

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Cangkang Kerang

Cangkang kerang adalah bagian luar tubuh hewan laut dari kelompok moluska, khususnya kelas Bivalvia, yang berfungsi sebagai pelindung fisik dan kimia dari ancaman eksternal seperti predator, tekanan osmotik, maupun perubahan lingkungan. Struktur ini terdiri atas dua katup (*valvae*) yang simetris dan terhubung oleh ligament, serta dapat digerakkan melalui kontraksi otot adduktor. Proses pembentukan cangkang dikenal sebagai biomineralisasi, yaitu proses biologis di mana jaringan mantel kerang mensekresikan kalsium karbonat (CaCO_3) dan protein-protein organik untuk membentuk lapisan cangkang.¹

Struktur mikroskopik cangkang terdiri dari beberapa lapisan, seperti lapisan periostrakum (luar), prismatic, dan nacreous layer (mutiara), yang masing-masing memiliki fungsi mekanik dan estetika. Lapisan dalam yang disebut "nacre" berkontribusi pada kilau mutiara alami dan banyak dimanfaatkan dalam industri perhiasan dan kerajinan. Karena kekayaan komposisinya, cangkang kerang telah banyak diteliti sebagai bahan baku alternatif untuk pembuatan *biomaterial* seperti *hidroksiapatit* (untuk tulang/implant),

¹ Salsabila Ramadani Lenggogeni, Adhi Purnomo, Faiz Surendra, Abdul Aziz Hammad, Nabila Eka Putri, "Pelatihan Pemanfaatan Limbah Cangkang Kerang Dalam Mendukung Ecowisata Bahari Bagi Masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi," *JURNAL ABDITEK*, Volume 02, (2022), hal. 126–33.

kitosan (untuk kosmetik dan pengolahan air), hingga bahan baku kerajinan tangan bernilai ekonomis.²

B. Kerajinan Tangan

Menurut Tjitrosoepomo (1991) mengemukakan pengertian kerajinan dalam arti umum dan budaya sebagai berikut:

1. Arti kata umum, kerajinan adalah sesuatu keterampilan yang menghubungkan dengan suatu pembuatan barang yang harus dikerjakan secara rajin dan teliti, biasanya dikerjakan dengan menggunakan tangan.
2. Arti dalam budaya, kerajinan berhubungan erat dengan sistem upacara kepercayaan, pendidikan, kesenian, teknologi, peralatan bahkan juga mata pencarian.³

Kerajinan tangan adalah sebuah karya yang dihasilkan manusia dengan memanfaatkan bahan tidak dipakai menjadi barang jadi. Kegiatan ini dilakukan agar bisa menghasilkan sebuah karya yang bisa dinikmati masyarakat luas. Pengertian lain bahwa kerajinan tangan merupakan sebuah proses mengolah bahan mentah menjadi produk jadi dengan cara manual menggunakan tangan sendiri. Artinya, tidak ada bantuan dari mesin atau alat lainnya. Hal yang lebih diutamakan dalam kerajinan tangan yaitu nilai keindahan dan manfaat barang tersebut.⁴

² Rahayu, S. et al. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat melalui Kerajinan Cangkang Kerang*. Jurnal Pangabdhi, Universitas Trunojoyo Madura.

³ Erik Suganda, Wahiruddin Wadin, dan Parlan Parlan, "Upayah Untuk Mengembangkan Keterampilan Kerajinan Tangan," *Journal Of Lifelong Learning*, 3.1 (2020), hal. 35–44.

⁴ Beli Manisa, "Inovasi Pengembangan Usaha Kerajinan Kain Perca Menjadi Aneka Produk Dan Memiliki Peluang Pasar Yang Bernilai Ekonomis," (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2024), hal. 13.

