

ABSTRAK

Yusnila Hamid, 2024.“Strategi Inovasi Pada Pelaku Usaha di Kecamatan Suli (Studi Analisis SWOT)”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Fasiha.

Di Indonesia, ekonomi kreatif diakui memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi dan pembangunan bisnis. Strategi dan inovasi merupakan dua hal yang sangat penting dalam mempertahankan usaha kreatif pada saat ini, UMKM memegang peranan penting dalam kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi di negara-negara Kawasan Asia. UMKM juga di percaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian . Tujuan penelitian ini adalah Untuk Menganalisa Strategi Inovasi Pada Pelaku Usaha di Kecamatan Suli (Studi Analisis SWOT). Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kualitatif dengan pendekatan deskriptif dipilih untuk mempermudah peneliti mendeskripsikan masalah yang berkaitan dengan tema yang diangkat secara lebih mendalam. Prosedur pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data, penarikan kesimpulan dan Analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa posisi UMKM Kecamatan Suli berada pada Kuadran III, pada posisi ini menggambarkan bahwa perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi dilain pihak, ia juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Agar dapat mengembangkan usaha UMKM Kecamatan Suli, maka prioritas strateginya adalah meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi terhadap produk, mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk, melakukan pemeliharaan terhadap lingkungan sekitar, bermitra dengan pelaku usaha yang lain ataupun dengan pemerintah, meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan atau pendampingan serta potensi pengembangan UMKM Kecamatan Suli adalah sumber daya alam, lokasi strategi, ketersediaan tenaga kerja lokal, dukungan infrastruktur, potensi pasar, kebijakan dukungan dan inovasi teknologi.

Kata Kunci: Strategi, Inovasi, Ekonomi Kreatif

ABSTRACT

Yusnila Hamid, 2024.“Innovation Strategy for Business Actors in Suli District (SWOT Analysis Study)”. Sharia Business Management Study Program Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Fasiha.

In Indonesia, the creative economy is recognized as having a very strategic role in economic development and business development. Strategy and innovation are two very important things in maintaining creative businesses at this time. MSMEs play an important role in relation to economic growth in countries in the Asian region. MSMEs also do not believe that they have high economic resilience so that they can support the stability of the financial and economic system. The aim of this research is to analyze innovation strategies in the creative industry SWOT analysis of MSMEs in Suli District. In this research, the type of research used is qualitative research with a descriptive approach chosen to make it easier for researchers to describe problems related to the themes raised in more depth. Data collection procedures use observation, interviews, documentation and questionnaire methods. Data analysis techniques are carried out by collecting data, reducing data, presenting data, drawing conclusions and SWOT analysis. The results of this research show that the position of Suli District MSMEs is in Quadrant III, this position shows that the company faces large market opportunities, but on the other hand, it also faces several internal obstacles/weaknesses. In order to develop Suli District MSME businesses, the strategic priority is to improve product quality by innovating products, optimizing the use of social media in marketing products, maintaining the surrounding environment, starting with other business actors or with the government, improving service to consumers and improving quality of human resources (HR) through training or mentoring.

Keywords : Strategy, Innovation, Creative Economy