

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pemberdayaan Masyarakat

Menurut (Mustanir et al., 2023) Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses untuk mempersiapkan dan memperkuat kemampuan masyarakat, terutama melalui penguatan kelembagaan, agar mereka mampu mencapai kemajuan, kemandirian, serta kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan. Terdapat berbagai pendapat para ahli yang memberikan definisi mengenai konsep pemberdayaan masyarakat, di antaranya sebagai berikut:

1. Menurut Suharto (2005), pemberdayaan masyarakat merupakan proses yang terdiri dari berbagai kegiatan untuk memperkuat kelompok masyarakat yang lemah, termasuk individu yang mengalami kemiskinan. Sebagai tujuan, pemberdayaan diarahkan untuk menciptakan perubahan sosial menuju masyarakat yang berdaya, yaitu memiliki kemampuan, pengetahuan, dan kekuasaan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara fisik, ekonomi, maupun sosial seperti rasa percaya diri, kemampuan menyampaikan aspirasi, memiliki mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam menjalani kehidupannya.
2. Fahrudin, Adi (2012) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah usaha untuk membangun potensi yang ada dalam diri masyarakat dengan cara memberikan motivasi serta menumbuhkan kesadaran akan potensi tersebut, kemudian mengembangkannya agar dapat dimanfaatkan secara optimal.
3. Menurut Sumodiningrat (1997), pemberdayaan masyarakat merupakan suatu konsep pembangunan yang berfokus pada peningkatan kemampuan masyarakat. Tujuannya adalah menciptakan masyarakat yang mandiri, baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, maupun industri.

Para teoritis telah mengemukakan berbagai teori yang menjelaskan tentang pemberdayaan masyarakat. Teori *ACTORS* dan *the ladder of participation* sebagai dasar teori dalam pemberdayaan masyarakat. Teori “*ACTORS*” tentang pemberdayaan yang dikemukakan oleh Sarah Cook dan Steve Macaulay (1997) memandang masyarakat sebagai subjek yang mampu melakukan perubahan. Teori ini menekankan pentingnya membebaskan individu dari sistem yang terlalu kaku dan memberikan kebebasan untuk bertanggung jawab atas ide, keputusan, serta tindakannya sendiri. Menurut Cook dan Macaulay, pemberdayaan lebih diarahkan pada pendelegasian tanggung jawab secara sosial dan moral, yang meliputi: (a) menumbuhkan ketangguhan, (b) memberikan wewenang sosial, (c) mengatur kinerja, (d) mengembangkan organisasi baik lokal maupun eksternal, (e) membangun kerja sama, (f) berkomunikasi secara efektif, (g) mendorong inovasi, dan (h) menyelesaikan berbagai permasalahan yang muncul.

Kerangka pemberdayaan ini dirangkum dalam akronim “*ACTORS*”, yang mencakup beberapa unsur berikut:

- a) A= *authority* (wewenang) dengan memberikan kepercayaan
- b) C= *confidence and competence* (rasa percaya diri dan kemampuan)
- c) T= *trust* (keyakinan)
- d) O= *opportunities* (kesempatan)
- e) R= *responsibilities* (tanggung jawab)
- f) S = *support* (dukungan)

Dengan menggunakan konsep pemberdayaan yang dikemukakan oleh Cook dan Macaulay, perubahan yang dihasilkan bersifat terencana, karena setiap input yang digunakan telah dipersiapkan dan diantisipasi sejak awal. Hal ini membuat output atau hasil yang dicapai dapat dimanfaatkan secara optimal. Kajian tentang pengelolaan pemberdayaan masyarakat berdasarkan kerangka kerja “*ACTORS*” dijelaskan sebagai berikut:

1. *Authority*, yaitu memberikan kewenangan kepada kelompok atau masyarakat untuk mengubah pola pikir dan etos kerja menjadi milik mereka sendiri, sehingga perubahan yang terjadi dirasakan sebagai hasil dari kemauan mereka menuju kondisi yang lebih baik.
2. *Confidence and Competence*, menumbuhkan rasa percaya diri dengan menyadarkan masyarakat akan kemampuan mereka untuk melakukan perubahan.
3. *Trust*, menanamkan keyakinan bahwa masyarakat memiliki potensi dan kemampuan untuk melakukan perubahan.
4. *Opportunities*, memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menentukan pilihan sesuai keinginan dan potensi yang mereka miliki agar dapat mengembangkan diri.
5. *Responsibilities*, setiap perubahan perlu dikelola dengan baik dan dijalankan dengan rasa tanggung jawab agar menghasilkan perbaikan yang nyata.
6. *Support*, dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak untuk menciptakan perubahan yang lebih baik, baik dari segi ekonomi, sosial, budaya, maupun dukungan dari para stakeholder, yang dilakukan secara bersama tanpa adanya dominasi dari satu pihak saja.

2.1.2 Geografi Industri

Dari perspektif geografi, industri merupakan hasil perpaduan antara subsistem fisik dan subsistem manusia. Subsistem fisik mencakup berbagai komponen yang mendukung pertumbuhan serta perkembangan industri, seperti lahan, bahan mentah atau bahan baku, sumber energi, dan kondisi iklim beserta proses ilmiahnya. Sementara itu, subsistem manusia meliputi tenaga kerja, kemampuan teknologi, tradisi, kondisi politik dan pemerintahan, sistem transportasi dan komunikasi, konsumen, serta pasar, yang secara keseluruhan berperan dalam menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai bagi masyarakat. (Christiawan, 2020).

