

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pandemi COVID-19 telah mengakibatkan perubahan signifikan dalam pola kerja, komunikasi, dan operasional bisnis. Kebijakan kerja dari rumah (WFH) dan penerapan pembatasan sosial untuk mengendalikan penyebaran virus menyebabkan penurunan mobilitas masyarakat serta penurunan permintaan di berbagai sektor ekonomi. Meski dihadapkan pada situasi penuh ketidakpastian, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti sebagai komponen ekonomi yang tangguh, dengan kemampuan beradaptasi secara cepat dalam menghadapi tantangan tersebut. UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan adaptabilitas, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi secara dinamis¹.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang sangat penting terhadap perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menciptakan lebih dari 97% lapangan pekerjaan. Dengan fleksibilitas dan kemampuan adaptasi yang tinggi, UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. Namun, mereka juga dihadapkan pada tantangan signifikan terkait pengelolaan usaha dan manajemen industri kreatif².

¹ Sri Wahyunti, "Peran Strategis Umkm Dalam Menopang Perekonomian Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19," *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*. Vol.3, No. 2 (2020): 281.

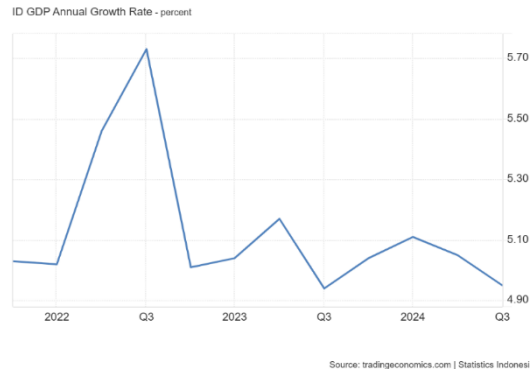
² Munajat dkk, *Ekonomi Kreatif Suatu Konsep Ekonomi Baru*, (Purbalingga : CV. Eureka Media Aksara, 2022), 17.

Industri kreatif kini mendapat perhatian khusus dari pemerintah sebagai salah satu pilar penting dalam menopang perekonomian Indonesia. Sektor ini diharapkan mampu menjadi alternatif perkembangan industri yang ada saat ini. Industri kreatif terus berkembang dan memiliki ciri khas tersendiri, dengan produk-produk yang berbeda dari barang serupa di pasar karena keunikan dan inovasi yang menonjol, yang memperkuat citra produk.

Pertumbuhan inovasi dan kreativitas yang dihasilkan oleh sektor ini menjadikannya pantas untuk memperoleh perhatian lebih dari pemerintah. Semakin berkembang industri kreatif di Indonesia, semakin terbukti bahwa perekonomian Indonesia mampu berinovasi dan bersaing secara global. Perkembangan ekonomi global juga turut mempengaruhi perekonomian nasional.

Pengelolaan industri kreatif diharapkan dapat berperan signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Mengingat kondisi ekonomi yang saat ini mengalami penurunan yang cukup tajam, manajemen yang efektif dalam sektor industri kreatif diharapkan mampu meningkatkan penjualan dalam usaha mereka.

Gambar 1.1
Data Kondisi Ekonomi³



Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia (data diolah peneliti), 2024

Manajemen dalam industri kreatif merupakan perpaduan antara bakat dan keterampilan yang dibalut dengan sentuhan modernitas dan berfokus pada kreativitas, menghasilkan produk-produk bernilai tambah yang dapat mendukung kesejahteraan ekonomi masyarakat⁴.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf/Baparekraf RI) telah menetapkan tujuh belas sub sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Kemenparekraf/Baparekraf RI yaitu: 1. Pengembang Permainan 2. Arsitektur 3. Desain Interior 4. Musik 5. Seni Rupa 6. Desain Produk 7. Fashion 8. Kuliner 9. Film, Animasi dan Video 10. Fotografi 11. Desain Komunikasi Visual 12. Televisi dan Radio 13. Kriya 14. Periklanan 15. Seni Pertunjukan 16. Penerbitan 17. Aplikasi. Berikut merupakan data kontribusi

