

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam skripsi berbasis karya ini, penelitian terdahulu diperlukan untuk memenuhi dua peran, yaitu sebagai acuan penulis untuk menyusun skripsi berbasis karya ini serta sebagai pembanding yang menunjukkan orisinalitas dan signifikansi skripsi berbasis karya ini. Oleh karena itu, penulis memilih lima jurnal dengan variabel sejenis dengan skripsi berbasis karya ini sebagai penelitian terdahulu yang dipaparkan dalam Tabel 2.1 sebagai berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
Judul Penelitian	Penyuluhan tentang Pemanfaatan Bambu untuk Mendukung Ekonomi Rumah Tangga di Desa Madang, Purwakarta, Jawa Barat	Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Kewirausahaan Sabun Piring Cair	<i>Workshop</i> Mitigasi Bencana dalam Upaya Meningkatkan Pengetahuan, Tingkat Persepsi Risiko dan Kesiapan Individu dan Sekolah Terhadap Bencana
Nama Peneliti	Chontina Siahaan, Erni Murniarti, Wiwik Sri Widiarty, Mompang Panggabean, Anny Murniaty, Sorta Febrianti, Ariyani Nathasya	Menik Aryani, Ratna Azizah Mashami, Ahmadi, Dewi Rayani, Jessica Festy Maharani	Muhamad Taufik Hidayat, Afrin Puspasari, Fitria Bekti Nurhandayani, Siti Chayatun Ni'mah, Mulyadi, Andina Widhayanti

Masalah	Sebanyak 63% warga desa tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan mengenai pengolahan bambu secara profesional.	Pemberdayaan ibu rumah tangga dengan berwirausaha untuk mengurangi angka kemiskinan.	Tidak adanya pendidikan mitigasi bencana secara intensif dalam kurikulum SDN 2 Tegalmulyo yang berlokasi dalam kawasan rawan bencana di dekat lereng kaki Gunung Merapi.
Tujuan Penelitian	Memberdayakan ibu rumah tangga di Desa Madang untuk mengolah bambu secara profesional untuk meningkatkan kondisi ekonomi keluarga.	Meningkatkan minat ibu rumah tangga dalam berwirausaha dengan memberikan pengetahuan serta mengajarkan keterampilan dalam memproduksi sabun piring cair.	Memberikan pengetahuan dan mengajarkan keterampilan pengajaran mitigasi bencana pada tingkat sekolah dasar.
Konsep dan Teori	Resiliensi ekonomi.	Kewirausahaan.	Pendidikan mitigasi bencana dan resiliensi bencana.
Metode Penelitian	Penerapan prinsip perencanaan,	Metode PRA (<i>Participatori</i>	Metode pelatihan <i>workshop</i> dengan

	pelaksanaan, dan evaluasi dalam tahapan survei, penyuluhan, pemetaan program, pembekalan, dan evaluasi.	<i>Rural Appraisal</i>) dengan tahapan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan.	tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.
Hasil Penelitian	Di antara 95,5% warga desa yang mengikuti pembekalan pengolahan bambu, sebanyak 95,1% warga desa berniat untuk mengolah bambu secara profesional untuk meningkatkan kondisi ekonomi jika diberi modal.	Setelah pemberdayaan dilaksanakan, ibu rumah tangga yang termotivasi untuk berwirausaha berhasil meningkatkan pendapatannya dalam 10 hari.	Secara keseluruhan, program pengabdian ini efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengajarkan mitigasi bencana berdasarkan respon peserta yang positif selama program pengabdian berlangsung.
	Penelitian 4	Penelitian 5	
Judul Penelitian	Penyuluhan Manajemen Pemanfaatan Sumber Daya Alam untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga Kampung Ciboleger Lebak-Banten	Perencanaan dan Penyelenggaraan <i>Event</i> Seminar Kepemimpinan Perempuan Se-Provinsi Riau (Tinjauan Aspek Kesekretariatan)	
Nama Peneliti	Ali Maddinsyah, Endang Kustini, Syakhrial	Siti Rahayu, Nia Novita Sari	