Sebagai studi secara terpisah, geografi industri memiliki perbedaan mendasar dengan geografi ekonomi. Geografi industri dapat diartikan

sebagai studi yang berfokus pada proses produksi dan sistem produksi di berbagai sektor, sedangkan geografi ekonomi mencakup aspek konsumsi, standar hidup, serta lebih menitikberatkan pada reproduksi tenaga kerja. Menurut Harrington (2002) dalam (Christiawan, 2020), inti dari geografi industri terletak pada pertanyaan mengenai alasan suatu kegiatan industri dapat mengalami pertumbuhan atau penurunan di wilayah tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa geografi industri merupakan kajian yang berfokus pada aktivitas ekonomi yang terorganisir dengan tujuan memperoleh keuntungan ekonomi, baik secara individu maupun kelompok, di suatu daerah tertentu.

Secara spasial, geografi industri terbagi menjadi tiga cabang, yaitu geografi industri umum, geografi industri khusus, dan geografi industri regional. Pertama, geografi industri umum mencakup: (1) teori lokasi yang membahas prinsip-prinsip umum serta faktor-faktor yang memengaruhi lokasi industri, (2) kajian mengenai penentuan lokasi perusahaan industri dalam kaitannya dengan ukuran optimal, tipologi, serta karakteristik ekonomi dan geografis tertentu, dan (3) studi tentang produksi serta hubungan antarwilayah dalam kegiatan industri.

Kedua, geografi industri khusus membahas prinsip-prinsip lokasi yang berkaitan dengan jenis industri tertentu, dengan fokus pada pola pembangunan serta analisis struktur dan karakteristik wilayah dari berbagai sektor industri, yang bertujuan untuk menekan biaya sosial produksi. Geografi industri khusus juga mengkaji hubungan antara proses produksi, ketersediaan bahan baku dan sumber energi, serta pola konsumsi yang dipengaruhi oleh faktor transportasi dan pembagian wilayah pemasaran.

Ketiga, geografi industri regional merupakan kajian mengenai kegiatan produksi industri secara menyeluruh dalam kaitannya dengan perkembangan dan penyebaran industri berdasarkan kondisi ekonomi serta lingkungan fisik di suatu wilayah tertentu. Fokus geografi industri regional terletak pada analisis aspek historis dan geografis terbentuknya industri, struktur industri modern baik dalam skala makro maupun mikro, serta tingkat

perkembangan yang telah dicapai. Selain itu, bidang ini juga menelaah posisi suatu wilayah dalam konteks tenaga kerja internasional (baik sosialis maupun kapitalis), serta mempertimbangkan faktor ekonomi, geografis, dan sumber daya alam. Geografi industri regional juga mempelajari pola dasar struktur wilayah, proses regionalisasi industri, serta tipe-tipe daerah industri yang ada.

2.1.3 Kreativitas

Menurut Titi Nugraheni dkk. (2025) Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan gagasan-gagasan baru dan orisinal yang mampu menyelesaikan masalah atau membuka peluang baru. Dalam dunia bisnis, kreativitas memegang peran penting karena menjadi pendorong inovasi serta memberikan keunggulan kompetitif. Kreativitas tidak hanya berkaitan dengan penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup cara-cara baru dalam mengelola, memasarkan, maupun menjalankan proses bisnis. Hal ini menjadi faktor utama yang memungkinkan perusahaan terus berkembang dan bertahan di tengah perubahan pasar yang dinamis.

Teori 4P Kreativitas dari Rhodes (1961) menjelaskan bahwa kreativitas terbentuk dari empat aspek utama: *Person*, *Process*, *Press*, dan *Product*. Aspek *Person* berkaitan dengan karakter, pengalaman, dan keterampilan individu yang memengaruhi kemampuan untuk berpikir kreatif. *Process* menggambarkan tahapan berpikir kreatif, mulai dari persiapan hingga verifikasi ide. *Press* merujuk pada pengaruh lingkungan baik sosial, budaya, maupun fasilitas yang dapat mendukung atau menghambat kreativitas. Sementara itu, *Product* adalah hasil nyata dari proses kreatif berupa ide atau karya yang dinilai memiliki kebaruan dan nilai guna. Keempat aspek ini relevan digunakan dalam penelitian karena memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana kreativitas pengrajin tumbuh, dipengaruhi, diproses, dan diwujudkan dalam bentuk produk kerajinan.

Berikut beberapa aspek penting dalam memahami kreativitas dalam bisnis:

1. jenis-Jenis Kreativitas:

- a). Kreativitas Produk: Menghasilkan produk atau layanan baru yang belum ada di pasaran, atau menambahkan nilai dan fitur unik pada produk yang sudah ada.
- b). Kreativitas Proses: Meningkatkan efisiensi produksi atau operasional, misalnya melalui inovasi dalam sistem distribusi atau metode kerja.
- c). Kreativitas Pemasaran: Mengembangkan strategi pemasaran baru yang lebih efektif menjangkau konsumen, seperti melalui media sosial atau teknologi digital.
- d). Kreativitas Manajerial: Merancang pendekatan baru dalam pengelolaan tim dan struktur organisasi untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi.