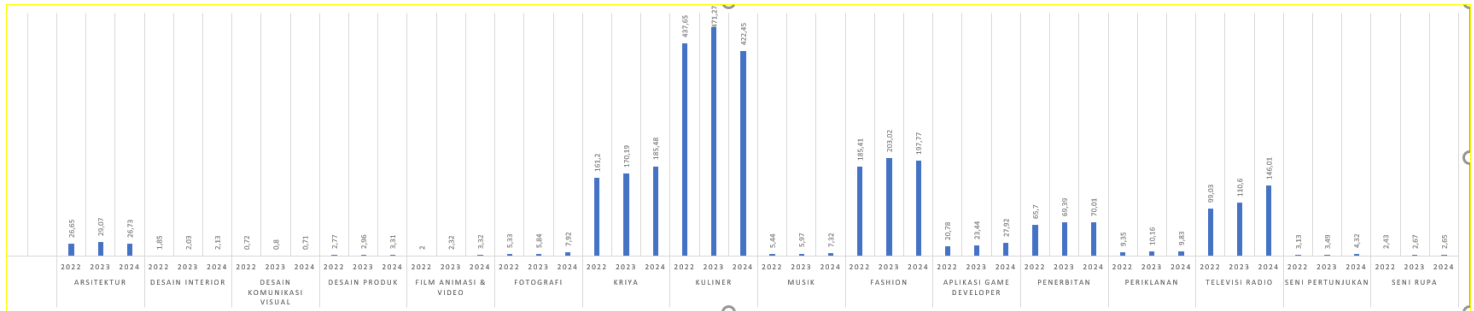
³ Badan Pusat Statistik (diolah), "Indonesia - Pertumbuhan PDB (y-on-Y)," 2024, <https://id.tradingeconomics.com/indonesia/gdp-growth-annual>, Diakses pada 3 Desember 2024).

⁴ Munajat Dkk, *Ekonomi Kreatif Suatu Konsep Ekonomi Baru*, (Purbalingga : CV. Eureka Media Aksara, 2022), 18.

dari tiap subsektor⁵.

Gambar 1.2

Data Kontribusi Subsektor untuk PDB⁶



Sumber : Kemenparekraf Republik Indonesia (data diolah oleh peneliti), 2024

Pada sektor tersebut, subsektor kuliner memberikan kontribusi yang signifikan, yaitu mencapai 42% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu, pemerintah berkomitmen untuk mendukung subsektor ini agar semakin maju dan berdaya saing.

Kota Kediri, terdapat banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah memanfaatkan sektor industri kreatif sebagai landasan utama dalam pengembangan bisnis mereka. UMKM ini meliputi berbagai bidang, mulai dari kerajinan tangan, kuliner, hingga *fashion*, yang semuanya menggali potensi kreativitas lokal sebagai keunggulan kompetitif. Salah satu inovasi menarik yang muncul dari industri kreatif di Kediri adalah penggunaan bahan dasar ayam yang dikembangkan menjadi beberapa produk yang kreatif yakni camilan ayam krispi, kulit ayam krispi, dan juga kentang goreng yang

⁵ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Dkk, *Manajemen Industri Kreatif*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 17.

⁶ Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah), *Infografis Data Statistik Indikator Makro Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (2021), (https://www.google.com/search?q=kemenparekraf&oq=&gs_lcrp=, Diakses pada 8 Oktober 2024).

ditambahi bumbu penyedap rasa dengan berbagai varian yang bisa dipilih oleh konsumen. Dalam praktik tersebut produk tersebut dapat memberikan nilai tambah ekonomis serta meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal maupun nasional. Berikut adalah data industri olahan ayam yang berada di kota Kediri

Tabel 1.1
Nama Industri Olahan Ayam yang Berada di Kota Kediri 2024

No.	Nama Usaha
1.	Ayam geprek Hara Chicken Bandar
2.	AFC Kediri
3.	D4 Fried Chicken
4.	Ayam Geprek Hara Chicken Mojoroto
5.	YoI'S Chick
6.	Chicken Home
7.	Hisana Fried Chicken Bandar Lor
8.	Hits Chicken Wachid Hasyim Kediri
9.	<i>Oishi Chicken Fillet</i>
10.	Pitik Poky

