

**METODE PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI
KREATIF DALAM MENINGKATKAN EKONOMI
BERKELANJUTAN DIKOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

Muh. Fitra Rusdi

2004010117

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

**METODE PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI
KREATIF DALAM MENINGKATKAN EKONOMI
BERKELANJUTAN DIKOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Diajukan oleh

Muh. Fitra Rusdi

2004010117

Pembimbing :

Ilham, S.Ag., M.A.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Fitra Rusdi
Nim : 20 0401 0117
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Selagi kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



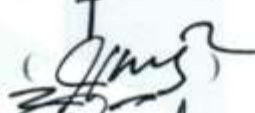
Muh. Fitra Rusdi
NIM. 20 0401 0117

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Metode Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Ekonomi Berkelanjutan di Kota Palopo yang ditulis oleh Muh. Fitra Rusdi Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004010117, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang telah dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 15 Juli 2025 Miladiyah bertepatan dengan 19 Muharram 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Palopo, 22 Agustus 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I, M.H. I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Akbar Sabani, S.EI., M.E. | Penguji I | () |
| 4. Andi Musniawan Kasman, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Ilham, S.Ag., M.A. | Pembimbing | () |

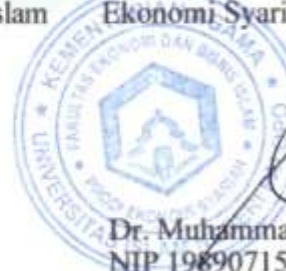
Mengetahui:

a.n. Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.
NIP 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ . (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Metode Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Ekonomi Berkelanjutan Dikota Palopo”** setelah melalui proses yang Panjang.

Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad saw, Kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi ekonomi syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo.

Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, teristimewa kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Rusdi Daming dan Ibunda Sarmawati, untuk beliau berdualah skripsi ini penulis persembahkan. Terimakasih atas segala kasih sayang yang telah diberikan dalam membesarkan dan membimbing saya selama ini sehingga saya dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan saya dapatkan adalah

karena dan untuk kalian berdua. Selanjutnya penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M. Ag., Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Takdir, S.H., M.HI., UIN Palopo.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Palopo beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Ilham, S.Ag., Wakil Dekan Bidang Adm. Umum Perencanaan dan Keuangan Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Palopo.
3. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah dan Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E., selaku sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Zainuddin S, S.E., M.Ak., selaku pimpinan perpustakaan UIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup UIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

5. Ilham, S.Ag., M.A., selaku pembimbing utama yang telah mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
6. Akbar Sabani, S.E.I., M.E., selaku dosen penguji I dan Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M., selaku dosen penguji II yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Muh. Abdi Imam, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku penasehat akademik.
8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di UIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada saudara kandung saya Rusdi daming, Sarmawati, Muh. Fiqri Rusdi, Muh. Farras Rusdi, Dan Muh. Faiq Rusdi, terimakasih banyak atas dukungannya secara moril maupun materil, terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Teruntuk sahabat saya yaitu, Hadi, Cimming, Vika, Erika, Nurul Dan Manda, Teman-Teman Tongkrongan Bang Icul dan Negara MD Terimakasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik bahkan seperti saudara sendiri. Terimakasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
11. Terkhusus kepada Umi Noviana, S.Pd. yang senantiasa mendukung, kebersamaan serta memberikan effort kepada penulis.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah

banyak memberikan sumbangsih kepada penulis selama kuliah hingga penulisan skripsi.

13. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyelesaian skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Terimakasih sudah bertahan.

Palopo, 14 Juli 2025

Muh. Fitra Rusdi

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah

ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوْلَ : *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya'	A	a garis di atas

ا	<i>Kasrah dan ya'</i>	I	i garis di atas
او	<i>Dammah dan wau</i>	U	u garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجِّنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>
نُعِمْ	: <i>nu‘ima</i>
عُدُّوْ	: <i>‘aduwwun</i>

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الْشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (<i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku

bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّءٌ : *syai'un*

أَمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

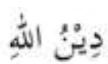
Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

	
<i>dīnullāh</i>	<i>billāh</i>

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

	<i>fī rahmatillāh</i>
---	-----------------------

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan,

11. Daftar singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Q.S	= Qur'an Surah
Swt.	= <i>subhanahu wa ta `ala</i>
Saw.	= <i>shallallahu `alaihi wa sallam</i>
as	= <i>`alaihi as-salam</i>
H	= Hijriah