2. Pentingnya Kreativitas dalam Bisnis:

- a). Keunggulan Kompetitif: Perusahaan yang kreatif mampu menciptakan produk dan layanan yang lebih menarik bagi pelanggan, sehingga meningkatkan posisi di pasar.
- b). Inovasi: Kreativitas menjadi dasar dari inovasi yang memungkinkan perusahaan beradaptasi terhadap perubahan pasar maupun teknologi.
- c). Pemecahan Masalah: Membantu perusahaan menemukan solusi unik terhadap berbagai tantangan, baik dalam operasional, pemasaran, maupun persaingan.
- d). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Produk atau layanan yang kreatif lebih mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal, meningkatkan loyalitas mereka.

3. Hambatan dalam Kreativitas Bisnis:

- a). Keterbatasan Sumber Daya: Tidak semua perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mengembangkan ide-ide kreatif.

- b). Budaya Organisasi yang Kurang Mendukung: Beberapa perusahaan lebih menekankan stabilitas daripada inovasi, sehingga menghambat kreativitas.
- c). Ketakutan terhadap Risiko: Kreativitas sering memerlukan keberanian untuk mengambil risiko, namun banyak bisnis yang cenderung menghindarinya.

4. Mendorong Kreativitas dalam Organisasi:

- a). Lingkungan yang Mendukung: Menciptakan suasana kerja yang terbuka terhadap ide-ide baru dan memberi ruang untuk bereksperimen.
- b). Kepemimpinan yang Inovatif: Pemimpin yang visioner dan mendukung gagasan baru dapat memotivasi tim untuk berpikir lebih kreatif.
- c). Pelatihan dan Pengembangan: Memberikan pelatihan agar karyawan mampu mengasah kemampuan berpikir kreatif dan terbiasa mencari solusi di luar kebiasaan.

2.1.4 Inovasi

Menurut (Diharto, 2022) Pemahaman dasar mengenai inovasi (*innovation*) berasal dari kata Latin *innovationem*, yang berarti sesuatu yang baru atau hal yang sebelumnya belum pernah ada. Banyak orang masih menganggap inovasi sebagai proses menciptakan teknologi baru (*technology innovation*), seperti penemuan telepon oleh Bell atau komputer personal oleh IBM. Namun, sebenarnya penciptaan produk atau teknologi baru hanyalah salah satu bentuk inovasi. Bahkan, apabila suatu produk atau teknologi baru tidak memiliki nilai komersial atau manfaat di masyarakat (pasar), maka hal tersebut tidak termasuk inovasi, melainkan lebih tepat disebut sebagai invensi.

Secara umum, inovasi produk merupakan proses atau hasil pengembangan ide serta pemanfaatan produk atau sumber daya yang sudah ada sebelumnya agar memiliki nilai yang lebih tinggi dan bermakna. Produk sendiri adalah barang atau jasa yang dapat dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan masyarakat. Inovasi bertujuan untuk menyempurnakan atau meningkatkan fungsi dari suatu produk atau sumber

daya agar memberikan manfaat yang lebih besar bagi manusia. Inovasi dapat muncul di berbagai bidang kehidupan seperti bisnis, pendidikan, komunikasi, dan lain-lain. Proses inovasi berlangsung secara berkelanjutan dalam kehidupan manusia, termasuk di bidang kewirausahaan atau bisnis. Dalam konteks ini, inovasi diterapkan pada produk-produk yang telah ada dengan tujuan meningkatkan pendapatan dan menarik minat konsumen melalui peningkatan kualitas produk yang ditawarkan.

Tujuan utama perusahaan melakukan inovasi produk adalah untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Hal ini disebabkan karena produk yang sudah ada cenderung rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, perkembangan teknologi, siklus hidup produk yang semakin singkat, serta meningkatnya persaingan baik di pasar domestik maupun internasional. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk menghadirkan produk yang bervariasi, unggul, dan didukung oleh teknologi produksi yang lebih canggih agar mampu memberikan kinerja yang lebih baik.

Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers (1962) menjelaskan bagaimana sebuah inovasi diperkenalkan, diterima, dan akhirnya diadopsi oleh individu maupun kelompok dalam suatu masyarakat. Proses adopsi inovasi berlangsung melalui lima tahap, yaitu *knowledge*, ketika individu mulai mengenal adanya inovasi; *persuasion*, saat mereka menilai manfaat dan keunggulan inovasi tersebut; *decision*, yaitu proses memilih untuk menerima atau menolak inovasi; *implementation*, ketika inovasi mulai diterapkan dalam praktik; serta *confirmation*, di mana individu menilai ulang keputusan mereka berdasarkan pengalaman penggunaan inovasi. Selain tahapan tersebut, Rogers juga membagi pelaku adopsi menjadi lima kategori: *innovators* yang pertama kali mencoba hal baru, *early adopters* yang cepat menerima inovasi, *early majority* yang mulai mengikuti ketika inovasi terbukti bermanfaat, *late majority* yang baru mengadopsi setelah menjadi arus utama, serta *laggards* yang paling lambat karena cenderung memegang tradisi lama. Teori ini sangat relevan dalam penelitian

terkait industri kreatif, karena membantu menjelaskan bagaimana pengrajin menerima desain baru, bagaimana inovasi menyebar di komunitas perajin, serta bagaimana pasar merespons perubahan produk kerajinan.

Inovasi produk juga perlu dilakukan berdasarkan penelitian pasar agar hasilnya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Inovasi menjadi komponen penting dalam meningkatkan nilai produk serta menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat mengantarkan perusahaan menjadi pemimpin pasar. Secara umum, tujuan inovasi meliputi hal berikut:

1) Meningkatkan Kualitas

Secara umum, tujuan utama inovasi di berbagai bidang adalah untuk memperbaiki mutu dan meningkatkan nilai dari sesuatu yang telah ada sebelumnya, baik berupa produk maupun layanan. Dengan hadirnya inovasi baru, diharapkan produk tersebut memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih besar dibanding sebelumnya.