Sumber : Hasil Observasi Lapangan Industri Ayam Kota Kediri

Pada tabel 1.1 ditemukan bahwa terdapat industri olahan ayam yang berada di kota Kediri akan tetapi yang hanya ada dua industri saja yang fokus menjual pada olahan ayam *fillet*, berikut adalah data usaha ayam *fillet* yang berada di kota Kediri dan jumlah cabang yang dimiliki

Tabel 1.2
Nama UMKM Olahan Ayam *Fillet* yang Berada di Kota Kediri 2024

No.	Nama Usaha	Tahun Berdiri	Jumlah Outlet
1.	<i>Oishi Chicken Fillet</i>	2021	3 Cabang
2.	Pitik Poky	2021	2 Cabang

Sumber : Hasil Observasi Lapangan Taman Sekartaji, GOR Jayabaya Kota Kediri, dan Jl. Bandar Lor

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel 1.2 dapat diamati bahwa di Taman Sekartaji dan Gor Jayabaya terdapat Usaha Mikro Kecil Menengah atau

UMKM yang berfokus pada usaha olahan ayam, yaitu *Oishi Chicken Fillet* yang cabang utamanya berlokasi di Taman Sekartaji Kota Kediri dan dua cabang lainnya di Gor Jayabaya serta di Jl. Bandar Lor. Sementara itu ada pula Pitik Poky yang berlokasi di Taman Sekartaji (depan Rumah Sakit Nirmala) dan cabang satunya di Gor Jayabaya yang mana kedua usaha tersebut berdekatan yang berjarak hanya beberapa meter saja. Akan tetapi, *Oishi Chicken Fillet* yang dimiliki oleh bapak Rudy Prasetyo memiliki cabang lebih banyak daripada Pitik Poky dengan total tiga cabang.

Tabel 1.3
Perbandingan Penerapan Manajemen Industri Kreatif Antara *Oishi Chicken Fillet* dan Pitik Poky

Kategori	<i>Oishi Chicken Fillet</i>	Pitik Poky
Produk	- Memiliki olahan ayam yang diolah menjadi camilan unik, gurih, dan dapat ditambahi beraneka macam pilihan rasa serta memiliki tambahan tekstur yang kenyal. - Selain olahan ayam juga terdapat olahan kentang kemudian kreasi kulit ayam yang menjadi kulit krispi. - Memiliki sepuluh varian pilihan rasa seperti, <i>original</i>, <i>black paper</i>, jagung manis, <i>garlic</i>, balado, keju, <i>barbeque</i>, <i>hot chilli</i>, <i>seaweed</i> dan kari ayam.	- Memiliki olahan ayam yang diolah menjadi camilan dan ditambahi beraneka macam pilihan rasa, dan memiliki tekstur gurih. - Terdapat olahan kulit ayam krispi - Memiliki enam varian pilihan rasa seperti, ayam bawang, <i>black paper</i>, rumput laut, balado, keju, dan <i>barbeque</i>.
Promosi	- Aktif menggunakan banyak <i>meme</i> atau	- Memiliki gerobak dan <i>packaging</i>

	kata-kata lucu yang ditampilkan dalam <i>banner</i>. - Memiliki warna gerobak, <i>banner</i> serta <i>packaging</i> dengan warna yang mencolok serta <i>design</i> bertemakan ayam yang lucu dan unik. - Konten kreatif dan menarik pada akun sosial media. - <i>Whatsapp</i> - Ikut serta ketika <i>event-event</i> bazar UMKM - Dari mulut ke mulut	dengan <i>design</i> berlogo ayam. - Konten kreatif dan menarik pada akun sosial media.
Proses	- Jam operasional mulai dari jam 15.00-21.00 WIB. - Buka setiap hari (minggu tambahan buka jam 08.00-12.00) dan jadwal biasa - Pelayanan sesuai pesanan dan permintaan konsumen.	- Jam operasional dari jam 17.00-20.00 WIB - Buka senin-jumat - Pelayanan sesuai pesanan.
Sumber Daya Manusia	- 5 Karyawan - Memiliki baju pegawai dengan warna mencolok yang bertemakan ayam yang lucu dan unik - Selalu mengadakan evaluasi bersama karyawan minimal satu bulan sekali.	- 1 Karyawan
Metode Pembayaran	- Langsung - QRIS	- Langsung
Jumlah Pengunjung per minggu pada tahun 2024	125 Pengunjung	80 Pengunjung

