemasaran* . Amik Al ma'soem.

Suryabrata, S. (1994). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif , Ekonomi baru: Mengubah ide dan menciptakan peluang*. Jakarta: Salemba Empat.

Sutopo. (2002). *Metode penelitian kualitatif*. surakarta: sebelas maret university press.

Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen strategik* . Jakarta: FISIP Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.

utomo, A. P. (2007). Strategi pengembangan industri kreatif indonesia dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN. *E-Jurnal ilmu hubungan internasional*, 1366-1367.

Utomo, A. P. (2016). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *Ilmu hubungan Internasional*, 1366-1367.

Wahyuningsih, Y. (2021, Mei 21). Lingkungan Eksternal. (F. A. Dwiyaningsih, Pewawancara)

Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI publisher.

WHO. (2020). Critical Preparedness. *Readliness and Response Actions for Covid-19*.

Wicaksono, W. M. (2020, September 02). *Perajin Sangkar Burung Banyumas Bertahan Kala Pandemi*. Dipetik Juli 2021, 2021, dari Kompas.id: www.kompas.id/baca/nusantara/2020/09/02/perajin-sangkar-burung-banyumas-bertahan-kala-pandemi

A large, light yellow triangle with a gradient, pointing upwards, centered on the page. It has a soft, glowing appearance.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pengantar

1. Memberi salam lalu memperkenalkan diri dengan menyebutkan nama dan asal instansi pendidikan.
2. Meminta izin untuk wawancara dan secara singkat menjelaskan tujuan.

B. Tujuan

Melakukan wawancara tentang strategi pengembangan dan produksi Kerajinan sangkar burung jaya.

C. Prosedur

1. Meminta izin untuk melakukan wawancara.
2. Menjelaskan bahwa wawancara akan direkam menggunakan *recorder*.
3. Memberikan jaminan bahwa hasil wawancara hanya untuk tujuan penelitian.

D. Kesimpulan dan Penutup

1. Membuat rangkuman tentang hasil wawancara
2. Menanyakan kepada informan apakah ada informasi yang tertinggal.
3. Mengucapkan terimakasih atas informasi dan waktu yang telah diberikan.

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 2 : Hasil Wawancara

A. Wawancara dengan Bapak Aris Munandar (Owner/Pemilik industri kerajinan sangkar burung jaya)

Hari/Tanggal : Rabu/21 April 2021

Waktu : 10.00 – 10.25 WIB

Topik : Sejarah dan Gambaran Umum Sangkar Burung jaya

Peneliti : Bagaimana Perkembangan Sangkar Burung Jaya sejak dari awal merintis usaha hingga saat ini?

Pak Aris : Saat awal merintis usaha sangkar burung di desa Cibangkong berhubung pemasarannya cukup sulit harus di tawarkan kesana kesini jadi memutuskan untuk pindah ke desa banjarsari, seiring berjalannya waktu saya juga mulai mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh instansi pemerintah di waktu yang bersamaan juga ada dari Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja (Dinkopnaker) yang pada saat itu mengapresiasi hasil kerajinan milik kami dan menyarankan untuk diberi nama/brand agar mempunyai legalitas usaha secara tertulis seperti pembuatan IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil)/NIB (Nomor Induk Berusaha) dan akhirnya sudah memiliki legalitas usaha dengan nama Sangkar burung Jaya

Peneliti : Kendala apa saja yang dihadapi oleh industri kerajinan sangkar burung jaya saat sebelum masa pandemi dan sesudah adanya masa pandemi ?

Pak Aris : Pada saat sebelum pandemi usaha lancar produksi tetap dan pendistribusiannya juga cukup mudah, namun setelah masa pandemi *covid-19* cukup mengalami penurunan pendapatan, memang 3 bulan pertama dibulan maret-mei mengalami kenaikan pendapatan dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yaitu *work from home* sehingga banyak yang order, kemudian setelah adanya kenaikan korban *covid-19*

pemerintah membuat peraturan baru yaitu *lockdown* sehingga kami tidak terhambat dalam pendistribusian barang sehingga barang numpuk.

Peneliti : Apakah selama Pandemi *Covid-19* Industri Kerajinan sangkar burung jaya melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) pada karyawan?

Pak Aris : sejauh ini kami belum pernah melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), karena menurut kami sebuah usaha tentunya mengalami kenaikan dan penurunan pendapatan dan itu sudah menjadi hal biasa, jadi menurut kami PHK bukan solusi untuk menaikkan pendapatan.