Kerajinan tangan saat ini terdiri dari berbagai macam baik dari bentuk, bahan, hingga teknik yang digunakan. Secara umum kerajinan tangan dapat dibuat dengan bahan yang berasal dari alam, bahan buatan, limbah organik dan limbah anorganik. Setiap produk kerajinan yang dibuat tentu mempunyai fungsi kegunaan untuk manusia, seperti dari segi fungsi benda pakai yaitu segala produk kerajinan yang digunakan sebagai alat, wadah ataupun sebagai pelengkap busana. Dan dari fungsi benda hias yaitu segala produk kerajinan yang digunakan sebagai pajangan, hiasan atau elemen estetika.⁵

C. Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan aksesoris kunci yang umumnya terhubung dengan rantai kecil dan tersedia dalam berbagai ukuran serta bentuk. Selain itu, gantungan kunci juga termasuk dalam karya seni kerajinan tangan yang sering dijadikan pernak-pernik yang memiliki keunikan tersendiri.⁶

Gantungan kunci adalah salah satu jenis suvenir yang paling diminati dengan ukuran dan bentuk yang bervariasi, sehingga mudah dikenal oleh pemiliknya. Gantungan kunci juga merupakan salah satu pernak-pernik yang sangat unik dalam pembuatannya. Kreativitas sangat penting untuk dikembangkan karena kreativitas dapat meningkatkan keindahan produk

⁵ Karina Bestari Silaban, I Gede Jaya Putra, dan I Komang Angga Maha Putra, "Perancangan Buku Seni Kerajinan Tangan Do It Your Self: Craft In a Day," *Jurnal Selaras Rupa*, 1.2 (2020), 28–35 (h.29).

⁶ Syahrul Gunawan, Chusnan Jayadi, dan Endang Setyowati, "Pengembangan Kreativitas Anak Melalui Kegiatan Pembuatan Gantungan Kunci dari Kain Flanel di Desa Sidorejo," *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2.01 (2023), 143–48, (h.144).

tersebut, gantungan kunci juga bisa di jadikan sebagai cinderamata dengan bentuk dan desain yang unik, bernilai edukatif, memiliki nilai jual, menarik dan sederhana.⁷

D. Hiasan Dinding

Menurut Ningrum (2017) hiasan dinding merupakan hasil dari seni kriya yang mempunyai fungsi sebagai hiasan. Sedangkan menurut Hermita & Sianturi (2020), Hiasan dinding merupakan benda yang terletak pada bagian interior rumah yang bisa membuat suasana lebih hidup dan tampak indah. Selain membuat suasana lebih hidup dan tampak indah hiasan dinding juga berguna untuk mengisi kekosongan bagian interior rumah dan juga dapat memberikan kesan nyaman.⁸ Jadi hiasan dinding adalah benda yang memiliki fungsi sebagai hiasan yang dipasang pada dinding untuk memberi kesan tertentu.

E. Definisi Kreativitas

Menurut Susanto (2012), kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru baik berupa produk, ide, atau gagasan yang baru untuk memecahkan masalah dan sebagai kemampuan untuk melihat unsur-unsur yang ada sebelumnya.⁹

⁷ Rahma et al., "Pembuatan Pin Gantungan Kunci untuk Meningkatkan Kreatifitas Mahasiswa," *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN)* , 5.2 (2024), 513–520, (h.513).

⁸ Sitti Nur Mufidah dan Indah Chrysanti Angge, "Penerapan Ragam Hias Ringin Contong Sebagai Hiasan Dinding Oleh Siswa Kelas VII SMP Ainul Ulum Mojoagung," *Jurnal Seni Rupa*, 10.4 (2022), 29–41 (h.32).

⁹ Rananda Djulianti Melinda, Corry Yohana, dan Nadya Fadillah F, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2.3 (2023), 911–24, (h.3).

Menurut Suryana (2014), kreativitas adalah cara berpikir tentang kebaruan, perbedaan, kegunaan dan pemahaman untuk menciptakan suatu produk dalam bisnis. Kreativitas menurut Ghufron dan Risnawita (2016), ialah kemampuan seorang individu untuk mengembangkan kemampuan kreatifnya guna menghasilkan suatu hal baru. Dalam kehidupan sehari-hari, kreativitas selalu dikaitkan dengan pencapaian khusus untuk menghasilkan hal yang baru, menemukan cara, gagasan dan melihat macam-macam kemungkinan yang berbeda.¹⁰ Dapat disimpulkan bahwa kreativitas ialah kemampuan individu dalam menciptakan ide dan pemikiran baru dengan melihat peluang dan memecahkan masalah.