M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
HR	=Hadis
UMKM	= Usaha Mikro Kecil Menengah
BPS	= Badan Pusat Statistik
SDM	= Sumber Daya Manusia
UU	= Undang-Undang
NPWP	= Nomor Pokok Wajib Pajak
PDB	= <i>Product Domestic Bruto</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PRAKATA.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	15
B. Deskripsi Teori	20
C. Kerangka Pikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
B. Fokus Penelitian	35
C. Definisi Istilah.....	35
D. Data dan Sumber Data.....	36
E. Teknik pengumpulan Data.....	38
F. Pemeriksaan Keabsahan Data	39
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Deskripsi Data	40
B. Pembahasan	46
BAB V PENUTUP.....	63
A. Simpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

QS. Al-Hasyr Ayat 18	21
----------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	24
Gambar 4.1 Logo Kota Palopo	37
Gambar 4.2 Hasil Analisis Kuadran.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Muh. Fitra Rusdi, 2025.” *Metode Pengembangan UMKM Berbasis ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Ekonomi Berkelanjutan Di Kota Palopo.*” Skripsi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ilham.

Skripsi ini membahas tentang metode pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi berkelanjutan di kota palopo. penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi berkelanjutan di kota palopo dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh para pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini ialah UMKM *Food and Beverage* di Kota Palopo yang berjumlah 4 titik. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sebelum dianalisis lebih lanjut data dianalisis menggunakan analisis data kemudian dianalisis menggunakan reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis tersebut, UMKM Epilog dan Tanah Luwu Coffee Roastery menggunakan strategi pengembangan pemasaran secara personal selling dan dalam pemenuhan target penjualan seperti terus melakukan promosi melalui media sosial baik pemilik sendiri maupun karyawan, menambah jumlah produksi dengan varian yang berbeda, memperluas sasaran penjualan, serta meningkatkan pelayanan bagi konsumen dan juga Ada beberapa faktor penghambat perkembangan UMKM yang terdiri dari berbagai aspek seperti, kemampuan sumber daya alam yang terbatas, dan manajemen yang rendah. Apabila aspek- aseks tersebut terdapat dalam perkembangan UMKM para pelaku usaha maka dapat dikatakan pelaku usaha tersebut sedang menghadapi permasalahan dalam pengembangan usahanya dan sedang berusaha agar usaha tersebut tetap bertahan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan, UMKM

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 telah memicu transformasi mendalam dalam paradigma dunia, ditandai dengan peningkatan kreativitas dan inovasi melalui teknologi informasi canggih di berbagai aspek kehidupan global, termasuk daya saing ekonomi. Perluasan ekonomi selama Revolusi Industri 4.0 mengharuskan perusahaan meningkatkan daya saingnya di berbagai industri, terutama di bidang perdagangan. Daya saing di pasar global tidak hanya memerlukan ketergantungan pada harga atau kualitas produk tetapi juga menuntut persaingan melalui inovasi, kreativitas, dan keahlian individu. Banyak inovasi dan kreativitas perusahaan merupakan aspek ekonomi kreatif yang dirancang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan secara konsisten memikat minat dan permintaan pelanggan. dan kreativitas merupakan aspek ekonomi kreatif yang dirancang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan secara konsisten memikat minat dan permintaan pelanggan.

Di era zaman kontemporer perdagangan bebas dari, isu yang dihadapi tidak hanya melengkapi Sumber Daya Manusia (SDM) untuk ketenagakerjaan tetapi juga penciptaan lapangan kerja. perdagangan bebas, permasalahan yang dihadapi bukan hanya pembekalan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk ketenagakerjaan tetapi juga penciptaan lapangan kerja. Saat ini masyarakat Indonesia masyarakatdididik untuk menghasilkan pencari kerja.dididik untuk menghasilkan

pencari kerja. ekonomi yang tidak menentu, tujuan utama pekerjaan adalah stabilitas dan keamanan.