Masalah	Pemanfaatan sumber daya alam untuk meningkatkan kondisi ekonomi keluarga di kampung Ciboleger Lebak-Banten.	Pengelolaan kesekretariatan dalam penyelenggaraan <i>event</i> Seminar Kepemimpinan Perempuan Se-Provinsi Riau.
Tujuan Penelitian	Meneliti tingkat keberhasilan pemanfaatan sumber daya alam untuk meningkatkan kondisi ekonomi keluarga.	Mengelola kesekretariatan dalam penyelenggaraan <i>event</i> Seminar Kepemimpinan Perempuan Se-Provinsi Riau.
Konsep dan Teori	Pengabdian dan sumber daya alam (SDA).	<i>Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition</i> (MICE), event, seminar, sekretaris, dan kesekretariatan.
Metode Penelitian	Metode penyuluhan dengan penerapan seminar persuasif dan diskusi.	Metode seminar dengan penerapan rencana persiapan, pelaksanaan, penyelesaian, dan pelaporan proyek.
Hasil Penelitian	Penyuluhan dan pengabdian masyarakat mendapatkan respon yang positif dari warga kampung Ciboleger Lebak-Banten.	Kesekretariatan dalam penyelenggaraan <i>event</i> Seminar Kepemimpinan Perempuan Se-Provinsi Riau berperan penting dalam urusan surat-menyurat dengan total sebanyak 41 surat keluar dan satu surat masuk.

Kelima penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan skripsi berbasis karya ini dalam bentuk pemberdayaan warga lokal dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Untuk memperjelas mengenai persamaan serta perbedaan

antara penelitian terdahulu dan skripsi berbasis karya ini maka diberikan penjelasan sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Siahaan et al. (2021) dan Hidayat et al. (2023) menerapkan metode penelitian yang memanfaatkan tiga tahapan pelaksanaan, yang mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Metode penelitian tersebut sejenis dengan metode skripsi berbasis karya ini yang mencakup tahap *planning* (perencanaan) dan *evaluation* (evaluasi). Akan tetapi, dalam skripsi berbasis karya ini diterapkan metode yang lebih terspesifikasi dengan lima tahapan pelaksanaan, yang mencakup *research*, *design*, *planning*, *coordinating*, dan *evaluation*.

Penelitian yang dilakukan oleh Siahaan et al. (2021) menggunakan komoditas bambu sebagai variabel yang dimanfaatkan untuk pengelolaan secara profesional oleh ibu rumah tangga di Desa Madang. Variabel yang dimanfaatkan dalam penelitian Siahaan et al. (2021) sejenis dengan variabel yang digunakan dalam skripsi berbasis karya ini, yaitu bambu. Akan tetapi, pengolahan bambu dalam skripsi berbasis karya ini bertujuan sebagai penguatan resiliensi terhadap bencana alam melalui media promosi kreatif, sedangkan pengolahan bambu dalam penelitian Siahaan et al. (2021) lebih berfokus pada penguatan resiliensi ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Sari (2022) memiliki variabel yang sama dengan skripsi berbasis karya ini, yaitu mengenai *event*. Akan tetapi, aspek *event* yang dikaji dalam penelitian Rahayu dan Sari (2022) berfokus pada pengelolaan kesekretariatan, sementara aspek *event* yang dikaji dalam skripsi berbasis karya ini berfokus pada perancangan *event* dengan memanfaatkan komoditas bambu dalam rangka penguatan resiliensi bencana melalui media promosi ekonomi kreatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al. (2023) memiliki konsep dan teori yang sama dengan skripsi berbasis karya ini, yaitu resiliensi terhadap bencana alam. Akan tetapi, permasalahan serta tujuan dalam penelitian Hidayat et al. (2023) berfokus pada pengajaran mengenai edukasi mitigasi bencana alam, sementara skripsi berbasis karya ini berfokus pada perancangan *event* sebagai bentuk upaya penguatan resiliensi bencana alam melalui media promosi ekonomi kreatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Aryani et al. (2020) dan Maddinsyah et al. (2018) mengkaji tentang pemberdayaan warga lokal dengan memanfaatkan sumber daya alam, sama dengan kajian dasar skripsi berbasis karya ini. Akan tetapi, komoditas yang diproduksi dalam penelitian Aryani et al. (2020) berupa sabun piring cair, sedangkan skripsi berbasis karya ini memproduksi prakarya dengan memanfaatkan komoditas bambu. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Maddinsyah et al. (2018) tidak terspesifikasi pada suatu komoditas tertentu dan berfokus pada tingkat keberhasilan penyuluhan yang dilakukan secara umum, sedangkan skripsi berbasis karya ini terspesifikasi dengan memanfaatkan suatu komoditas tertentu, yaitu bambu.