Kreativitas sangat penting untuk dikembangkan karena kreativitas dapat meningkatkan prestasi akademik. Oleh karena itu, semakin tinggi kreativitas manusia maka semakin tinggi pula prestasi pendidikannya. Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa kreativitas sangat penting untuk dikembangkan, karena kreativitas merupakan pengaruh penting dalam kehidupan manusia.¹¹

¹⁰ Dian Septianti dan Nyayu Khairani Putri, "Motivasi Berwirausaha , Self-Confidence dan Kreativitas Terhadap Minat Wirausaha Pendahuluan Kondisi bisnis di Indonesia tergolong salah," *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13.1 (2023), 107–16, (h.110).

¹¹ Ibid, 144

F. Kreativitas Menurut Islam

Definisi kreativitas dalam Islam bahwa sebuah hidayah yang diberikan dari Allah SWT kepada manusia dengan semua keahlian. Ide yang diberikan kepada manusia bisa berupa keahlian secara fisik atau non fisik. Kreativitas menjadi sebuah keahlian yang perlu dikembangkan agar bisa menghasilkan sebuah karya dan berpengaruh kepada orang banyak.¹²

Definisi kreativitas asal mula berasal dari kata *creativity* mengandung arti keahlian. Namun dalam bahasa Arabnya berasal dari kata dasar *Kholaqo* yang artinya membuat. Al Isfahani mengemukakan pendapatnya bahwa kreativitas berasal dari bahasa Arab “*kholaqo*” yang artinya menghasilkan sebuah karya seni. Menurut istilah bahwa kreativitas mengandung arti bahwa karya seni yang dihasilkan seseorang sehingga bisa digunakan masyarakat luas.¹³

QS. An-Naml, Ayat 41

قَالَ نَكِّرُوا لَهَا عَرْشَهَا نَنْظُرُ أَهْتَدِي أَمْ تَكُونُ مِنَ الَّذِينَ لَا يَهْتَدُونَ

Artinya : Dia (Sulaiman) berkata, “Ubahlah untuknya singgasananya, kita akan melihat apakah dia (Balqis) mengenal, atau tidak mengenalnya lagi”¹⁴

¹² Beli Manisa, ‘Inovasi Pengembangan Usaha Kerajinan Kain Perca Menjadi Aneka Produk Dan Memiliki Peluang Pasar Yang Bernilai Ekonomis’ (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2024), h. 16

¹³ Munthamah, “Pengelolaan Limbah Kulit Jeruk Dan Bunga Mawarsebagai Produk Parfum Dalam Meningkatkan Pendapatan” (Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2024) h.24.

¹⁴ Ibid., 17

Ayat tersebut memberikan sebuah kesan tentang pentingnya kreatifitas dan inovasi atas suatu pelayanan. Nabi Sulaiman ingin menampilkan suasana yang benar-benar baru saat akan menjamu tamunya yaitu ratu Balqis. Hal ini sama dengan bagaimana membuat suatu produk agar sesuai dengan keinginan konsumen dengan pelayanan yang baik, agar mereka akan menjadikan produsen sebagai pemilik yang ramah.¹⁵

G. Pendapatan

Pendapatan merupakan segala sesuatu yang dihasilkan dengan menerima penghasilan secara langsung dan tidak langsung. Untuk hasil yang didapatkan dari usaha sesuai dengan waktu yang dibutuhkan. Penghasilan adalah imbalan yang diberikan kepada seseorang karena usaha yang dijalankan sehingga bisa berguna bagi diri sendiri dan orang lain. Penghasilan pribadi merupakan semua imbalan diperoleh dengan melaksanakan semua kewajiban yang telah ditentukan.¹⁶

Pendapatan (revenue) merupakan pendapatan yang diperoleh jangka waktu tertentu. Pendapatan yaitu semua yang diterima dari hasil penjualan barang dan jasa yang didapat dalam unit usaha. Pengertian pendapatan (revenue) berbeda dengan pengertian penghasilan (income). Pendapatan (revenue) adalah pendapatan yang belum dikurangi biaya dan beban, sedangkan penghasilan