Pertumbuhan populasi tahunan pertumbuhan populasi melampaui ketersediaan lapangan kerja , diperburuk oleh faktor budaya seperti rendahnya penilaian pendidikan , sikap apatis , dan kurangnya inisiatif untuk memperbaiki diri , yang semuanya berkontribusi terhadap meningkatnya kemiskinan . melampaui ketersediaan lapangan pekerjaan , diperburuk oleh faktor budaya seperti rendahnya penilaian pendidikan , apatisme , dan kurangnya inisiatif untuk memperbaiki diri , yang semuanya berkontribusi terhadap meningkatnya kemiskinan .¹

Indonesia merupakan negara yang kaya akan manusia dan sumber daya alam. Masyarakat memanfaatkan sumber daya alam secara ekstensif untuk mencapai kesuksesan. sumber daya alam yang melimpah untuk kesuksesan mereka. Lebih jauh, sumber daya alam dapat membantu individu dalam memenuhi kebutuhannya dengan memfasilitasi pendirian perusahaan dengan menggunakan sumber daya tersebut . dapat membantu individu dalam memenuhi kebutuhan mereka dengan memfasilitasi pendirian perusahaan menggunakan sumber daya ini. Selama pandemi COVID - 19, Indonesia menghadapi tantangan yang cukup besar, terutama di sektor ekonomi. Wabah COVID-19 Indonesia menghadapi tantangan yang cukup berat , terutama di sektor ekonomi Banyak perusahaan besar lintas beragam industri yang terkena dampak buruk karena epidemi ini .Industri

¹ Institut Agama dan Islam Tribakti, "P-ISSN 2615-4293 e-ISSN 2723- 7567 [Http://Https://Ejournal.Iai-Tribakti.Ac.Id/Index.Php/Perbankan](http://Https://Ejournal.Iai-Tribakti.Ac.Id/Index.Php/Perbankan)", , Vol. 2, No. 2, , h. 121–138.

mengalami dampak buruk karena epidemi tersebut. Meskipun demikian, usaha mikro, perusahaan kecil, dan menengah(UMKM) dapat bertahan dan berfungsi sebagai pendorong ekonomi selama epidemi .(UMKM) dapat bertahan dan berfungsi sebagai pendorong ekonomi selama epidemi. resesi yang diakibatkan dari dampak Covid -19.

Perspektif global mengenai ekonomi kreatif menempatkan sektor ini sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang cepat dan tahan terhadap krisis, terutama karena mengandalkan kekayaan budaya dan kreativitas lokal yang dapat dieksploitasi secara global melalui digitalisasi. Ekonomi kreatif menjadi penting bagi negara berkembang karena dapat membuka lapangan kerja baru, khususnya bagi generasi muda dan perempuan, serta memperkuat ekspor produk budaya dan identitas nasional. Namun, sektor ini juga menghadapi tantangan seperti perlindungan hak kekayaan intelektual, keterbatasan akses pembiayaan, persaingan konten digital yang ketat, dan kesenjangan infrastruktur teknologi.

Secara internasional, pengembangan ekonomi kreatif banyak dikaitkan dengan dukungan kebijakan pemerintah, kolaborasi multi-stakeholder (pemerintah, swasta, komunitas), dan pemanfaatan teknologi digital untuk ekspansi pasar tanpa perlu kehadiran fisik. Contoh penting adalah Korea Selatan dengan *Korean Wave (Hallyu)* yang menggabungkan bidang musik, film, dan game sebagai ekspor budaya yang sangat sukses, serta Uni Eropa dengan inisiatif Creative Europe, yang mempromosikan keamanan hak cipta dan potensi pengembangan ekonomi kreatif lintas negara. Jepang juga dikenal dengan "*Cool Wave*" sebagai fenomena ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Ekonomi ekonomi

kreatif dianggap dipandang sebagai terobosan potensial bagi masyarakat Indonesia dalam mengatasi berbagai permasalahan terkini, sekaligus sebagai pendekatan strategis untuk menghadapi tantangan ekonomi global yang telah menyebabkan terjadinya pergeseran ekonomi. Indonesia, dengan warisan budaya yang kaya dan jumlah penduduk yang besar, memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi sebagai yang berkembang pesat. Terobosan potensial bagi masyarakat Indonesia dalam mengatasi berbagai masalah terkini, sekaligus pendekatan strategis untuk menghadapi tantangan ekonomi global yang telah menyebabkan terjadinya pergeseran ekonomi. Indonesia, dengan warisan budaya yang kaya dan jumlah penduduk yang besar, memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang berkembang pesat. Ekonomi kreatif berfungsi sebagai landasan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mempromosikan barang-barang lokal dari sektor ini. Pertumbuhan ekonomi Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mempromosikan barang lokal dari sektor ini.²

Komponen pertumbuhan nasional ekonomi pertumbuhan ekonomi, Hal ini mendukung negara Indonesia didalam berkolaborasi pada gerakan berkolaborasi berpusat pada pengembangan produk dan layanan, bakat dan inovasi, serta kekayaan intelektual. Pada gerakan yang berpusat pada pengembangan produk dan layanan, bakat dan inovasi, serta kekayaan intelektual.

