**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Penegasan Judul**

Menghindari kerancuan atau kesalah pahaman dalam memahami judul skripsi ini, perlu kiranya dijelaskan istilah yang digunakan dalam judul ini: “Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam”.

Analisis strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.[[1]](#footnote-1) Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan eksekusi, mulai dari tahap konsepsi, penetapan harga, promosi, hingga distribusi barang-barang, ide-ide dan jasa, untuk melakukan pertukaran yang memuaskan individu dan lembaga-lembaganya.[[2]](#footnote-2)

Kata pengembanganmenurut kamus bahasa Indonesia secara etimologi yaitu berarti proses/cara, perbuatan mengembangkan.[[3]](#footnote-3) Secara istilah, kata pengembangan menunjukkan pada suatu kegiatan menghasilkan suatu alat atau cara yang baru, di mana selama kegiatan tersebut penilaian dan penyempurnaan terhadap cara tersebut terus dilakukan.[[4]](#footnote-4) Pada konteks penelitian ini pengembangan kegiatan untuk menghasilkan usaha baru melalui langkah-langkah kegiatan usaha atas dasar hasil penilaian yang dilakukan selama periode waktu tertentu.

Menurut Howkins, Ekonomi kreatif didasarkan pada cara berpikir baru dan melakukan. Input utama adalah bakat pribadi kita atau keterampilan. Input tersebut mungkin terdengar akrab namun apa yang lebih penting adalah bahwa kreativitas kita mengubahnya dengan cara baru. Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif.[[5]](#footnote-5)

Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif *(creative value chain)*; lingkungan pengembangan*(nurturance environment)*; pasar *(market)* dan pengarsipan *(archiving).* Ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai niali kreatif yang berbeda.[[6]](#footnote-6)

Menurut Kementrian Perdagangan Indonesia، Ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara‐negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara‐negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, seperti ide, talenta dan kreativitas.[[7]](#footnote-7)

Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) merupakan Koperasi yang beranggotakan para pegawai negeri. Sebelum KPRI, koperasi ini bernama Koperasi Pegawai Negeri (KPN). Koperasi Pegawai Republik Indonesia bertujuan terutama meningkatkan kesejateraan para pegawai negeri (anggota). Koperasi Pegawai Republik Indonesia dapat didirikan di lingkup departemen atau instansi. Koperasi menurut Enriques dalam Arifin memberikan pengertian koperasi yaitu menolong satu sama lain atau saling bergandengan.[[8]](#footnote-8) Koperasi merupakan organisasi otonom dari orang-orang yang berhimpun secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial dan budaya secara bersama-sama melalui kegiatan usaha yang dimiliki dan dikendalikan secara demokratis. Dengan demikian koperasi memiliki jati diri dari, oleh, dan untuk anggota serta dalam menjalankan kegiatannya berpedoman pada prinsip-prinsip koperasi.[[9]](#footnote-9)

Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi merupakan organisasi atau lembaga simpan pinjam yang dikhususkan bagi pegawai negeri sipil merupakan bentuk kearifan lokal yang ada di propinsi Lampung.[[10]](#footnote-10) Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat pada pengembangan usaha ekonomi kreatif dalam penelitian ini adalah cara melakukan pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Lampung dalam meningkatkan peran masyarakat (dalam hal ini anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi) membangun usaha berdasarkan kreativitasnya sendiri.

Ekonomi, secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia.[[11]](#footnote-11) Ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka Syariah. Ilmu yang mempelajari perilaku seorang muslim dalam suatu masyarakat Islam yang dibingkai dengan syariah.[[12]](#footnote-12)

Berdasarkan penjelasan judul yang diuraikan, maka yang dimaksud dalam judul ini adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi dan Anggota dalam menciptakan peluang usaha berbasis ekonomi kreatif yang sesuai dengan syariat Islam.