¹⁵ Ibid., 24

¹⁶ A F Nisa, "Pengaruh Pendapatan terhadap Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau," *J. Marwah*, 14.2 (2020), hal. 49–50.

adalah pendapatan bersih yang sudah dikurangi dengan beban dan biaya.¹⁷

Pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya sesuai dengan profesi masing-masing misalnya pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Setelah bekerja, seseorang memperoleh pendapatan yang dapat digunakan sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari, selain itu dapat digunakan untuk tabungan maupun usaha. Selanjutnya pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan upah atau gaji yang diberikan kepada seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan.¹⁸

H. Nilai Ekonomi Produk

Nilai ekonomi produk adalah ukuran manfaat suatu produk dilihat dari nilai tambah, efisiensi, dan kemampuan produk untuk memberikan keuntungan ekonomi baik bagi produsen maupun konsumen.¹⁹ Nilai ini sering diukur melalui selisih antara nilai output (harga jual) dengan biaya input (modal, tenaga kerja, bahan baku).²⁰

1. Faktor-Faktor Nilai Ekonomi Produk

Nilai ekonomi produk tidak muncul secara otomatis, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor-

¹⁷ Anggia Ramadhan, Radian Rahim, dan Nurul Nabila Utami, *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*, ed. oleh CIMMR Dr. E. Rusiadi, S.E., M.Si., CIQaR, CIQnR, Penerbit Tahta Media, 2023.

¹⁸ Mustofa Anwar dan Moh Mansur Fauzi, "Pasar Sehat Perspektif Hukum Islam dan Relevansinya bagi Pengembangan Pasar Sehat di Indonesia," *AJMIE: Alhikam Journal of Multidisciplinary Islamic Education*, 3.1 (2022), hal. 1–14.

¹⁹ Rahayu, N. (2021). Nilai ekonomi produk berbasis UMKM dalam perspektif ekonomi terapan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan Indonesia*, 3(2), 112–120.

²⁰ Soelistijo, U. W. (2018). Beberapa indikator nilai tambah ekonomi Indonesia: Sektor energi dan sumber daya mineral. *Jurnal Teknologi Mineral dan Batubara*, 9(1), 35–49. <https://doi.org/10.30556/jtmb.Vol9.No1.2013.777>

faktor ini menentukan apakah suatu produk mampu menciptakan nilai tambah yang signifikan dan memberikan manfaat ekonomi secara luas.²¹

2. Indikator Nilai Ekonomi Produk

Indikator nilai ekonomi produk merupakan alat ukur untuk menilai besarnya manfaat ekonomi yang dihasilkan oleh suatu produk, baik dalam konteks mikro (pelaku usaha) maupun makro (kontribusi terhadap ekonomi nasional). Indikator ini meliputi:

- a. Nilai Tambah (*Value Added*)
- b. Kontribusi terhadap PDB Sektoral
- c. Daya Saing Produk
- d. Permintaan Pasar yang Stabil atau Meningkat²²

I. Peluang Pasar

1. Pengertian

Teori peluang pasar mengkaji potensi keuntungan yang bisa diraih dari suatu kondisi pasar yang menguntungkan bagi perusahaan atau organisasi. Ini melibatkan analisis lingkungan eksternal, seperti perubahan kebutuhan konsumen, teknologi, dan ekonomi, untuk mengidentifikasi peluang bisnis.²³

²¹ Fauzi, I., Prasetyowati, R. A., & Suharti, T. (2020). Analisis kinerja keuangan dengan metode Economic Value Added pada perusahaan manufaktur bidang otomotif dan komponen. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 403–410. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i3.3715>

²² Putri, I. H. F., Syaifudin, N., & Arifin, A. H. (2024). *Nilai tambah ekonomi terhadap pertumbuhan laba perusahaan barang konsumsi tahun 2018–2022*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1). DOI:10.34127/jrlab.v14i1.1383

²³ Putri, N. L., Sulasari, A., & Murtiyanto, R. K. (2024). Analisis SWOT untuk pengembangan potensi dan peluang pasar pada Gama Private Center. *Jurnal Media Administrasi*, 9(2), 106–120. <https://doi.org/10.56444/jma.v9i2.1998>