2) Menekan Biaya Produksi

Inovasi juga berfungsi untuk mengurangi biaya, terutama biaya tenaga kerja. Saat ini banyak teknologi dan mesin diciptakan untuk menggantikan peran manusia dalam proses produksi. Dengan adanya mesin dan peralatan modern, biaya produksi dapat ditekan dan hasil kerja menjadi lebih efisien serta berkinerja lebih baik.

3) Menciptakan Pasar Baru

Produk hasil inovasi yang memiliki nilai tambah dan keunikan dapat membuka peluang pasar baru di tengah masyarakat.

4) Memperluas Jangkauan Produk

Contohnya dapat dilihat pada bisnis *e-commerce* saat ini, di mana para pelaku usaha memanfaatkan internet untuk memperluas jangkauan produk mereka agar dapat diakses oleh lebih banyak calon konsumen.

5) Mengganti Produk atau Layanan Lama

Inovasi juga bertujuan untuk menggantikan produk atau layanan yang sudah tidak efisien. Misalnya, perkembangan teknologi pada mesin sepeda motor yang kini lebih hemat bahan bakar.

6) Mengurangi Penggunaan Energi

Manusia senantiasa berusaha untuk menghemat energi, sehingga banyak inovasi yang muncul dalam bidang ini. Salah satu contohnya adalah pengembangan sumber energi terbarukan yang memanfaatkan tenaga surya, angin, dan air sebagai alternatif energi listrik yang ramah lingkungan.

Adapun ciri-ciri Inovasi sebagai berikut:

- 1) Memiliki keunikan: Suatu gagasan dapat disebut inovasi apabila memiliki karakteristik atau ciri khas yang membedakannya dari ide lainnya.
- 2) Bersifat baru: Inovasi merupakan ide atau gagasan yang belum pernah dipublikasikan atau diungkapkan oleh pihak lain sebelumnya.
- 3) Dikembangkan secara terencana: Suatu ide dapat digolongkan sebagai inovasi jika pengembangannya dilakukan dengan sengaja, terarah, dan melalui perencanaan yang matang.
- 4) Memiliki tujuan tertentu: Sejalan dengan poin sebelumnya, inovasi muncul bukan secara kebetulan, melainkan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berikut merupakan beberapa jenis inovasi:

1) *Incremental Innovation.*

Jenis inovasi ini merupakan bentuk yang paling umum, di mana teknologi yang sudah ada dimanfaatkan untuk meningkatkan nilai suatu produk, misalnya melalui penambahan fitur, penyempurnaan desain, atau peningkatan kualitas lainnya. Inovasi ini tidak selalu berupa perubahan besar, melainkan perbaikan kecil yang dapat meningkatkan fungsi, menekan biaya produksi, dan menarik konsumen baru.

2) *Disruptive Innovation.*

Disebut juga inovasi yang bersifat mengganggu atau tersembunyi, yaitu inovasi yang menggunakan teknologi baru untuk menciptakan pasar baru. Jenis inovasi ini berfokus pada pemahaman dan antisipasi perubahan pasar agar bisnis dapat beradaptasi dengan perkembangan

zaman. Contohnya, peralihan media cetak seperti koran dan majalah ke platform digital karena perubahan perilaku pembaca.

3) *Architectural Innovation*

Inovasi ini dilakukan dengan mengambil teknologi, keterampilan, atau pengalaman yang sudah ada, lalu menerapkannya di pasar yang berbeda. Tujuannya untuk menjangkau pelanggan baru dengan risiko yang relatif rendah, karena dasar inovasinya telah terbukti berhasil. Namun, diperlukan waktu penyesuaian agar sesuai dengan karakteristik pasar baru tersebut.

4) *Radical Innovation*

Jenis inovasi ini berfokus pada penciptaan produk atau layanan yang benar-benar baru dan tidak memiliki hubungan langsung dengan produk sebelumnya, sehingga menghasilkan terobosan besar dalam dunia industri.

2.1.5 Industri Kreatif

Secara umum, ekonomi kreatif dapat diartikan sebagai suatu sistem kegiatan manusia yang berhubungan dengan proses mencipta, memproduksi, mendistribusikan, menukar, serta mengonsumsi barang dan jasa yang memiliki nilai kultural, artistik, estetika, intelektual, dan emosional bagi para konsumen di pasar. Sejalan dengan pengertian tersebut, industri kreatif dapat dipandang sebagai komponen utama dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif yang memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Pada hakikatnya, industri kreatif merupakan bidang industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan membuka lapangan kerja melalui pengembangan serta eksploitasi daya cipta dan daya kreasi yang dimiliki (Sadilah, 2010).

Menurut (Christiawan, 2020) Istilah industri erat kaitannya dengan kegiatan manufaktur (*manufacturing*) yang memiliki cakupan usaha sangat luas. Dalam konteks ini, industri mencakup seluruh aktivitas manusia di bidang ekonomi yang bersifat produktif dan komersial. Karena ruang

lingkupnya yang luas, jumlah serta jenis industri berbeda-beda di setiap negara maupun daerah.