²Halimah Husna Rofiqoh, Najwa Nazeillina Gartina, Erlinda Maharani Rachman. (2024). Meningkatkan Ekonomi Kreatif Melalui Pengembangan Kota Kreatif: Studi Kasus Pada Kota Kreatif Austin. The Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia : [Vol 6, No 2 \(2024\)](https://doi.org/10.17509/jpei.v6i2.73522). <https://doi.org/10.17509/jpei.v6i2.73522>

Ekonomi kreatif berperan memainkan peran penting dalam pengembangan masyarakat, khususnya di masyarakat pedesaan, yang dapat menumbuhkan bakat baru untuk meningkatkan daya saing daerah dan memperbaiki kondisi ekonomi penduduk Indonesia. dalam pengembangan masyarakat, khususnya di masyarakat pedesaan, yang dapat menumbuhkan bakat- bakat baru untuk meningkatkan daya saing daerah dan memperbaiki kondisi ekonomi penduduk Indonesia.³ Ekonomi kreatif didalam pengembangan masyarakat bertujuan untuk membangun masyarakat yang berkembang pengembangan masyarakat mandiri. bertujuan untuk membangun masyarakat yang maju dan mandiri. Hal ini sejalan dengan kehadiran inisiatif pemerintah yang diarahkan pada pembangunan desa - desa Indonesia yang hakiki, sebagaimana diutarakan dalam gagasan Pokok Pikiran Ketiga. ditunjukan pada pembangunan desa - desa Indonesia yang sejati, sebagaimana diutarakan dalam gagasan Pikiran Utama Ketiga.⁴

Menurut statistik Karya besar, sektor ekonomi kreatif Indonesia diproyeksikan memberikan kontribusi hingga Rp.1.100 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Prakiraan statistik tahun 2020, sektor ekonomi kreatif Indonesia diproyeksikan memberikan kontribusi hingga Rp. 1.100 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. kontribusi paling

³ Ririn Noviyanti, "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Di Lingkungan Pesantren", Studi Kasus Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1", Jurnal Penelitian Ilmiah Intaj, Vol. Vol.02, No, (2017), h. 78.

⁴ Surya Putra Anom, Badan Usaha Milik Desa: Spirit Usaha Kolektif Desa, (Jakarta: Kementrian Desa Pembangunan Daerah Tertinggi dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2018).hlm.

signifikan Kontribusi paling berasal dari datang dari tiga subsektor ekonomi kreatif: gastronomi, mode, dan kerajinan subsektor ekonomi kreatif : gastronomi, mode, dan kerajinan. Selama ini, barang dari ekonomi kreatif telah dihasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang ingin dibangun pemerintah sebagai warisan jati diri bangsa. diproduksi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang ingin dibangun oleh pemerintah sebagai warisan jati diri bangsa.⁵

UMKM telah diakui diberbagai negara sebagai penyelamat Pembangunan ekonomi dan perbaikan kesejahteraan sosial masyarakat terkhusus pada negara berkembang seperti Indonesia yang mana UMKM terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Usaha Mikro, mewakili sektor dengan (UMKM) merupakan sektor yang memiliki potensi pertumbuhan signifikan .potensi pertumbuhan yang signifikan. Usaha kecil Menengah Usaha Mikro, (UMKM) berperan sebagai pelaku usaha yang efektif (UMKM) berfungsi sebagai fondasi yang efektif untuk menciptakan peluang kerja yang produktif. landasan untuk menciptakan kemungkinan pekerjaan yang produktif. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Usaha Mikro, merupakan sektor penting dalam peningkatan (UMKM) merupakan sektor vital dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap jumlah perusahaan, penyerapan tenaga kerja, dan pembangunan ekonomi nasional yang ditunjukkan oleh Produk Domestik Bruto

⁵Triawan Munaf, OPUS-Creative Economy Outlook 2019 (Jakarta: BEKRAF,2018)

⁶ Ishak, Aqidah, N. A., & Rusydi, M. (2022). Effectiveness of Monetary Policy Transmission Through Sharia and Conventional Instruments in Influencing Inflation in Indonesia. IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 7(1), 41–56. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>

(PDB). perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap jumlah perusahaan , penciptaan lapangan kerja , dan pembangunan ekonomi nasional sebagaimana ditunjukkan oleh Produk Domestik Bruto (PDB). Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam perekonomian Indonesia.