Menurut Rangkuti (2008) peluang pasar adalah suatu keadaan atau situasi yang menguntungkan bagi perusahaan atau organisasi. Peluang pasar dapat berupa:

- a. Perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Perubahan teknologi
- c. Perubahan lingkungan ekonomi
- d. Kebijakan pemerintah
- e. Kelemahan pesaing²⁴

2. Faktor-Faktor Peluang Pasar

Peluang pasar muncul dari berbagai faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan atau organisasi untuk mengembangkan usahanya. Berikut adalah faktor-faktor utamanya:

- a. Perubahan Kebutuhan dan Keinginan Konsumen
- b. Kemajuan Teknologi
- c. Kebijakan Pemerintah dan Regulasi Baru
- d. Kelemahan Pesaing (*Market Gaps*)
- e. Perubahan Sosial dan Demografis
- f. Globalisasi dan Akses Pasar yang Lebih.²⁵

3. Indikator Peluang Pasar

Indikator peluang pasar adalah aspek-aspek eksternal yang dapat diukur atau diamati untuk menilai apakah suatu kondisi

²⁴ Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.hal24

²⁵ Elvana, Y., Hariyati, & Setianto, B. (2022). Analisis SWOT untuk menentukan strategi bersaing saat masa pandemi COVID-19 pada Rumah Sakit Islam Surabaya. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 5132–5147. <https://doi.org/10.31605/jrak.v8i1.2022>

layak dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Indikator-indikator tersebut meliputi:

- a. Kebutuhan Konsumen yang Belum Terpenuhi.
- b. Pertumbuhan Permintaan Pasar
- c. Perubahan Tren Konsumen
- d. Kelemahan dan Ketidakhadiran Kompetitor
- e. Dukungan Teknologi dan Inovasi
- f. Kebijakan dan Regulasi yang
- g. Potensi Ekspansi Geografis Wilayah dengan pertumbuhan ekonomi atau populasi tinggi yang belum tergarap.²⁶

J. Pasar Menurut Islam

Islam menaruh perhatian terhadap pasar. Al-Qur'an menyebutkan kata pasar dengan kata *al-aswaq*, yaitu bentuk plural dari kata *al-suq* yang berarti "tempat terjadinya akad jual-beli". Ada dua ayat yang menyebut kata *al-aswaq*. *Pertama, Dan mereka berkata: "Mengapa rasul itu memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? (al-aswaq)"* (Q.S. al-Furqan [25]: 7) dan *"Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelumnya, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar"* (Q.S. al-Furqan [25]: 20). Secara tekstual, kedua ayat ini dapat dijadikan sebagai landasan hukum bolehnya berinteraksi atau berjual-beli di pasar.²⁷

Menurut Dadang Mulyadi dalam Islam, pasar didefinisikan sebagai sarana pertemuan antara penjual dengan pembeli yang

²⁶ Idris, M., & Oktora, S. I. (2023). Menggali peluang ekspansi pasar: Diversifikasi ekspor Minyak Sawit Mentah (CPO) Indonesia dan produk derivatifnya ke negara nontradisional. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 31(2), 201–214. <https://doi.org/10.55981/jep.2023.701>

datang ke pasar atas permintaan kebutuhan tertentu untuk bertemu dengan penjual yang memproduksi berbagai barang yang sama.²⁸

Pasar dalam Islam adalah pertukaran antara barang dan jasa yang terjadi secara alamiah serta sebagai wadah yang mempertemukan antara pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi. Sejatinya pasar merupakan salah satu cara untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan sempurna (*perfect competition*). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh frame (kerangka) syari'ah. Dalam Islam, transaksi terjadi secara sukarela (*antaradim minkum*) Sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an surat An-Nisa': 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa':29)²⁹

²⁸ Mevianti, N. R., & Amin,W, 'Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam', Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, 3.1 (2022), 49-64 (h. 51)

²⁹ Abd. Ghafur, 'Mekanisme Pasar Perspektif Islam', Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam 5.1 (2019).