Teori Ekonomi Kreatif yang dikemukakan oleh John Howkins (2001) menjelaskan bahwa industri kreatif tumbuh dari kemampuan manusia dalam mengelola ide, kreativitas, serta hak kekayaan intelektual sebagai sumber nilai ekonomi. Menurut Howkins, terdapat 15 sektor utama dalam industri kreatif, antara lain kerajinan, desain, fashion, periklanan, seni pertunjukan, dan berbagai bidang lain yang menjadikan kreativitas sebagai inti kegiatan ekonomi. Konsep utamanya menekankan bahwa kreativitas merupakan modal utama (*creativity*), kemudian diolah menjadi nilai tambah melalui proses penciptaan nilai (*value creation*), dan selanjutnya dilindungi serta diperkuat melalui *intellectual property* sebagai aset yang memiliki nilai ekonomi jangka panjang. Teori ini sangat relevan dengan konteks industri kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya, karena proses produksi kerajinan tidak hanya mengandalkan keterampilan teknis, tetapi juga lahir dari ide-ide kreatif pengrajin yang kemudian menghasilkan nilai ekonomi bagi masyarakat. Selain itu, keunikan desain dan hasil karya kerajinan merupakan bentuk kreativitas yang dapat diperkuat melalui perlindungan hak kekayaan intelektual agar memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar.

Secara umum, semakin tinggi tingkat kemajuan suatu negara atau daerah, maka semakin banyak pula jumlah dan ragam industrinya, serta semakin kompleks kegiatan ekonomi yang dijalankan. Penggolongan atau klasifikasi industri pun bervariasi, namun umumnya didasarkan pada beberapa kriteria seperti bahan baku, tenaga kerja, pangsa pasar, modal, dan jenis teknologi yang digunakan. Selain itu, perkembangan serta pertumbuhan ekonomi suatu negara juga sangat memengaruhi keberagaman industrinya semakin besar dan kompleks kebutuhan masyarakat, maka semakin beragam pula jenis industri yang muncul untuk memenuhinya.

Berikut ini adalah klasifikasi industri berdasarkan masing-masing kriteria tersebut.

1) Klasifikasi industri berdasarkan bahan baku

Tiap-tiap industri membutuhkan bahan baku yang berbeda, tergantung pada apa yang akan dihasilkan dari proses industri tersebut. Berdasarkan bahan baku yang digunakan, *industry* dapat dibedakan menjadi:

- a) Industri ekstraktif
- b) Industri nonekstraktif
- c) Industri fasilitatif

2) Klasifikasi industri berdasarkan tenaga kerja.

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) industri rumah tangga
- b) industri kecil
- c) industri sedang
- d) industri besar

3) Klasifikasi industri berdasarkan produksi perorangan.

Pada level atas, industri Sering kali dibagi menjadi tiga bagian, yaitu primer (ekstraktif), sekunder (manufaktur), dan tersier (jasa). Beberapa penulis menambahkan sektor kuartern (pengetahuan) atau bahkan sektor kuinari (kultur dan penelitian). Seiring berjalannya waktu, perpecahan industri masyarakat pada masing-masing sektor mengalami perubahan.

4) Klasifikasi industri berdasarkan bahan mentah,

Berdasarkan bahan mentah yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) industri pertanian
- b) industri pertambangan
- c) industri jasa

5) Klasifikasi industri berdasarkan lokasi unit usaha.

Keberadaan suatu industri sangat menentukan sasaran atau tujuan kegiatan industri. Berdasarkan pada lokasi unit usahanya, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) industri berorientasi pada pasar (*market oriented industry*)
- b) Industri berorientasi pada tenaga kerja (*employment oriented industry*)
- c) Industri berorientasi pada pengolahan (*supply oriented industry*)
- d) Industri berorientasi pada bahan baku
- e) Industri yang tidak terikat oleh persyaratan yang lain (*footloose industry*)

6) Klasifikasi industri berdasarkan proses produksi.

Berdasarkan proses produksi, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) Industri hulu
- b) Industri hilir

7) Klasifikasi industri berdasarkan barang yang dihasilkan

Berdasarkan barang yang dihasilkan, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) Industri berat
- b) Industri ringan

8) Klasifikasi industri berdasarkan modal yang digunakan.

Berdasarkan modal yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) Industri dengan penanaman modal dalam negeri (PMDN)
- b) Industri dengan penanaman modal asing (PMA)
- c) Industri dengan modal patungan (join venture)

9) Klasifikasi industri berdasarkan subjek pengelola.

Berdasarkan subjek pengelolanya, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) Industri rakyat
- b) Industri negara

10) Klasifikasi industri berdasarkan cara pengorganisasian

Cara pengorganisasian suatu industri dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti: modal, tenaga kerja, produk yang dihasilkan, dan pemasarannya. Berdasarkan cara pengorganisasiannya, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) industri kecil
- b) industri menengah
- c) industri besar

11) Klasifikasi industri berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian

Selain pengklasifikasian industri tersebut di atas, ada juga pengklasifikasian industri berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 19/M/1/1986 yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Adapun pengklasifikasiannya adalah sebagai berikut:

- a) Industri Kimia Dasar (IKD)
- b) Industri Mesin Logam Dasar dan Elektronika (IMELDE)
- c) Aneka Industri (AI)
- d) Industri Kecil (IK)
- e) Industri Pariwisata

Teori-teori yang digunakan sebagai penentu lokasi industri dalam konteks ini menekankan pada hubungan antara lokasi industri dengan kinerja, keuntungan dan pemasaran industri. Teori lokasi industri (*theory of industrial location*) dari Alfred Weber. Teori ini dimaksudkan untuk menentukan suatu lokasi industri dengan mempertimbangkan risiko biaya atau ongkos yang paling minimum, dengan asumsi sebagai berikut.