B. Wawancara dengan Ibu Yulianti Wahyuningsih (Admin/bidang keuangan industri kerajinan sangkar burung jaya)

Hari/Tanggal : Minggu/6 Juni 2021

Waktu : 10.00 – 11.15 WIB

Topik : Admin dan SDM Karyawan Sangkar Burung jaya

Peneliti : Bagaimana perbedaan pencatatan transaksi saat sebelum adanya pandemi dan saat sudah ada pandemi *covid-19*?

Ibu Yuli : Untuk saat ini tidak adanya perbedaan dalam hal pencatatan karena pada saat sebelum dan sesudah adanya pandemi sama sama belum adanya pembukuan yang terstruktur

Peneliti : Bagaimana untuk SDM yang bekerja disini, apakah ada kualifikasinya entah itu dari keahlian, pendidikan atau usia?

Ibu yuli : Industri Sangkar burung jaya tidak memiliki standar keahlian yang harus dimiliki oleh calon karyawan atau karyawan, yang menjadi syarat karyawan hanya SDM yang mampu beradaptasi dan siap bekerja keras, jika karyawan siap bekerja keras tentu akan berusaha sebisa mungkin untuk mengembangkan skill

seperti karyawan yang lain, untuk pendidikan juga tidak adanya standarisasi, untuk usia dari usia 18-60

Peneliti : bagaimana sistem kerja yang diberlakukan sebelum dan sesudah adanya pandemi *covid-19*?

Ibu yuli : Untuk sistem kerja yang diberlakukan di tempat usaha kerajinan sangkar burung jaya kami tidak memberlakukan sistem kerja shift, waktu jam kerja seperti pada perusahaan umumnya yaitu 8 jam, dan jika ada tambahan jam kerja maka ada uang lembur. Para karyawan mendapatkan makan siang, uang lembur, dan tunjangan hari raya.

C. Wawancara dengan Wartim Yasmireja (Bidang Produksi industri kerajinan sangkar burung jaya)

Hari/Tanggal : Senin/21 Juni 2021

Waktu : 13.00 – 13.30 WIB

Topik : Produksi

Peneliti : Sudah berapa lama bapak kerja di industri kerajinan sangkar burung jaya? Apakah saat awal masuk bapak sudah memiliki skill?

Pak Wartim : Iya alhamdulillah saya sudah bekerja di industri kerajinan sangkar bung jaya cukup lama sekitar 4 tahun, pada saat awal masuk saya sudah memiliki keahlian, tapi jika ada yang belum memiliki keahlian biasanya di beri pelatihan terlebih dahulu oleh karyawan yang sudah senior

Peneliti : biasanya yang paling banyak di order itu jenis sangkar burung yang seperti apa?

Pak Wartim : biasanya yang paling banyak diminati jenis sangkar replika Ebod yang isinya 3/paketan

Peneliti : Apa saja manfaat yang sudah bapak peroleh selama bekerja dan apa yang menjadi harapan bapak untuk industri kerajinan sangkar burung jaya ?

Pak Wartim : Manfaatnya saya mendapatkan gaji sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, harapan saya untuk industri kerajinan sangkar burung jaya semoga semakin berkembang

D. Wawancara dengan Tohir (Pelanggan industri kerajinan sangkar burung jaya)

Hari/Tanggal : Sabtu/19 Juni 2021

Waktu : 13.00 – 13.30 WIB

Topik : Produk

Peneliti : Seberapa sering bapak membeli sangkar burung dan dari media online atau offline saudara mengetahui sangkar burung jaya?

Pak Tohir : Iya saya sering membeli sangkar burung di sangkar burung jaya, biasanya 2 minggu sekali dan saya tahu secara offline tetapi untuk memesannya menggunakan hp

Peneliti : apa yang membuat saudara tertarik dengan kerajinan sangkar burung jaya?