1. **Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan–alasan penulis tertarik dalam memilih dan menentukan judul tersebut adalah :

1. Alasan Objektif
2. Adanya persaingan dan kendala pengembangan yang melibatkan anggota sebagai pelaku ekonomi kreatif.
3. Meningkatnya minat masyarakat dalam menciptakan kreativitas untuk mensukseskan program ekonomi kreatif yang dicanangkan pemerintah.
4. Alasan Subjektif
5. Berdasarkan aspek yang diteliti mengenai permasalahan tersebut, serta dengan tersedianya literature yang menunjang, maka sangat memungkinkan untuk dilakukan penelitian
6. Pokok bahasan yang akan dikaji dalam skripsi sesuai judul yang diajukan ini relevan dengan disiplin ilmu yang penyusun pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Sepengetahuan penulis, belum ada yang membahas pokok permasalahan ini, sehingga penulis tertarik untuk mengangkatnya sebagai judul skripsi.
8. **Latar Belakang**

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya.

Koperasi sebagai kumpulan orang-orang atau badan hukum, yang bertujuan untuk memperbaiki sosial ekonomi anggotanya dan memenuhi kebutuhan ekonomi anggota dengan saling membantu antaranggota, membatasi keuntungan, serta usaha tersebut harus didasarkan pada prinsip-prinsip koperasi. Definisi ini juga lebih jelas menunjukkan bahwa tujuan didirikannya koperasi adalah untuk membantu memperbaiki kehidupan sosial ekonomi anggotanya dengan saling bekerja sama dan tolong menolong. [[13]](#footnote-13)

Meskipun koperasi merupakan badan usaha khusus yang berbeda dengan perusahaan lain yang berorientasi laba, secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak mampu hidup tanpa pembeli. Betapapun muluk, kompleks, maupun akademisnya manajemen pemasaran dan manajemen bidang lainnya dari suatu badan usaha, bila mereka tidak mendapatkan pembeli, mereka hanya memiliki dua pilihan, melikuidasi perusahaan atau bergabung dengan perusahaan lain. Perusahaan akan selalu bekerja keras untuk mengetahui kebutuhan konsumen, sehingga barang atau jasa yang diperdagangkan dapat secara tepat memenuhi kebutuhan.[[14]](#footnote-14)

Penekanan manajemen usaha pada koperasi dilakukan secara musyawarah (Syuro) sesama anggota dalam Rapat Anggota Tahunan (RAT) dengan melibatkan seluruhnya potensi anggota yang dimilikinya. Sebagaimana firman Allah SWT:

… الله الله

Artinya: “…Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, Allah amat berat siksaannya”. (Q.S Al Maidah ayat 2).[[15]](#footnote-15)

Berdasarkan pada ayat Al-Qur’an diatas kiranya dapat dipahami bahwa tolong-menolong dalam kebajikan dan dalam ketakwaan dianjurkan oleh Allah. Koperasi merupakan tolong menolong, kerja sama, dan saling menutupi kebutuhan. Menutupi kebutuhan dan tolong menolong kebajikan adalah salah satu wasilahuntuk mencapai ketakwaan yang sempurna (haqa tuqatih)

Pendekatan pemasaran di pasar internal koperasi harus dibedakan dengan manajemen pemasaran di pasar eksternal. Manajemen koperasi dapat memanfaatkan konsep-konsep pemasaran seperti halnya perusahaan nonkoperasi yang mencari laba di pasar eksternal dalam rangka meningkatkan pertumbuhannya, namun pelayanan kepada anggota harus mendominasi kegiatan koperasi agar koperasi tetap berdiri dengan prinsip dasar anggota sebagai pemilik sekaligus pelanggan utama koperasi.[[16]](#footnote-16)

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Berkembanganya industri kecil dan kreatif di masyarakat akan dapat menggulirkan perekonomian masyarakat, karena sesungguhnya kekuatan ekonomi nasional muncul dan tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Ekonomi kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dari dimensi budaya. Karenanya strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif. Pada kenyataannya industri yang sesuai dengan kreteria produk unggulan tersebut diatas merupakan Usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) serta Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Industri ini berhasil memproduksi produk kreatif yang unik, menggunakan bahan baku local dengan teknologi yang tepat guna. Dengan keunikan produk tersebut merupakan suatu keunggulan yang berarti memiliki keunggulan bersaing (*competitive strategic*) dan kemampuan khas (*distinctive competence*).[[17]](#footnote-17)

Ekonomi kreatif yang melibatkan para *creator* dan pencetus ide sangatlah dibutuhkan. Manusia harus mampu mewujudkan ide dan kreativitas yang dimilikinya. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi kreatif adalah era ekonomi baru yang berfokus pada kreativitas dan informasi. Dalam ekonomi kreatif, modal utama yang diperlukan adalah wawasan luas dan ide yang dimiliki Sumber Daya Manusia (SDM). Kedua faktor tersebut menjadi modal utama yang digunakan manusia dalam menghadapi era ekonomi kreatif saat ini.