- (1) Wilayah yang akan dijadikan lokasi industri memiliki: topografi, iklim dan penduduknya relatif homogen.
- (2) Sumber daya atau bahan mentah yang dibutuhkan cukup memadai.
- (3) Upah tenaga kerja didasarkan pada ketentuan tertentu, seperti Upah Minimum Regional (UMR).
- (4) Hanya ada satu jenis alat transportasi.

- (5) Biaya angkut ditentukan berdasarkan beban dan jarak angkut.
- (6) Terdapat persaingan antar kegiatan industri.
- (7) Manusia yang ada di daerah tersebut masih berpikir rasional.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dan pembanding dalam penelitian ini guna memperkuat landasan teoritis serta menunjukkan posisi penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas industri kerajinan, khususnya kerajinan anyaman, yang berkaitan dengan kreativitas perajin, ciri-ciri inovasi dalam proses produksi, serta pemberdayaan masyarakat melalui industri rumah tangga. Penelitian-penelitian tersebut menjadi rujukan penting dalam membantu peneliti menyusun kerangka pemikiran, fokus penelitian, dan analisis hasil penelitian, yang selanjutnya dibandingkan secara sistematis sebagaimana disajikan dalam tabel 1 penelitian relevan.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

Aspek	Penelitian 1 Putri Mita Noerfauziyah (2022)	Penelitian 2 Nabilla Azzahra Khairunnisa (2023)	Penelitian 3 Asri Darmawati (2023)	Penelitian yang akan dilakukan Ammar Muzakki (2025)
Judul	Inovasi Pengrajin Anyaman Bambu Kaitannya dengan Peningkatan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Jayamukti Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya	Eksistensi <i>Home Industry</i> kerajinan mendong di kelurahan Purbaratu Kecamatan Purbaratu Kota Tasikmalaya	Adaptasi Potensi Lingkungan Usaha kerajinan Anyaman Bambu Sebagai Industri Kreatif dalam pengembangan Masyarakat di Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Kreativitas Dan Inovasi Dalam Industri Kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya
Rumusan Masalah	1. Inovasi apa sajakah yang dilakukan pengrajin anyaman bambu	1. Bagaimanakah karakteristik kerajinan mendong di Kelurahan	1. Bagaimana potensi kerajinan anyaman bambu di desa Tanjungsukur kecamatan	1. Bagaimanakah bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui

Aspek	Penelitian 1 Putri Mita Noerfauziyah (2022)	Penelitian 2 Nabilla Azzahra Khairunnisa (2023)	Penelitian 3 Asri Darmawati (2023)	Penelitian yang akan dilakukan Ammar Muzakki (2025)
	di Desa jayamukti Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimanakah inovasi anyaman bambu dapat meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat Desa Jayamukti kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya?	Purbaratu Kecamatan Purbaratu kota Tasikmalaya 2. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi eksistensi <i>home industry</i> kerajinan mendong di Kelurahan Purbaratu Kecamatan Purbaratu Tasikmalaya	rajadesa kabupaten ciamis? 2. Bagaimanakah hasil kreativitas anyaman bambu di desa Tanjungsukur Kecamatan Rajadesa kabupaten Ciamis ? 3. Bagaimanakah proses adaptasi pengrajin tradisional menjadi pengadaptasian industri kreatif di desa Tanjungsukur Kecamatan Rajadesa kabupaten Ciamis	kegiatan industri kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimanakah jenis-jenis kreativitas dan inovasi yang dilakukan dalam kegiatan industri kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya?
Hasil Pembahasan	Penelitian tentang kerajinan anyaman bambu di Desa Jayamukti menunjukkan bahwa meskipun kerajinan tradisional mengalami tantangan dari perubahan zaman, para pengrajin tetap mampu bertahan karena ketersediaan bahan baku bambu yang melimpah serta keterampilan yang diwariskan turun-temurun.	Penelitian mengenai industri kerajinan mendong di Kelurahan Purbaratu menunjukkan bahwa meskipun minat masyarakat menurun akibat persaingan dengan produk plastik, pelaku <i>home industry</i> tetap mampu bertahan berkat ketersediaan bahan baku, permintaan konsumen, dan keterampilan pengrajin.	Penelitian mengenai kerajinan anyaman bambu di Desa Tanjungsukur menunjukkan bahwa melimpahnya pohon bambu di lahan warga menjadi faktor utama berkembangnya usaha anyaman di desa tersebut. Kerajinan ini telah lama menjadi mata pencaharian masyarakat, dengan produk awal yang hanya berfokus pada ayakan sebagai ciri khas warisan	Penelitian mengenai pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kreativitas dan inovasi dalam industri kerajinan di Desa Manggungjaya, Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya menunjukkan bahwa industri kerajinan tidak hanya berperan sebagai sumber mata pencaharian masyarakat, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan yang mampu meningkatkan keterampilan, kesempatan kerja, dan kemandirian ekonomi masyarakat. Bentuk pemberdayaan yang