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

Skripsi berbasis karya laporan skripsi sebagai tugas akhir berbasis karya ini juga penulis lengkapi dengan penjabaran mengenai teori atau konsep yang penulis gunakan, yaitu sebagai berikut.

2.2.1 Event

Event merupakan kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk memperingati hal-hal penting dalam hidup manusia, konteks penting tersebut baik penting bagi diri sendiri, kelompok, komunitas, budaya, agama, dan juga tradisi yang dilakukan dengan tujuan yang sebelumnya sudah direncanakan dan disusun dengan melibatkan masyarakat serta lingkungannya dan diselenggarakan pada waktu-waktu tertentu (Hartono et al., 2016). *Event* dalam arti sempit diartikan sebagai sebuah pertunjukan, festival, ataupun pameran yang diselenggarakan secara terencana dan sistematis dengan beberapa syarat diantaranya seperti adanya penyelenggara, penanggung jawab, peserta, dan juga pengunjung. Namun secara luas, *event* dijelaskan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, sekelompok orang atau organisasi dalam waktu atau periode tertentu dengan tujuan menarik perhatian publik agar mau datang ke tempat yang dijadikan sebagai *venue event* sehingga orang-orang yang datang tersebut dapat memperoleh informasi serta pengalaman lainnya ketika datang

ke *event* itu (Syarif, 2016). Menurut Harris & Allen (2010), ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian lebih ketika akan mengadakan sebuah *event* diantaranya adalah perencanaan *event* dan jenis *event* yang akan diadakan.

1. Perencanaan Festival dan *Event*

Ketika akan menyelenggarakan suatu *event*, ada dua tingkat perencanaan yang perlu dilakukan yaitu perencanaan strategis dan perencanaan operasional.

- Perencanaan Strategis: pada perencanaan ini, yang perlu dibahas adalah gambaran besar *event*, sasaran jangka panjang dan sasaran jangka pendek *event*, strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
- Perencanaan Operasional: dalam perencanaan operasional, yang perlu dibahas adalah langkah-langkah yang diperlukan untuk menerapkan strategi yang telah disusun dalam perencanaan strategis. Dalam perencanaan operasional, dibutuhkan berbagai alternatif rencana untuk memenuhi target pelaksanaan perencanaan strategis, hal ini dikarenakan perencanaan bukan merupakan proses tetap sehingga selama *event* berjalan, perencanaan operasional masih terus dirancang mengikuti keadaan yang terjadi selama *event* seperti berubahnya lingkungan atau ditemukannya faktor baru.

2. Jenis *Event* Berdasarkan *Special Event*

Selain merencanakan *event*, penyelenggara juga perlu menentukan terlebih dahulu jenis *event* yang akan diadakan. Berikut merupakan jenis *event* berdasarkan kategori *special event*.