Sumber : Data diolah peneliti, wawancara dari *Oishi Chicken Fillet* dan Pitik

Poky

Berdasarkan data hasil wawancara pada tabel 1.3 diatas *Oishi Chicken Fillet* merupakan salah satu contoh Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang tengah mengalami pertumbuhan dan mengadopsi pendekatan manajemen industri kreatif. Berdasarkan hasil wawancara tingkat kreativitas UMKM ini, terutama dalam aspek pemasaran, sangat mencolok. Para karyawan *Oishi Chicken Fillet* selalu berpakaian dengan kostum bertema ayam sebagai bagian dari strategi *branding* mereka. Selain itu, untuk menarik perhatian pelanggan, UMKM ini aktif menggunakan banyak meme atau kata-kata lucu yang ditampilkan dalam *banner-bannernya*, kemudian pula sering membuat video kreatif pada akun *social media* yang mereka miliki dengan harapan bahwa konsumen yang melintas dan akan membaca dan tertarik pada produk yang ditawarkan.

Olahan ayam *Fillet* merupakan jajanan atau camilan yang pembuatannya dibaluri dengan tepung kemudian ditambahi bumbu-bumbu penyedap yang beraneka rasa, yang mana jajanan tersebut banyak digemari oleh masyarakat karena camilan yang praktis, enak, serta murah meriah.

Berdasarkan observasi melalui bapak Rudy Prasetyo peneliti menduga bahwa adanya penerapan manajemen industri kreatif yang dilakukan pada UMKM *Oishi Chicken Fillet* Kota Kediri yang mengakibatkan kenaikan pada volume penjualan. Berikut data penjualan *Oishi Chicken Fillet* Kota Kediri

Tabel 1.4
Data Penjualan Sebelum Dan Sesudah Penerapan Manajemen Industri Kreatif Di Oishi Chicken Fillet/pcs

No.	Bulan	Penjualan Per Bulan/pcs		
		2021	2022	2023
1.	Januari	160	199	398
2.	Februari	168	218	424
3.	Maret	182	282	402
4.	April	179	304	393
5.	Mei	146	332	403
6.	Juni	193	290	467
7.	Juli	215	307	511
8.	Agustus	220	346	587
9.	September	208	343	495
10.	Oktober	226	367	481
11.	November	226	351	449
12.	Desember	183	397	510
	Total	2306	3736	5520

Sumber : Data penjualan (diolah peneliti), *Oishi Chicken Fillet* di Taman Sekartaji, GOR Jayabaya, dan Jl. Bandar Lor.

Berdasarkan tabel 1.3 dari hasil observasi data penjualan membuktikan bahwa usaha *Oishi Chicken Fillet* dapat mengembangkan usahanya pasca pandemi Covid-19 yang mana semula hanya mendapat penjualan 2306 pcs pada tahun pertamanya kemudian meningkat pada tahun ketiga berjumlah 5520 pcs, kenaikan tersebut juga diduga karena praktik pada pengelolaan manajemen industri kreatif oleh *Owner* seperti pemasangan *banner* dengan warna yang mencolok, seragam karyawan yang bertemakan ayam dengan warna yang cerah, penggunaan meme atau kata-kata lucu serta selalu menambahkan inovasi rasa baru yang diminta oleh konsumen yang mana hal tersebut diharapkan dapat memikat para konsumen untuk kembali membeli produk tersebut serta dampak dari kenaikan volume penjualan yang terus meningkat usaha ini terus membuka cabang baru di tiap tahunnya.