Wirausaha merupakan seseorang yang mampu melihat peluang dan kesempatan dalam mencari dana dari menjalankan suatu usaha baru untuk menghasilkan produk yang baru, dan orang tersebut berani mengambil risiko untuk mencapai kesejahteraan hidupnya.³ Adanya barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, terjadinya penyerapan tenaga kerja, dan juga perputaran uang yang cepat itu tidak lepas dari peran wirausaha. Dapat dilihat bahwa peran wirausaha dan masyarakat yang menjalankan usaha berskala kecil ini memiliki kontribusi dalam memicu pertumbuhan dan pembangunan suatu wilayah⁷.

Komponen komponen utama dari ekonomi kreatif adalah keterampilan ekonomi kreatif kemampuan, kreativitas, dan keahlian, yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui barang atau jasa yang berasal dari penemuan intelektual, adalah keterampilan, kemampuan, kreativitas, dan keahlian, yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui barang atau jasa yang berasal dari penemuan intelektual. Ekonomi Kreatif adalah merupakan elemen penting dalam kemajuan

⁷ Iskandar, A. S., Muhajir, M. N. A., Hamida, A., & Erwin, E. (2023). The Effects of Institutions on Economic Growth in East Asia. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 15(1), 87. <https://doi.org/10.17977/um002v15i12023p087>

UMKM di Indonesia. bersangkutanelemen dalam kemajuan UMKMIndonesia. Industri industri kreatif memilikimemiliki empat belas subsektor, yaitu perikanan, kerajinan, desain, fesyen, arsitektur, pasar produk seni , video, film empat belas subsektor: perikanan, kerajinan, desain, mode, arsitektur, pasar produk seni , video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan, percetakan, dan penelitian dan pengembangan. , dan fotografi , permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan, percetakan, serta penelitian dan pengembangan. Salah satu manifestation wujud of creative UMKM yang didorong oleh ekonomi kreatif adalah pengaruhnya yang menguntungkan bagi dinamika sosial, peningkatan ekonomi, dan persepsi suatu daerah, khususnya terkait kemajuan ekonomi kreatif di kota – kota Penyebaran MSME yang didorong oleh ekonomi di Indonesia memiliki dampak positif pada sosial dinamika, kemajuan ekonomi, dan persepsi sebuah wilayah, terutama dalam hal kemajuan kreatif ekonomi di kota-kota Indonesia.

Di Indonesia, industri kreatif industri memiliki potensi pertumbuhan lebih besar di pusat-pusat perkotaan besarlebih memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar di pusat kota utama. Sumber daya manusia yang dapat diandalkan dan jaringan pemasaran yang kuat sangat penting untuk hal ini. Dependable human resources dan kehadiran jaringan marketing yang lebih baik Salah satu cara untuk mendorong ekonomi kreatif adalah dengan menggunakan peristiwa sosial, melibatkan penggunaan acara sosial seperti festival, sebagai wadah untuk

memamerkan barang such as khas daerah. festival, sebagai sarana untuk menampilkan barang-barang khusus wilayah.⁸

Kementerian Kementeriandan UMKM menyatakan bahwa pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dikategorikan ke dalam beberapa sektor, meliputi pertanian, peternakan , perikanan, kehutanan, listrik, gas, Koperasi bersih dan perdagangan, perhotelan, jasa swasta , dan industri pengolahan .UMKM disebutkan bahwa pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dikategorikan ke dalam beberapa sektor, antara lain pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih , perdagangan, perhotelan, jasa swasta , dan industri pengolahan . Salah satunya mencakup sektor kreatif. Kemajuan kemajuaneкономи kreatif Indonesia merupakan harapan dan cerminan tujuan untuk mewujudkan cita - cita bangsa menjadi negara maju. Dari Ekonomi kreatif Indonesia merupakan perwujudan harapan dan mencerminkan tujuan untuk mewujudkan suatu negara untuk menjadi negara maju. Pemerintah Pemerintah Indonesia mengakuimenyadari potensi pengembangan di beberapa subsektor industri kreatif, mengingat sumber daya manusia yang inovatif dan warisan budaya yang melimpah. potensiuntuk pengembangan di beberapa subsektor industri kreatif, mengingat sumber daya manusia bangsa yang inovatif dan warisan budaya yang melimpah.