- *Leisure event*: *event* ini merupakan *event* yang berkembang dalam kegiatan olahraga seperti kegiatan-kegiatan yang di dalamnya terdapat unsur pertandingan sehingga dapat mendatangkan pengunjung dalam jumlah yang banyak. Salah satu contoh *Leisure event* adalah ASEAN Games dan *event* olahraga lainnya.
- *Personal event*: *event* ini merupakan dilakukan atau diadakan dengan tujuan pribadi dan biasanya hanya mendatangkan pengunjung dari kalangan keluarga, teman, atau kenalan lainnya.

Dalam kehidupan sosial masyarakat, banyak *personal event* yang diadakan diantaranya seperti pesta pernikahan, ulang tahun, halal bihalal, arisan, dan lain sejenisnya.

- *Cultural event*: seperti namanya, *cultural event* merupakan *event* bertemakan kebudayaan yang biasanya dilakukan untuk memperingati hari-hari besar tertentu di suatu negara atau di suatu daerah. Ada berbagai jenis *cultural event* yang dapat diadakan dengan mengacu pada suatu adat tertentu dan melibatkan banyak orang. Contoh dari *cultural event* adalah seperti grebeg suro, ngaben, ziarah makan, dan lain-lain.
- *Organizational Event*: pada *event* jenis ini, kegiatan *event* biasanya diselenggarakan oleh organisasi, perusahaan, atau komunitas tertentu dengan tujuan meningkatkan penjualan, menjangkau pasar lebih luas, mencapai target, melakukan pameran atau konferensi, dan lain sebagainya dengan tujuan yang objektif tergantung dari kepentingan organisasi itu sendiri dalam menyelenggarakan *event*.

2.2.2 Event Management

Event management merupakan suatu pengorganisasian dari pengadaan kegiatan yang dilakukan secara profesional, dikelola secara sistematis agar efisien dan juga efektif. Dalam *event management* ada berbagai kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk perencanaan atau menyusun konsep, melaksanakan strategi yang telah disusun dalam perencanaan, serta mengawasi selama *event* berlangsung. Pada *event management*, setiap orang yang terlibat perlu bekerjasama satu sama lain dan bekerja keras guna mencapai tujuan atau visi yang telah ditentukan bersama, sehingga dapat menciptakan kegiatan yang sesuai dengan harapan setiap anggota dan penyelenggara *event*.

Menurut Goldblatt (2013) *event management* didefinisikan sebagai kegiatan profesional dalam melakukan pengumpulan, mengupayakan pertemuan orang-orang dalam kelompok dengan tujuan merayakan, atau tujuan dalam konteks pendidikan, pemasaran, reuni, penelitian terhadap *event*,

membuat *desain event*, serta melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kegiatan yang sudah direncanakan tersebut.

Event management merupakan bagian dari ilmu manajemen yang fokus membahas sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dan bertugas untuk mengatur, merencanakan, mengumpulkan informasi, dan mengawasi suatu kejadian. *Management event* bukanlah ilmu praktis yang dapat dilakukan tanpa adanya dasar-dasar pengetahuan, melainkan perlu dipelajari dikarenakan kegiatan dalam *management event* berisi unsur-unsur komunikasi seperti strategi visual, pesan, komunikasi interpersonal, seleksi, penempatan dan penentuan media, publisitas, promosi, dan lain sebagainya (Syarifa, 2016).

Menurut teori *event management* yang dijelaskan oleh Goldblatt (2013) sendiri, keberhasilan dari suatu *event* dapat ditentukan dari beberapa tahapan, diantaranya seperti pengorganisasian kegiatan dari awal hingga akhir mulai dari membuat kerangka konsep hingga melaksanakan kegiatan sesuai dengan konsep. Hal-hal tersebut dilakukan guna *event* yang diselenggarakan berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan, serta untuk mengurangi resiko-resiko yang tidak diinginkan dan akan terjadi ketika *event* dilaksanakan. Selain itu, konsep dalam sebuah *event* juga memiliki peranan yang penting yaitu untuk mengetahui apa saja kebutuhan yang perlu dipersiapkan sebelum *event* dilaksanakan sekaligus sebagai tolak ukur dari keberhasilan *event* yang diselenggarakan. Terdapat lima tahapan yang perlu dilakukan untuk menghasilkan *event* khususnya kategori *special event* yang efisien dan efektif, diantaranya adalah *research, design, planning, coordination, evaluation*.