Aspek	Penelitian 1 Putri Mita Noerfauziyah (2022)	Penelitian 2 Nabilla Azzahra Khairunnisa (2023)	Penelitian 3 Asri Darmawati (2023)	Penelitian yang akan dilakukan Ammar Muzakki (2025)
	Kerajinan yang awalnya berfokus pada produk klasik seperti hihid, boboko, dan nyiru, berkembang menjadi produk modern sejak tahun 1990-an, seperti rantang, toples, dan berbagai wadah fungsional lainnya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengrajin terus melakukan inovasi pada motif, bentuk, dan jenis produk sehingga menghasilkan kerajinan yang lebih kreatif dan bernilai. Inovasi tersebut juga berkontribusi pada peningkatan kondisi sosial ekonomi pengrajin, baik pemilik usaha maupun pekerja	Industri ini memiliki ciri khas berupa penggunaan bahan baku mendong dari Tasikmalaya dan Jawa Tengah, proses produksi tradisional dengan alat tenun bukan mesin, serta dukungan mesin jahit pada tahap akhir. Keberlangsungan usaha dipengaruhi oleh inovasi seperti pewarnaan, pengembangan motif, dan pembuatan produk baru serta permintaan pasar yang masih stabil dari berbagai daerah. Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi dan kebutuhan pasar menjadi faktor utama dalam menjaga eksistensi kerajinan mendong di tengah perkembangan zaman.	turun-temurun. Pemasarannya pun menjangkau berbagai daerah seperti Bogor, Tasikmalaya, Kuningan, Cirebon, dan Majalengka. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa para pengrajin memiliki bahan baku yang mudah diperoleh, proses kerja yang sederhana, dan keterampilan dasar yang sudah diwariskan. Meskipun awalnya hanya menghasilkan ayakan, kreativitas pengrajin meningkat seiring bertambahnya permintaan, sehingga kini produk yang dihasilkan lebih beragam seperti keranjang serbaguna dan wadah dekoratif. Perkembangan ini berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat, ditandai dengan penghasilan yang lebih stabil dan terpenuhinya kebutuhan sehari-hari.	diterapkan meliputi pelatihan keterampilan, penerapan sistem <i>home industry</i>, serta pendampingan dan bimbingan teknis yang dilakukan secara berkelanjutan kepada para pengrajin. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kreativitas berkembang pada aspek produk melalui pengembangan bahan baku, motif, dan bentuk kerajinan, pada aspek proses melalui pengembangan teknik kerja dan penggunaan alat bantu produksi, serta pada aspek pemasaran melalui pemanfaatan media promosi dan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan pasar. Selain itu, inovasi diwujudkan melalui pengembangan produk yang dilakukan secara terencana berdasarkan kebutuhan pasar dan permintaan <i>buyer</i>, sehingga menghasilkan produk yang memiliki keunikan dan daya saing. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sinergi antara pemberdayaan

Aspek	Penelitian 1 Putri Mita Noerfauziyah (2022)	Penelitian 2 Nabilla Azzahra Khairunnisa (2023)	Penelitian 3 Asri Darmawati (2023)	Penelitian yang akan dilakukan Ammar Muzakki (2025)
				masyarakat, kreativitas, dan inovasi mampu mendukung keberlanjutan industri kerajinan sekaligus meningkatkan daya saing produk kerajinan di Desa Manggungjaya.
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif	Kuantitatif	Kualitatif	Kualitatif

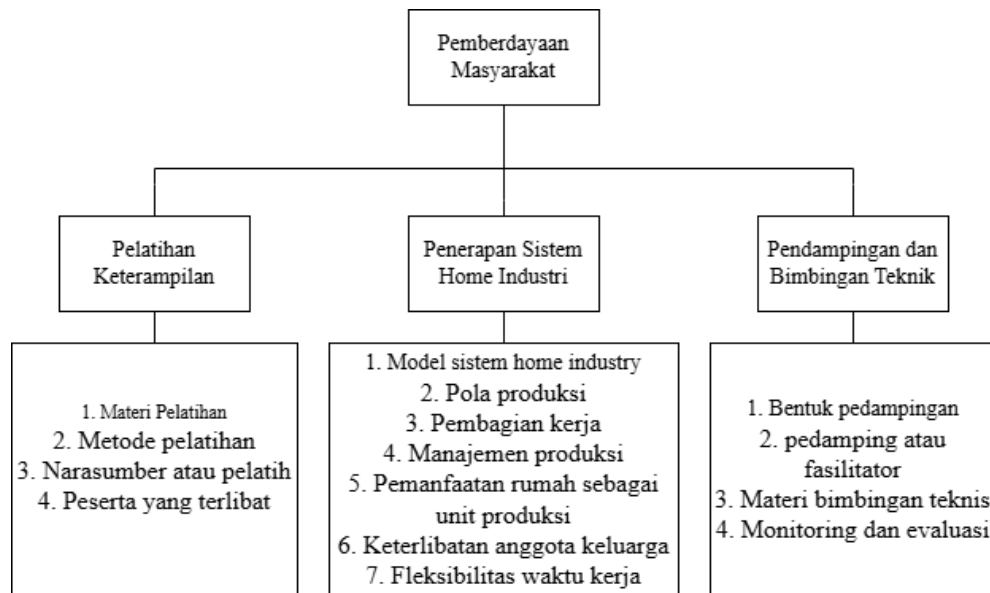
Sumber: Data hasil Studi Pustaka (2025)

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hasil pemikiran rasional yang berperan dalam menguraikan rumusan hipotesis atau jawaban sementara dari masalah yang diteliti. Kerangka konseptual dengan judul Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Kreativitas dan Inovasi Dalam Industri Kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya, adalah sebagai berikut:

2.3.1 Kerangka Konseptual I

Bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui kegiatan industri kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya, yang digambarkan pada gambar 2.1.