Kementerian Kementeriandan UMKM menyatakan bahwa pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dikategorikan ke dalam beberapa sektor, meliputi pertanian, peternakan , perikanan, kehutanan, listrik, gas,

⁸Ananda, A. D., Susilowati, D. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol X. Jilid X

Koperasi, bersih, perdagangan, perhotelan, jasa swasta, dan industri pengolahan, yang meliputi industri kreatif. UMKM disebutkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sedang berkembang dikategorikan ke dalam beberapa sektor, meliputi pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, perhotelan, jasa swasta, dan industri pengolahan, yang meliputi industri kreatif.⁹ Ekonomi kreatif merupakan suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang berasal dari aktivitas ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang dikenal sebagai suatu sistem kreatif. Transaksi penawaran dan permintaan yang berasal dari aktivitas ekonomi yang didorong oleh sektor industri yang dikenal sebagai Industri Kreatif. Oleh karena itu, sektor kreatif merupakan komponen integral dari ekonomi kreatif. Industri kreatif berasal dari penerapan kreativitas, keterampilan, dan kemampuan manusia. Untuk menghasilkan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan memanfaatkan potensi kreatif dan kecerdasan industri menghasilkan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan memanfaatkan potensi kreatif dan kecerdasan industri.¹⁰

Karena mereka memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan regional, industri kreatif harus dikembangkan di Indonesia. Ini disebabkan oleh fakta bahwa mereka memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, seperti peningkatan jumlah pekerjaan, peningkatan jumlah ekspor, dan

⁹Jurnal Koperasi & Umkm, Tabloid Kerja Sama Bisnis Indonesia Dengan Kementerian Negara Koperasi Dan Umkm, Edisi VI/ Oktober (2020)

¹⁰Darwanto, D, D, T, U. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang. Jurnal Of Ekonomi. Vol. 2. No. 4

kontribusinya terhadap GDP. Selanjutnya, mereka menciptakan lingkungan bisnis yang positif yang berdampak pada sektor lain, dan terakhir, mereka meningkatkan citra dan identitas negara, seperti melalui wisata, simbol nasional, dan budaya. Yang terakhir, konsep pembangunan ekonomi di Indonesia mencakup konsep ekonomi kreatif, yang berpotensi memberikan dampak sosial positif, seperti peningkatan kualitas hidup dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian, Indonesia dapat mengembangkan contoh dari ide-ide dan kemampuan individu yang memungkinkan mereka untuk menciptakan dan menghasilkan sesuatu. Ini akan memberikan contoh dari mindset kreatif yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup di masa depan.¹¹

Karena media massa, cetak, dan internet sudah ada, memiliki usaha di Ekonomi Kreatif menjadi lebih menarik dibandingkan era ekonomi sebelumnya. Usaha kita tidak hanya terbatas pada apa yang bisa kita jual, tetapi juga luas dan bisa dikembangkan karena pertukaran informasi yang tidak terbatas. Konten digital menjadi pilihan utama di era saat ini. (keempat) Merangsang pola pikir masyarakat agar lebih inventif, inovatif, dan peka terhadap isu-isu di sekitarnya. Masyarakat juga perlu lebih melek teknologi, dengan mempertimbangkan keterbatasan dan bakat yang dimiliki.