Guna mendukung pengembangan ekonomi kreatif, maka Koperasi Pegawai Negeri Republik Indonesia Betik Gawi yang beralamat di Jl. Wolter Monginsidi No. 22 Kelurahan Durian Payung Kecamatan Tanjung Karang Pusat kota Bandar Lampung berupaya meningkatkan partisipasi masyarakat dengan memberikan bantuan pinjaman modal dengan system bagi hasil bagi masyarakat pelaku ekonomi kreatif.

Berdasarkan dokumen profil Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi, saat ini Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi memiliki anggota sebanyak 2.697. dengan pemberian pinjaman kepada anggotanya berkisar antara Rp. 10.000.000,- (sepuluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) per anggota. Bentuk usaha yang dikelola oleh Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi antara lain; simpan pinjam, jasa sewa kursi, pertokoan barang sekunder, dan waserda. Setiap anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi dapat mengajukan pinjaman untuk digunakan sebagai modal usaha dalam upaya mengembangkan ekonomi kreatif guna mendukung peningkatan taraf hidup masyarakat.[[18]](#footnote-18)

Berdasarkan pemaparan latar belakang maka tema penelitian yang diajukan adalah dengan judul Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung).

1. **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif dalam perspektif ekonomi Islam?
3. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam upaya pengembangan usaha ekonomi kreatif dalam perspektif ekonomi Islam.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis
   * + - 1. Penelitian ini berguna untuk mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya ekonomi dan bisnis Islam mengenai manajemen pemasaran;
         2. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai manajemen pemasaran khususnya faktor-faktor apa yang harus diketahui untuki meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan ekonomi kreatif.
2. Secara praktis
3. Dengan penelitian ini di harapkan dapat menambah kajian ilmu bagi aktivitas akademik ekonomi dan bisnis Islam.
4. Hasil penelitian di harapkan dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.
5. Bagi penulis sebagai syarat untuk memproleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung.
6. **Metode Penelitian**

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemahamannnya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta. [[19]](#footnote-19) Metode dalam suatu penelitian merupakan hal yang sangat esensial, sebab dengan adanya metode akan memperlancar penelitian. Berkenaan dengan masalah metode penelitian ini menjelaskan beberapa hal :

1. **Jenis dan sifat penelitian**

Jenis penelitian dikategorikan studi kasus yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan secara tepat sifat–sifat sesuatu, individu, gejala, keadaan atau kelompok tertentu. Riset Lapangan (*field Research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan terjadinya gejala-gejala tersebut.[[20]](#footnote-20) Data-data yang diperlukan dalam penyelesaian skripsi ini dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

Menurut Sugiyono[[21]](#footnote-21) “metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai *variable* mandiri atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menggabungkan antara *variable* satu dengan yang lain”. Dalam kaitan penelitian ini menggambarkan apa adanya, tentang hal–hal yang berkenaan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pengembangan usaha ekonomi kreatif di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna generalisasi.[[22]](#footnote-22) Dalam penelitian lapangan ini, data yang diperoleh bersumber dari lokasi penelitian Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung. Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berkenaan dengan bentuk strategi pemasaran dan pengembangan usaha ekonomi kreatif oleh Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi.

Peneliti mengupayakan dengan menggambarkan data dari hasil observasi tentang hal tingkah laku manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya dengan seteliti mungkin. Seperti yang didefinisikan oleh Kirk dan Miller, bahwa penelitian kualitatif adalah kebiasaan (tradisi) tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.[[23]](#footnote-23)

1. **Sumber Data**

Sumber data merupakan subyek dari mana data diperoleh dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data Primer adalah data dasar yang diperoleh peneliti dari orang pertama, dari sumber asalnya yang belum diolah dan diuraikan orang lain. Data primer ini merupakan data yang pokok untuk diolah dan diteliti dalam pengumpulan data-data dalam skripsi ini.[[24]](#footnote-24) Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil *interview* (wawancara) dan pengamatan (*observasi*) dengan objek penelitian yaitu karyawan dan pimpinan di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung yang telah masuk kedalam kriteria penentuan sampel.