a. Research

Research merupakan tahapan penelitian atau penelusuran untuk mencari tahu sebanyak-banyaknya akan informasi yang dibutuhkan selaras dengan kegiatan *event* yang akan dilaksanakan. Pada tahapan *research* ini perlu adanya keseriusan dan ketelitian agar skripsi berbasis karya berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan *research*

dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam perencanaan *event* dan sangat berguna untuk menyusun rencana pengurangan risiko kegagalan ketika melaksanakan sebuah *event*. Pada umumnya, dalam tahapan *research*, hanya dilakukan analisis data sekunder dari laporan penyelenggaraan *event* sebelumnya. *Research* juga bertujuan untuk meningkatkan keberhasilan ekspektasi khalayak, memenuhi keinginan khalayak, dan menentukan kebutuhan. Sehingga khalayak tertarik untuk mengikuti *event* yang diselenggarakan sampai selesai sekaligus mengurangi risiko ketidakhadiran undangan *event*. *Research* merupakan titik awal sebelum dilaksanakannya *event* sehingga memiliki peranan yang penting dalam penentuan perencanaan *event* selanjutnya.

b. Design

Design (Desain) merupakan konsep inovatif yang berperan dalam perencanaan aktivitas suatu acara, sesuai dengan tujuan pelaksanaannya. Pendekatan desain dapat melibatkan kegiatan *brainstorming* dan *mind mapping* yang dilakukan secara interaktif oleh semua anggota tim. Proses ini bertujuan untuk menghimpun beragam ide dari setiap anggota mengenai acara yang akan diadakan. Ide-ide tersebut kemudian dihimpun, dihubungkan, dan dibangun menjadi filosofi acara yang sesuai dengan batasan anggaran, nilai-nilai sosial, budaya, dan aspek-aspek lain yang perlu diperhatikan dalam penyelenggaraan acara. Dalam konteks yang lebih spesifik, interaktivitas dalam merancang acara dapat dirancang khusus untuk menarik perhatian target audiens, yakni ibu rumah tangga di RT 04 & 04. Membuat sesi *brainstorming* yang melibatkan mereka secara aktif dapat menciptakan keterlibatan yang lebih besar. Misalnya, penggunaan teknologi atau media sosial bisa diintegrasikan untuk memfasilitasi proses berbagi ide secara mudah. Selain itu, mempertimbangkan nilai-nilai lokal dan kebiasaan di lingkungan RT tersebut dapat membuat filosofi acara lebih relevan dan dekat dengan

hati para peserta. Dengan menggabungkan aspek-aspek interaktif, seperti pemakaian teknologi, kolaborasi langsung, dan pengakuan nilai-nilai lokal, diharapkan bahwa acara yang direncanakan akan menciptakan dampak yang mendalam dan menyenangkan bagi ibu rumah tangga di RT 04 & 04.

c. *Planning*

Selama melakukan proses *design, planning* juga dilakukan bersamaan seperti mengatur perencanaan waktu yang digunakan, mempertimbangkan lokasi *event*, menentukan tim-tim kerja dan kenaggotaan, menentukan pengisi acara, melakukan persiapan layanan pendukung, merencanakan proses produksi, pencarian sponsor, dan lain sebagainya.

d. *Coordination*

Setelah *planning* dan *design* dilakukan, penyelenggara *event* perlu melakukan implementasi dan melaksanakan rencana-rencana yang telah dibuat dengan cara koordinasi antar tim dan masing-masing anggota yang terlibat dalam *event*.

e. *Evaluation*

Tahapan terakhir dari *management event* adalah *evaluation* atau evaluasi, yaitu melihat kembali semua rangkaian proses dari awal hingga akhir saat *event selesai*. Evaluasi yang dilakukan dengan baik dapat memberikan hasil fakta dan juga data yang berharga guna keperluan *event* yang akan datang.