Ini akan menjadi referensi bagi komunitas untuk bergerak maju dan membuat barang dan jasa baru untuk memenuhi kebutuhan mereka. (fifth) Sebagai branding, pembentukan identitas, dan icon dari suatu region. Sebuah

¹¹Purnomo, R. A. (2016). Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia. Surakarta: Ziyad Visi Media

region, kota, atau provinsi dapat menggunakan gagasan kreatif ekonomi sebagai strategi untuk membangun wilayahnya dan membranding identitasnya.¹²

Ekonomi kreatif dan industri kreatif saling terkait erat. Untuk bersaing dan mencapai keunggulan dalam perekonomian global, ekonomi kreatif merupakan sistem pertukaran dan penawaran yang berasal dari aktivitas yang berfokus pada produksi barang dan jasa dengan mengandalkan keterampilan, pengetahuan, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual.¹³

Komponen utama ekonomi kreatif adalah keterampilan, kemampuan, kreativitas, dan keahlian, yang berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui barang atau jasa yang dihasilkan dari penemuan intelektual. Ekonomi kreatif merupakan unsur penting dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Industri kreatif memiliki empat belas subsektor: perikanan, kerajinan, desain, mode, arsitektur, pasar produk seni, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan, percetakan, dan penelitian dan pengembangan. Manifestasi pertumbuhan UMKM yang didorong oleh ekonomi kreatif adalah pengaruh positifnya terhadap dinamika sosial, peningkatan ekonomi, dan persepsi terhadap suatu wilayah, terutama dalam kerangka pengembangan ekonomi kreatif perkotaan di konteks regional. Di Indonesia, industri kreatif memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar di pusat-pusat perkotaan besar. Hal ini berkaitan dengan ketersediaan sumber daya

¹²Ruth Florida W. M. Hutabarat, Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif, (Universitas Negeri Malang, vol. 7. Nomor 1). h.14.

¹³Suryana. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang. Bandung; Salemba Empat

manusia yang andal dan keberadaan jaringan pemasaran yang unggul. Salah satu strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif adalah memanfaatkan acara sosial, seperti festival, untuk memamerkan produk khas regional.¹⁴

Ekonomi kreatif di banyak negara berperan penting dalam kemajuan dan kesejahteraan. Ekonomi kreatif dapat menciptakan peluang kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, serta menjadi katalisator bagi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dan kemajuan. Kemajuan ekonomi kreatif telah memungkinkan negara-negara industri seperti Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, dan beberapa negara Eropa untuk memperoleh dan memanfaatkan berbagai bentuk kekayaan.¹⁵

Banyak UMKM di sektor kreatif Kota Palopo yang masih berjuang dengan modal, sumber daya manusia, dan kecakapan teknologi. Kondisi usaha ekonomi kreatif di Kota Palopo sendiri telah dikenal oleh masyarakat luas baik di dalam maupun di luar daerah. Peluang pemberdayaan yang ada terkadang belum menunjukkan sejauh mana harapan terhadap usaha-usaha tersebut untuk mendukung pertumbuhan sistem ekonomi yang berkeadilan, yang menyebabkan UMKM berbasis ekonomi kreatif belum memberikan pola yang positif secara khusus bagi kota Palopo.¹⁶

¹⁴Ananda, A. D., Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol X. Jilid X

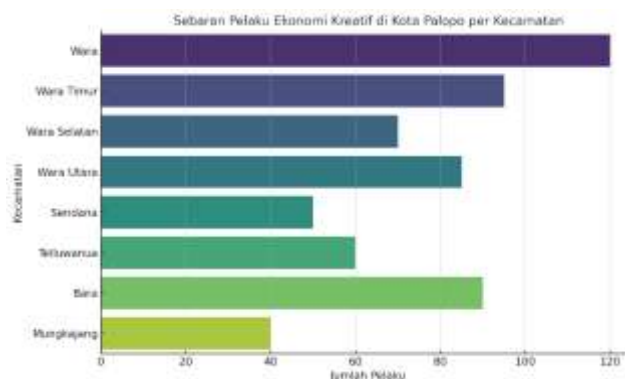
¹⁵Tajuddin, Nur Mayasari. (2019). Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo. Jurnal Of Islamic Management And Bussines. Vol 2. No. 1

¹⁶Tajuddin, Nur Mayasari (2019). Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo. DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines. Vol. 2, No. 1



Gambar 1.1. (Grafik Tren Pendapatan UMKM di Kota Palopo)

Grafik tren pendapatan UMKM Kota Palopo pada periode 2020 hingga 2024 menunjukkan pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2020, pendapatan UMKM tercatat sebesar Rp12,5 miliar dan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hingga tahun 2024, pendapatan UMKM mencapai Rp21,3 miliar. Kenaikan ini mencerminkan adanya perkembangan usaha yang signifikan serta kontribusi sektor UMKM terhadap perekonomian lokal yang semakin kuat.¹⁷