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung dari penulisan dan hasil penelitian, data skunder pada penelitian ini adalah data hasil dokumentasi. Sampel penelitian ini adalah bagian pemasaran dan hubungan masyarakat dari Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung yang beralamat di Jl. Wolter Monginsidi Durian Payung kota Bandar Lampung.

Teknik pengumpulan data berupa riset yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara-cara membaca buku, majalah, koran, atau makalah-makalah dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan judul skripsi yang dimaksud.[[25]](#footnote-25) Dalam teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, karena dalam pengambilanya peneliti harus menyamakan sifat-sifat tertentu dan ada sangkut paut erat dengan ciri-ciri dan sifat-sifat spesifik yang ada pada populasi yang kemudian dijadikan kunci untuk pengambilan sampel.

1. **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, dan pristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian. Populasi berasal dari bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.[[26]](#footnote-26)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang ada di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.[[27]](#footnote-27) Untuk menentukan informan dalam penelitian, dipilih menggunakan *purposive sampling* atau sampel bertujuan yang merupakan jenis dari sampel nonprobabilitas. Tujuannya disini adalah untuk memperoleh informan yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Pola sampel bertujuan lazim disebut dengan *creation based sampling* artinya bahwa penggunaan sumber data atau nara sumber dianggap cukup mana kala informasi yang diperlukan sudah cukup memadai sehingga sering kali jumlah nara sumber atau sumber data memungkinkan untuk selalu berkembang dan bertambah. Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan dengan banyak penajaman interaksi dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.[[28]](#footnote-28)

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam mengambil sampel apabila subjek kurang dari seratus, lebih baik diambil semua. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Sampel yang ditentukan dalam penelitian adalah staf bagian pemasaran, dan pimpinan Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung, serta anggota atau masayarakat yang mendapatkan pinjaman modal untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif dari Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung.

1. **Pengumpulan Data**

Keberhasilan suatu analisis data sangat diperlukan adanya kesempurnaan dan kelengkapan data yang telah dikumpulkan oleh seorang peneliti. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi,[[29]](#footnote-29) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi langsung, artinya peneliti dalam mengumpulkan data lebih melakukan pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala subjek yang di selidiki, baik pengamatan itu dilakukan dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi yang direkayasa. Metode digunakan untuk melihat secara langsung berbagai aktifitas yang berlangsung dan menggali data-data atau hal-hal yang berkaitan dengan gambaran umum tentang Koperasi Pegawai Republik Indonesia serta upaya-upaya yang dilakukan staff manajemen dan pemasaran di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung untuk memberikan sosialisasi usaha ekonomi kreatif.

1. *Interview* (wawancara)

Wawancara, adalah pendekatan yang dapat juga dipahami sebagai pendekatan untuk mendapatkan sebuah informasi dari seseorang yang diajak berkomunikasi. *Interview* adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti.[[30]](#footnote-30) Sedangkan pedoman yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang memuat garis besar yang akan ditanyakan. Jenis wawancara ini cocok sebagai penelitian kasus.[[31]](#footnote-31)

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini ditujukan kepada pimpinan Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung yang masuk dalam kriteria, maupun karyawannya, dan anggota yang menggunakan dana untuk pengembangan usaha ekonomi kreatif dari Koperasi Pegawai Republik Indonesia Betik Gawi Bandar Lampung.

1. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dan pencatatan terhadap buku, berkasatau dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang akan di bahas. Yakni buku-buku atau arsip perusahaan yang ada kaitannya dengan strategi pemasaran, koperasi dan ekonomi kreatif. Alasan kenapa peneliti menggunakan tiga data tersebut karena peneliti ingin mengetahui sedalam dan seluas mungkin informasi yang akan digali di lapangan guna mendapatkan data yang *valid* dan *reliabel*.