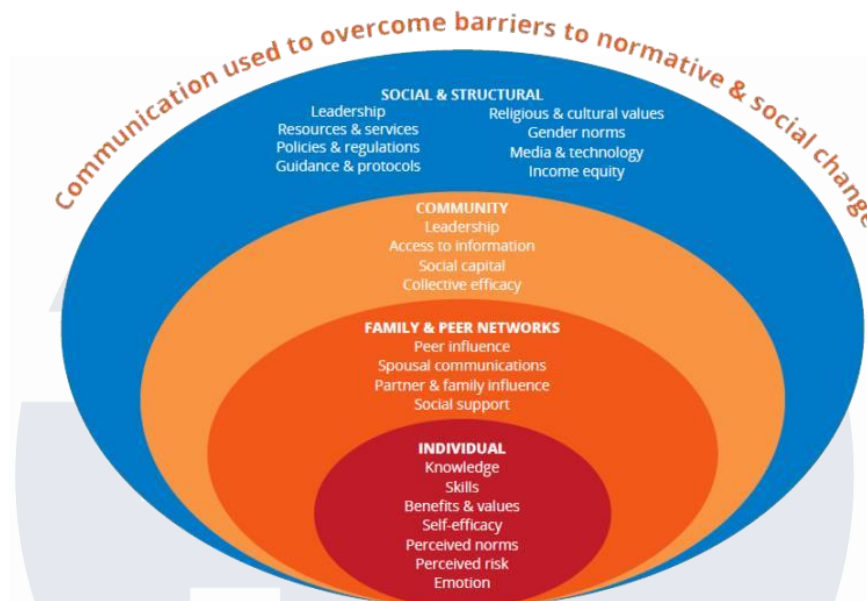
2.2.3 *Social Behaviour Change Communication*

SBCC atau *Social Behaviour Change Communication* sebelum dikenal dengan nama BCC atau *Behaviour Change Communication* (Komunikasi Perubahan Perilaku), namun saat ini lebih banyak dikenal dengan SBCC yaitu pendekatan strategis dalam komunikasi yang dilakukan untuk mendorong

perubahan baik perubahan pengetahuan, norma, sikap, keyakinan, ataupun perilaku. Istilah BCC dan SBCC sama-sama mengacu pada pengkoordinasian pesan dan juga aktivitas sebagai saluran untuk menjangkau berbagai lapisan dalam masyarakat termasuk dalam level individu, kelompok, komunitas, layanan, dan juga kebijakan.

Dasar SBCC adalah teori berbasis bukti yang program-programnya dirancang berdasarkan data yang ada dan prosesnya perlu diikuti secara sistematis sehingga masalah-masalah yang ada dapat dianalisis dan terlihat pula hambatan serta motivasi yang berpeluang muncul dalam proses SBCC tersebut. Setelahnya, perancang SBCC dapat membuat rangkaian intervensi yang komprehensif dan sesuai dengan analisis hambatan dan motivasi yang telah dilakukan untuk mendorong perilaku yang diinginkan. Namun pada karya dalam penelitian laporan ini, penulis hanya melakukan SBCC dengan tujuan memberikan pengetahuan atau meningkatkan *awareness* dalam masyarakat tidak sampai pada tahapan mengubah perilaku. Ada beberapa strategi dalam SBCC diantaranya adalah membuat rancangan intervensi, menetapkan audiens, menetapkan tujuan dilakukannya komunikasi, menentukan isi pesan dan materi, serta melakukan aktivitas yang konsisten melalui sarana atau media yang digunakan.