Pada studi ini, *Oishi Chicken Fillet*, salah satu UMKM di Kota Kediri, dipilih sebagai subjek penelitian untuk mengeksplorasi peran manajemen industri kreatif dalam meningkatkan penjualan. Sebagai pelaku usaha di sektor kuliner, *Oishi Chicken Fillet* memiliki potensi untuk berkembang melalui penerapan strategi yang kreatif dan inovatif, baik dari segi produk maupun pemasaran. Maka peneliti terkait untuk mengangkat judul tentang **“Peran Manajemen Industri Kreatif Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di *Oishi Chicken Fillet* Kota Kediri)”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana Penerapan Manajemen Industri Kreatif di UMKM *Oishi Chicken Fillet* Kediri ?
2. Bagaimana Peran Manajemen Industri Kreatif UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan di *Oishi Chicken Fillet* Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Untuk menjelaskan Penerapan Manajemen Industri Kreatif di UMKM *Oishi Chicken Fillet* Kediri.
2. Untuk Mengetahui Peran Manajemen Industri Kreatif UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan di *Oishi Chicken Fillet* Kediri

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Untuk memberikan khazanah ilmu pengetahuan tentang Peran Manajemen Industri Kreatif dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM.

2. Kegunaan Secara praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan sebagai masukan dan juga untuk kepada pelaku usaha selalu mengembangkan dan mengelola usahanya secara kreatif.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi tentang peran manajemen industri kreatif dalam meningkatkan volume penjualan pada umkm *Oishi Chicken Fillet* kota kediri.

c. Bagi Masyarakat

Untuk menambah wawasan pembaca dalam seputar manajemen industri kreatif sehingga dapat membuka pikirannya untuk menjadi wirausahawan yang menerapkan manajemen industri kreatif dalam usahanya kelak.

d. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah kemampuan intelektual dalam melakukan penelitian dan dapat memperoleh

pengalaman praktis dalam menyusun penulisan karya ilmiah serta dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang manajemen industri kreatif khususnya dalam perusahaan umkm *Oishi Chicken Fillet*.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis :

1. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Dalam Perspektif Fiqh Muamalah (Studi Pada Putra Jaya Rotan Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri), (Ayu Iga Permata Sari, 2020)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif, yang memerlukan pengumpulan data langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan ekonomi kreatif di Desa Mlati, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, melalui kerajinan rotan di Putra Jaya Rotan, mampu meningkatkan pendapatan pengrajin sehingga membantu mereka memenuhi kebutuhan sehari-hari secara lebih stabil. Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin Putra Jaya Rotan di Desa Mlati dinilai cukup efektif. Selain itu, sektor ini juga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat, khususnya di Desa Mlati, serta meningkatkan keterampilan dan ketekunan dalam pengembangan kerajinan

rotan. Dengan hadirnya ekonomi kreatif di bidang kerajinan rotan, tingkat pengangguran di wilayah ini dapat diminimalisir⁷.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya ini membahas tentang ekonomi kreatif sedangkan penelitian ini akan membahas tentang manajemen industri kreatif. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian penulis objeknya terdapat di desa Mlati Kabupaten Kediri menggunakan sektor kerajinan dari rotan sedangkan penelitian ini meneliti di Jl Sekartaji Kota Kediri sektor kuliner umkm olahan ayam.

2. Peran Ekonomi Kreatif (EKRAF) Kerajinan Gorden Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwosari Kabupaten Kediri. (Miftahul Rohmah, 2020).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif, yang memerlukan pengumpulan data langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan ekonomi kreatif berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini juga berperan dalam menurunkan tingkat pengangguran serta memajukan kesejahteraan dan stabilitas masyarakat⁸.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya adalah pada penelitian

⁷ Ayu Iga Permata Sari, "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Dalam Perspektif Fiqh Muamalah (Studi Pada Putra Jaya Rotan Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri)" (Kediri: Skripsi IAIN Kediri, 2020).

⁸ Miftahul Rohmah, "Peran Ekonomi Kreatif (EKRAF) Kerajinan Gorden Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwosari Kabupaten Kediri", (Kediri: Skripsi IAIN Kediri, 2020).

sebelumnya ini membahas tentang ekonomi kreatif sedangkan penelitian ini akan membahas tentang manajemen industri kreatif. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian penulis objeknya terdapat di Desa Blawe Kabupaten Kediri dan menggunakan sektor kerajinan gorden. menggunakan sektor kerajinan dari rotan sedangkan penelitian ini meneliti di Jl Sekartaji Kota Kediri menggunakan sektor kuliner umkm olahan ayam.

3. Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam', (I Harahap, Z M Nawawi, and E Sugiarto, 2022)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif dan menyoroti potensi besar Kota Medan dalam mengembangkan ekonomi kreatif melalui UMKM, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan. Meskipun UMKM di Medan telah menunjukkan perkembangan yang cukup baik, program pembinaan belum berjalan secara optimal. Hambatan yang dihadapi termasuk kurangnya pengembangan kelembagaan dan keterbatasan dukungan infrastruktur yang memadai. Penelitian ini juga menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam pembinaan UMKM, meliputi nilai-nilai ketuhanan, keadilan, dan tanggung jawab manusia sebagai khalifah, untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan⁹.

⁹ I Harahap, Z M Nawawi, and E Sugiarto, "Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022): 1991–97, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5796>.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang industri kuliner pada umkm. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya ini hanya berfokus pada variabel industri kreatif saja sedangkan penelitian ini berfokus juga pada variabel manajemen industri kreatif serta objek penelitian pada umkm di kota medan sedangkan penelitian ini dilakukan di kota kediri

4. Peran Home Industri Kerajinan Anyaman Bambu Dalam Meningkatkan Pendapatan Wanita Perspektif Islam (Studi Kasus Di Dusun Sukolilo Desa Sukolilo Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan), (INisa' Elok Fauziatun, 2019)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif yang memerlukan penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan industri rumahan kerajinan anyaman bambu mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan melatih keterampilan mereka, terutama bagi kaum perempuan¹⁰.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya ini membahas tentang ekonomi kreatif sedangkan penelitian ini akan membahas tentang manajemen industri kreatif. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian penulis objeknya terdapat di Dusun Sukolilo Desa Sukolilo Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan dan menggunakan kerajinan

¹⁰ INisa' Elok Fauziatun, "Peran Home Industri Kerajinan Anyaman Bambu Dalam Meningkatkan Pendapatan Wanita Perspektif Islam (Studi Kasus Di Dusun Sukolilo Desa Sukolilo Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan)", (Kediri: Skripsi IAIN Kediri, 2019).

anyaman bambu sedangkan penelitian ini meneliti di Jl Sekartaji Kota Kediri menggunakan sektor kuliner umkm olahan ayam.

5. Pemanfaatan Limbah Tepung Tapioka Untuk Kripik Lamuk Ditinjau dari Ekonomi Kreatif di Desa Bulusari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri (Marminingsih, 2019)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan limbah tepung tapioka untuk pembuatan keripik lamuk telah mendorong inovasi masyarakat Desa Bulursari dalam mengolah limbah lokal dan mengurangi pencemaran lingkungan. Usaha ini juga memberikan dampak positif dan berkelanjutan, karena proses pelaksanaannya selaras dengan prinsip ekonomi kreatif¹¹.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya ini membahas tentang ekonomi kreatif sedangkan penelitian ini akan membahas tentang manajemen industri kreatif. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian penulis objeknya terdapat di Desa Bulursari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri dan menggunakan sektor usaha kripik lumuk. Sedangkan penelitian ini meneliti di Jl Sekartaji Kota Kediri menggunakan sektor kuliner umkm olahan ayam.

¹¹ Marminingsih, "Pemanfaatan Limbah Tepung Tapioka Untuk Kripik Lamuk Ditinjau Dari Ekonomi Kreatif Di Desa Bulusari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri" (Kediri: Skripsi IAIN Kediri, 2019).

Keunikan penelitian ini dibanding penelitian-penelitian sebelumnya adalah jika penelitian sebelumnya berfokus pada ekonomi kreatif yang mana hanya berfokus pada kreativitas produknya akan tetapi penelitian ini memiliki fokus pada manajemen industri kreatif yang dilakukan oleh UMKM *Oishi Chcicken Fillet* yang mana fokusnya bukan hanya sekedar dari sisi produknya akan tetapi juga praktik manajemen industri kreatif yang dilakukan oleh mereka.