Pak tohir : Tertarik dari segi kualitas, desain, bentuk dan jenis produknya banyak dan harganya pas sesuai pasaran

Peneliti : Mengapa bapak memilih untuk membeli sangkar burung jaya? kenapa tidak membeli sangkar burung yang lain

Pak Tohir : Alasannya banyak, diantaranya yaitu kualitas produknya bagus, produknya bermacam-macam dan tahan lama, pelayanannya sangat ramah dan biasanya selalu tepat waktu dalam pengirimannya

Dokumentasi wawancara dengan pemilik sangkar burung jaya



Sertifikat Pelatihan

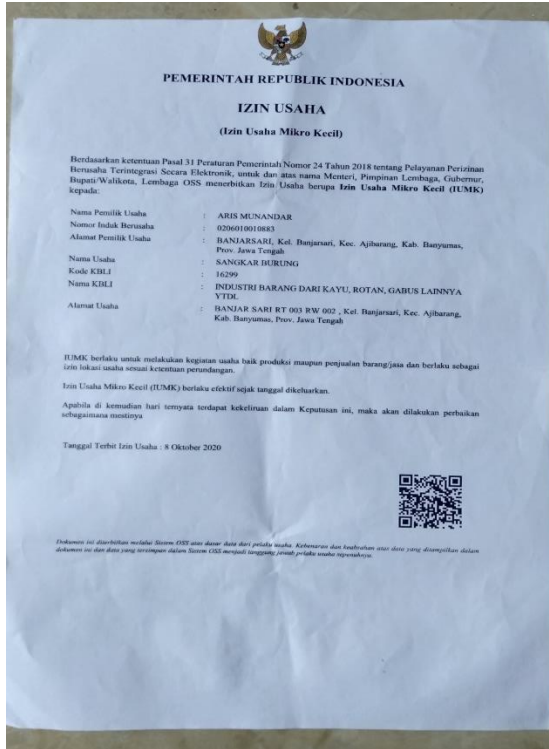




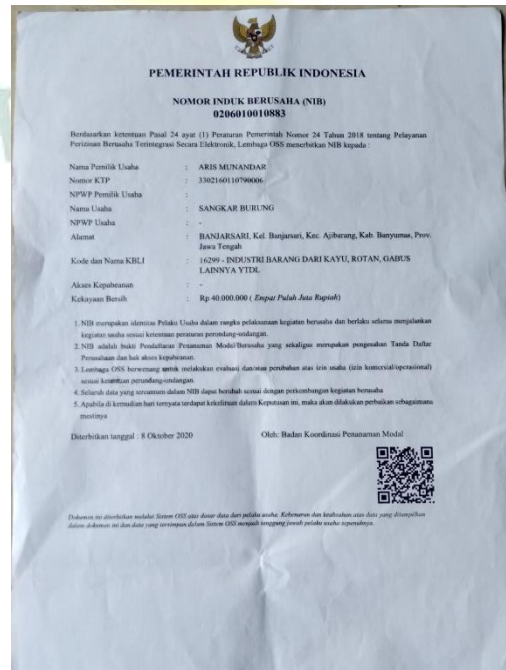
IAIN PURWOKERTO

Bukti Legalitas Usaha

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)



Nomor Induk Berusaha (NIB)



Peralatan Pembuatan Sangkar Burung Jaya

Mesin Ukir



Mesin Potong



Mesin Bor



Alat Pernis



Mesin Pasah



Grenda



Produk Sangkar Burung Jaya

1. Sangkar Replika Ebod



2. Sangkar Oyekan



3. Sangkar Pleci



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Fera Agus Dwiyaningsih
2. NIM : 1717201021
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 10 Agustus 1999
4. Alamat Rumah : Desa Banjarsari, Rt 01/ Rw 03
Kecamat. Ajibarnang,
Kabupaten. Banyumas
5. Nama Ayah : Kasan
6. Nama Ibu : Darsiti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Diponegoro 176
 - b. SD/MI, Tahun Lulus : SD Negeri Banjarsari, 2011
 - c. SMP/MTs, Tahun Lulus : SMP Negeri 3 Ajibarang, 2014
 - d. SMA/MA, Tahun Lulus : SMK Ma'arif NU 1 Ajibarang, 2017
 - e. S.1, Tahun Masuk : IAIN Purwokerto, tahun 2017
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Mahasiswa An-Najah Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota PMII Rayon FEBI Komisariat Walisongo IAIN Purwokerto tahun 2017-2018
2. Staf Ahli Kementrian Riset Teknologi & SDM Dewan Eksekutif Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto tahun 2018-2019
3. Staf Departemen Pengembangan Perekonomian Masyarakat GenBI Purwokerto Komisariat IAIN Purwokerto tahun 2018-2019

4. Deputi Bidang Ekonomi GenBI Purwokerto Komisariat IAIN
Purwokerto tahun 2019-2020

Purwokerto, 07 Juli 2021



Fera Agus Dwiyaningsih
NIM. 1717201021