Social Behaviour Change Communication dibangun dengan pendekatan sosio-ekologis sehingga melahirkan perubahan sosial. Dalam model SBCC, perubahan sosial yang dimaksud dianggap dapat berubah dengan adanya faktor politik dan lingkungan (Sallis *et al.*, dalam Solihin, 2022). SBCC juga didefinisikan sebagai pendekatan yang pusatnya ada pada pendekatan perilaku untuk memfasilitasi berbagai level yang ada dalam kehidupan sosial masyarakat yaitu individu, rumah tangga, kelompok, dan juga komunitas dalam mengadopsi dan mempertahankan praktik yang berkaitan dengan peningkatan kesehatan dan nutrisi. Pendekatan teori SBCC mengacu pada ilmu sosial dan teori perubahan perilaku untuk mengatasi perilaku dan lingkungannya (Olih Solihin *et al.*, 2022)



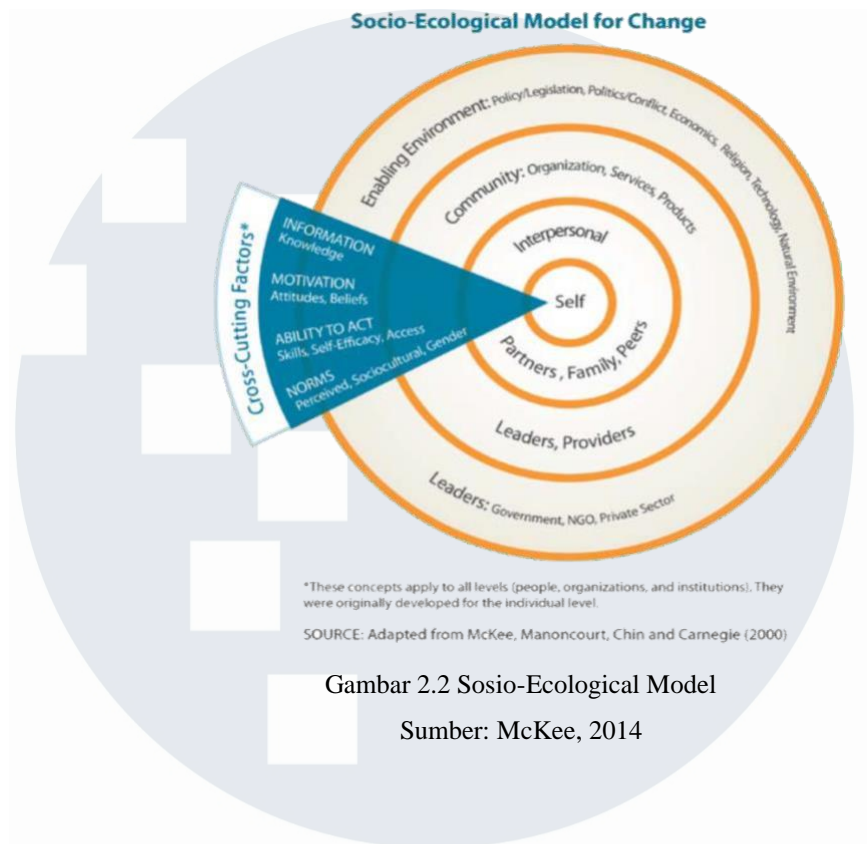
Gambar 2.1 Model Strategi Utama SBCC,

Sumber: McKee dalam Solihin, 2022.

Gambar diatas memperlihatkan adanya empat tingkat yang berpengaruh dan menjadi faktor dalam perubahan perilaku secara positif dan negatif. Dalam intervensi SBCC, pesan dan kegiatan yang dikembangkan dipengaruhi dan dirancang berdasarkan empat tingkatan di atas yaitu tingkatan sosio-ekologis dengan cara memaksimalkan fasilitator yaitu faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku secara positif dan meminimalisir hambatan.