1. **Pengolahan Data**

Pengolahan data merupakan suatu teknik dalam penelitian kualitatif yang dilakukan setelah data lapangan terkumpul. Data terbagi menjadi dua, yaitu data lapangan (data mentah) dan data jadi.[[32]](#footnote-32) Sehubungan dengan hal itu, Sudaryanto dalam Moleong,[[33]](#footnote-33) memberi batasan data sebagai bahan penelitian, yaitu bahan jadi (lawan dari bahan mentah), yang ada karena pemilihan aneka macam tuturan (bahan mentah).

Data lapangan atau data mentah merupakan data yang diperoleh saat pengumpulan data. Data mentah pada penelitian ini adalah berupa data lisan (berupa tuturan), data tertulis serta foto. Data lisan dan tertulis tersebut diperoleh melalui wawancara terhadap narasumber atau subjek penelitian. Data yang berupa foto merupakan data yang berfungsi mendeskripsikan suatu hal, benda, maupun kejadian saat observasi maupun saat pengumpulan data. Data lisan didokumentasikan ke dalam bentuk rekaman suara, sedangkan data tertulis didokumentasikan ke dalam bentuk tulisan atau catatan penelitian. Data yang kedua adalah data jadi. Data jadi merupakan suatu data mentah (data lapangan) yang telah mengalami proses penyeleksian data. Penyeleksian data mengacu pada permasalahan yang ingin dipecahkan, yaitu objek penelitian.

Pengolahan data dilakukan dengan cara: (a) persiapan, (b)  
penyeleksian. Persiapan dilakukan dengan menyiapkan seluruh data lapangan, baik yang berupa rekaman, catatan lapangan, maupun foto. Data yang berupa rekaman suara ditranskrip atau disalin dalam bentuk tulisan, sedangkan data yang berupa foto dideskripsikan sesuai gambar. Setelah semua terkumpul, peneliti memulai menyeleksi data sesuai dengan objek penelitian.

1. **Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Menganalisis data merupakan tindakan peneliti untuk mempertemukan kesenjangan antara teori (*das sollen*) dan praktik (*das sein*). Membangun suatu analisis juga berkaitan dengan pengujian terhadap teori yang berlaku selama ini.[[34]](#footnote-34)

Metode analisis data yang digunakan adalah *kualitatif*, mengolah dan menyajikan data, serta melakukan analisis data bertujuan untuk mensinergikan antara beberapa data yang telah didapatkan dengan berbagai literatur maupun data-data lain yang telah dipersiapkan. Data yang diperoleh akan dianalisa dengan memunculkan beberapa kesimpulan dan hasil temuan berdasarkan penelitian. Langkah selanjutnya dalam proses pengolahan dan penganalisaan data mengupayakan langkah dengan menyusun secara induktif yakni metode analisis yang bertumpu dari kaidah-kaidah khusus kemudian ditarik menjadi kaidah umum.

Melalui analisis data deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan sekaligus menganalisa deskripsi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu tentang strategi pemasaran dan upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif. Metode analisis data dalam penelitian ini berdasarkan metode analisis dengan menggunakan cara berfikir *deduktif*.

1. *Deduktif*

*Deduktif* berasal dari bahasa Inggris *deduction* yang berarti penarikan kesimpulan dari keadaan-keadaan umum, menemukan yang khusus dari yang umum.[[35]](#footnote-35) *Deduktif* adalah cara berpikir dimana dari pernyataan yang bersifat umum ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.[[36]](#footnote-36) Jadi metode *deduktif* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu pola pemikiran yag dimulai dengan mengambil kaidah-kaidah yang betsifat umum untuk mendapatkan suatu simpulan berupa pengetahuan yang bersifat khusus.

1. *Induktif*

*Induktif* yaitu suatu pemikiran yag dimulai kaidah-kaidah yang bersifat khusus dari permasalahan-permasalahan yang ada kemudian menarik kesimpulan berupa pengetahuan yang bersifat umum. Induksi adalah cara mempelajari sesuatu yang bertolak dari hal-hal atau peristiwa khusus untuk menemukan hukum.[[37]](#footnote-37) Metode berpikir *induktif* dimana cara berpikir dilakukan dengan cara menarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual. Penalaran secara induktif dimulai dengan mengemukakan pernyataan-pernyataan yang mempunyai ruang lingkup yang khas dan terbatas dalam menyusun argumentasi yang diakhiri dengan pernyataan yang bersifat umum.