Sumber: Peneliti (2025)

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual I

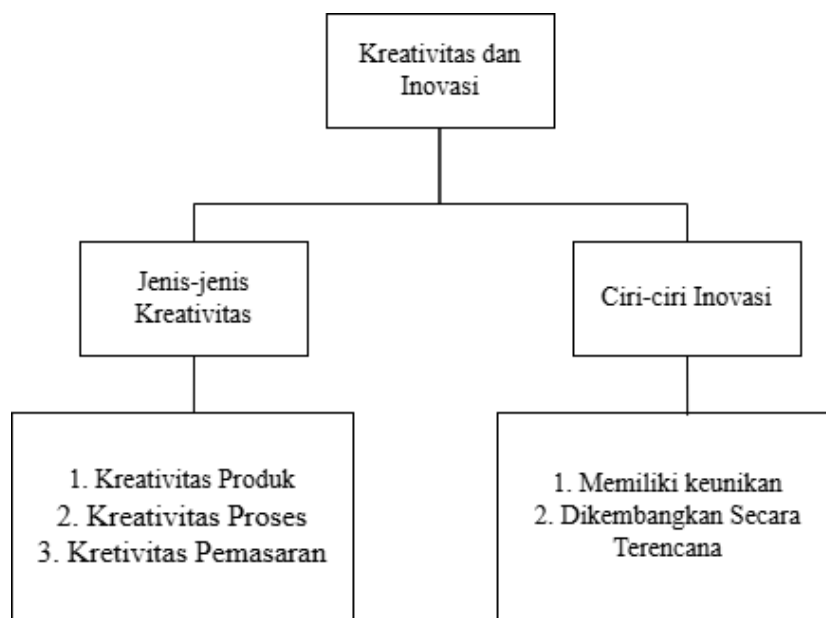
Kerangka konseptual di atas menggambarkan proses berpikir rasional yang digunakan peneliti dalam menjabarkan rumusan masalah penelitian mengenai pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan industri kerajinan anyaman di Desa Manggungjaya, Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya. Dari bagan tersebut dapat dijelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan penting, yaitu pelatihan keterampilan, penerapan sistem *home industry*, serta pendampingan dan bimbingan teknik. Melalui pelatihan keterampilan, masyarakat dibekali kemampuan dasar dan teknik pembuatan produk anyaman agar dapat bekerja secara mandiri. Penerapan sistem *home industry* memungkinkan para pengrajin untuk bekerja di rumah masing-masing, sehingga dapat menyeimbangkan kegiatan ekonomi dengan aktivitas rumah tangga. Sedangkan pendampingan dan bimbingan teknik berfungsi untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Ketiga aspek tersebut menjadi fokus utama dalam proses pemberdayaan masyarakat, di mana peneliti akan menggali data secara mendalam di lapangan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaannya,

tantangannya, serta dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

2.3.2 Kerangka Konseptual II

Jenis-jenis kreativitas dan inovasi yang dilakukan dalam kegiatan industri kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya, yang digambarkan pada gambar 2.2.



Sumber: Peneliti (2025)

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual II

Kerangka konseptual di atas menggambarkan alur pemikiran peneliti dalam mengkaji rumusan masalah mengenai jenis-jenis kreativitas dan inovasi yang dilakukan dalam kegiatan industri kerajinan di Desa Manggungjaya, Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya. Dalam kerangka ini, kreativitas dan inovasi dipahami melalui dua komponen utama, yaitu jenis-jenis kreativitas yang meliputi kreativitas produk, kreativitas proses, dan kreativitas pemasaran, serta ciri-ciri inovasi yang ditunjukkan melalui keunikan produk dan pengembangan yang dilakukan secara terencana. Kerangka konseptual ini digunakan sebagai acuan dalam pengumpulan dan analisis data untuk mengetahui bagaimana bentuk kreativitas dan inovasi tersebut diterapkan oleh pengrajin dalam kegiatan industri kerajinan..

2.4 Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan terdapat pertanyaan yang akan diberikan kepada responden, pertanyaan ini merupakan pengganti dari hipotesis penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teoritis, penulis menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

A. Bagaimanakah bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui kegiatan industri kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya?

- 1) Bagaimanakah proses pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan keterampilan dalam industri kerajinan di Desa Manggungjaya?
- 2) Bagaimanakah penerapan sistem *home industry* dalam kegiatan industri kerajinan masyarakat Desa Manggungjaya?
- 3) Bagaimanakah bentuk pendampingan dan bimbingan teknis yang diberikan kepada pelaku industri kerajinan?
- 4) Bagaimanakah tingkat partisipasi masyarakat dalam seluruh rangkaian kegiatan pemberdayaan industri kerajinan?
- 5) Bagaimanakah dampak kegiatan pemberdayaan tersebut terhadap peningkatan kreativitas dan inovasi masyarakat?

B. Bagaimanakah jenis-jenis kreativitas dan inovasi yang dilakukan dalam kegiatan industri kerajinan di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya?

- 1) Apa saja bentuk kreativitas produk yang dihasilkan oleh pengrajin dalam kegiatan industri kerajinan?
- 2) Bagaimanakah kreativitas proses produksi yang dilakukan pengrajin dalam pembuatan produk kerajinan?
- 3) Bagaimanakah bentuk kreativitas pemasaran yang diterapkan dalam memasarkan produk kerajinan?
- 4) Bagaimanakah ciri-ciri inovasi yang dilakukan pengrajin, ditinjau dari keunikan, kebaruan, dan pengembangan secara terencana?
- 5) Bagaimanakah keterkaitan antara kreativitas dan inovasi dengan pengembangan produk kerajinan di Desa Manggungjaya?