Namun dalam suatu organisasi biasanya tidak dapat dan tidak mungkin bisa beroperasi pada keempat tingkatan diatas dikarenakan untuk melakukannya diperlukan keterampilan, pendekatan, dan strategi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, koordinasi dan kemitraan dengan lembaga dan organisasi yang beroperasi di berbagai tingkat diperlukan untuk pendekatan SBCC yang komprehensif.

Model sosial ekologi telah dimasukkan ke dalam “Model Perubahan” yang dikembangkan oleh C-Change, yang menguraikan tingkat di mana program SBCC dapat dikembangkan. Model ini aslinya diadaptasi dari McKee, Manon Court, Chin dan Carnegie – dapat digunakan dalam analisis, perencanaan dan implementasi.



Gambar 2.2 Sosio-Ecological Model

Sumber: McKee, 2014

2.2.4 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi baru yang didalamnya terdapat informasi dan kreativitas yang saling berkolaborasi dengan mengandalkan pengetahuan, ide, dan gagasan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi (Arjana, 2016). Ekonomi kreatif berisi pembicaraan mengenai spektrum yang sangat luas seperti aspek-aspek yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing berdasarkan kreativitas namun tetap dilihat dari sisi ekonomi setiap individu. Industri kreatif merupakan bagian dari ekonomi kreatif dan fokusnya ada pada industri masing-masing (Puspa dalam Malihah, 2019).

Ekonomi kreatif berisi kegiatan kreatif yang ada hubungan langsung dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapannya, untuk perbaikan produk dan kreativitas produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat

memenuhi kebutuhan pasar. Dalam Hartono (2013) ada enam indikator yang ada dalam keberlangsungan ekonomi kreatif, diantaranya adalah:

a. Produksi

Teori produksi berisi pemahaman mengenai perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan bahan baku untuk proses produksi hingga menjadi produk yang dapat dijual. Teori produksi merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan harta melalui cara-cara yang dapat dan boleh dilakukan.

b. Pasar dan Pemasaran

Pasar merupakan sebuah wadah atau tempat dimana penjual dan pembeli melakukan interaksi berupa transaksi jual beli baik barang maupun jasa. Namun dalam ilmu ekonomi, pasar erat kaitannya dengan kegiatan bukan tempatnya. Lalu pemasaran sendiri memiliki pengertian yaitu sebuah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang dan disusun mulai dari penentuan harga, promosi, distribusi, dan lain sebagainya (Herdiana, 2015).

c. Manajemen dan Keuangan

Manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan keputusan pengelolaan keuangan dan aset keuangan. Manajemen keuangan adalah kegiatan pengelolaan, perencanaan, pengendalian aset, pengorganisasian, dan pemantauan guna mencapai tujuan dan target perusahaan. Dalam konteks ini, manajemen keuangan membahas bagaimana seorang manajer keuangan menggunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari, mengelola, dan membagi dana (Fahmi, 2014).

d. Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi merupakan sebuah keadaan dimana pembangunan ekonomi saat ini atau di waktu yang akan datang berbeda dengan waktu yang sebelumnya, yaitu ketika terjadi krisis ekonomi. Kondisi ekonomi di waktu yang akan datang perlu dibangun kembali secara lebih adil dan juga merata, sehingga dapat merepresentasikan adanya peningkatan peran daerah dan pemberdayaan masyarakat yang memiliki daya saing berbasis

efisiensi serta dapat menjamin pemanfaatan sumber daya alam dalam lingkungan guna mendukung kondisi ekonomi yang lebih baik tersebut.

e. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi maupun administrasi. Hal ini disebabkan karena kreatif bukan hanya pembangunan industri saja, tetapi meliputi pengembangan ideologi, politik, sosial dan budaya.

f. Kemitraan Usaha

Kemitraan dapat didefinisikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan satu sama lain.