1. Fandi Tjiptono, *Manajemen Pemasaran,* (Yogyakarta:Andi Offset, 1997), hlm. 6 [↑](#footnote-ref-1)
2. Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia,* (Jakarta: Gramedia Utama, 1998), hlm. 53 [↑](#footnote-ref-2)
3. Tim Penyusun Kamus PusatBahasa, *Kamus BesarBahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 538 [↑](#footnote-ref-3)
4. Hendayat Sutopo, Westy Soemanto, *Pembinaan dan Pengembangan Kurikulum Sebagai Substansi Problem Administrasi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 45 [↑](#footnote-ref-4)
5. Suryana. *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. (Jakarta: Salemba Empat. 2013).  hlm. 199. [↑](#footnote-ref-5)
6. Departemen Perdagangan RI, *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009‐2025,* (Jakarta: Departemen Perdagangan, 2008), hlm. 1 [↑](#footnote-ref-6)
7. *Ibid*, hlm. 1 [↑](#footnote-ref-7)
8. Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, *Koperasi Teori dan Praktik,* (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 13 [↑](#footnote-ref-8)
9. Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 2. [↑](#footnote-ref-9)
10. Arsyad, Ketua KPRI Betik Gawi Kota Bandar Lampung, *Prasurvey,* Tanggal 27 Februari 2016 [↑](#footnote-ref-10)
11. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 14 [↑](#footnote-ref-11)
12. Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: LPPI, 2006), hlm. 6 [↑](#footnote-ref-12)
13. Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 18. [↑](#footnote-ref-13)
14. *Ibid.,* hlm.61 [↑](#footnote-ref-14)
15. Depag RI., *Al-Qur’an dan Terjemah,* (Bandung: Diponegoro, 2012), hlm. 106 [↑](#footnote-ref-15)
16. *Ibid.,* hlm.63 [↑](#footnote-ref-16)
17. I Gusti Lanang Suta Artatanaya, I Ketut Suarta, dan Nyoman Meirejeki, *Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar Prospektif Pemasaran dan Produksi,* (Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan. Vol.9. No.1. Maret 2013), hlm. 70 [↑](#footnote-ref-17)
18. *Pra survey*, Profil KPRI Betik Gawi Kota Bandar Lampung, Tanggal 27 September 2016 [↑](#footnote-ref-18)
19. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & D,* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 2 [↑](#footnote-ref-19)
20. *Ibid*, hlm. 27 [↑](#footnote-ref-20)
21. *Ibid.,* hlm.35 [↑](#footnote-ref-21)
22. Sugiyono, *Op.cit.,* hlm. 13 [↑](#footnote-ref-22)
23. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 03 [↑](#footnote-ref-23)
24. Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research,* (Yogyakarta: Fak.Teknologi UGM, 2010), hlm. 27 [↑](#footnote-ref-24)
25. *Ibid*, h. 42 [↑](#footnote-ref-25)
26. Sutrisno Hadi, *Op.cit.,* hlm. 70 [↑](#footnote-ref-26)
27. *Ibid.,* hlm. 32 [↑](#footnote-ref-27)
28. Lexy. J. Moleong, *Op.cit.,*hlm. 5 [↑](#footnote-ref-28)
29. Sugiono*, Op.cit.,* hlm. 203 [↑](#footnote-ref-29)
30. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), Edisi Revisi*.* hlm. 64 [↑](#footnote-ref-30)
31. *Ibid*, hlm. 202 [↑](#footnote-ref-31)
32. Djam’an, Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitati,.* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 177 [↑](#footnote-ref-32)
33. Lexi J. Moloeng, *Op.cit.,* hlm. 18 [↑](#footnote-ref-33)
34. Suharsimi, *Op.cit.,* hlm. 35 [↑](#footnote-ref-34)
35. W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), hlm. 273 [↑](#footnote-ref-35)
36. Jujun S. Suriasumantri, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm. 48-49 [↑](#footnote-ref-36)
37. W.J.S. Poerwadarminta, *Op.cit.,* hlm. 44 [↑](#footnote-ref-37)