Gambar 1.2. (Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Palopo)

Peta batang sebaran ekonomi kreatif per kecamatan di Kota Palopo memberikan gambaran mengenai persebaran pelaku usaha ekonomi kreatif di wilayah tersebut. Data menunjukkan bahwa Kecamatan Wara menjadi pusat

¹⁷Badan Pusat Statistika Kota Palopo : Data UMKM Kota Palopo.

aktivitas ekonomi kreatif dengan jumlah pelaku terbanyak dibanding kecamatan lainnya. Setelah Wara, Kecamatan Wara Timur dan Bara juga menunjukkan jumlah pelaku ekonomi kreatif yang cukup signifikan. Hal ini menandakan bahwa konsentrasi kegiatan ekonomi kreatif lebih dominan di wilayah pusat kota, yang kemungkinan didukung oleh akses pasar, infrastruktur, dan dukungan kebijakan yang lebih memadai.¹⁸

UMKM di Kota Palopo yang berpusat pada ekonomi kreatif dipilih dalam penelitian ini karena sektor ini dianggap mampu menyediakan sumber daya manusia yang dibekali dengan ilmu pengetahuan, kreativitas, dan inovasi, serta menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan. Inisiatif yang menjadi landasan sebuah negara adalah pengembangan kreativitas yang bermanfaat bagi masyarakat. Selain itu, UMKM kreatif diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap ciri khas budaya asli Kota Palopo. Oleh karena itu, judul “Metode Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Ekonomi Berkelanjutan di Kota Palopo” dipilih oleh penulis.

B. Batasan Masalah

Dengan membatasi masalah, peneliti dapat mencegah penyimpangan dari topik dan memfasilitasi lebih banyak konsentrasi selama diskusi, yang akan membantu peneliti mencapai tujuannya. Analisis pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi berkelanjutan Kota Palopo menjadi satu-satunya ruang lingkup dalam penelitian ini.

¹⁸Badan Pusat Statistika Kota Palopo : Data UMKM Kota Palopo.

C. Rumusan Masalah

Dengan konteks yang telah disebutkan sebelumnya, kami dapat menyatakan masalah ini sebagai berikut:

1. Bagaimana metode pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam mengembangkan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui metode pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh para pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo.

E. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah keuntungan yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Teori
 - a. Bagi peneliti

Secara teoritis, temuan penelitian ini dapat memberikan informasi, pemahaman, dan pengalaman kepada peneliti tentang bagaimana membangun UMKM berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan ekonomi berkelanjutan di Kota Palopo.

b. Bagi Jurusan/Fakultas

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi tambahan bagi penelitian selanjutnya, khususnya bagi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berfokus pada pertumbuhan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi berkelanjutan Kota Palopo.

c. Bagi masyarakat

Masyarakat Kota Palopo dapat mengetahui bagaimana UMKM yang berakar pada ekonomi kreatif tumbuh dan meningkatkan ekonomi berkelanjutan di Kota Palopo.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk mengumpulkan referensi dan bahan perbandingan, para peneliti menggabungkan penelitian terdahulu yang relevan dengan cara-cara berikut:

1. Penelitian Widi Apriliani, yang dimuat dalam skripsinya “Studi Kasus Cafe Praketa Kopi Purwokerto: Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui analisis SOAR.” Menurut temuannya, Café Praketa Kopi, salah satu pelaku bisnis di sektor ekonomi kreatif, berhasil bertahan di tengah tren kedai kopi, yang mana banyak sekali kedai kopi baru yang dibuka di sekitarnya hingga tahun 2020. Berdasarkan hal ini, bahkan dengan fase strategis dan analisis SOAR dari pertumbuhan perusahaan, banyak saingan dengan perusahaan yang sebanding membutuhkan strategi tambahan yang memanfaatkan kekuatan mereka sambil juga mengenali kemungkinan pasar yang tetap tersedia.¹⁹ Baik metodologi penelitian kualitatif maupun diskusi tentang rencana pertumbuhan Ekonomi Kreatif digunakan dalam penelitian ini. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, lokasi penelitian, penekanan penelitian, dan sumber informan penelitian.
2. Dalam makalah yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kacang Sangrai di Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan,” Oktaria Dwita Permata mempresentasikan

¹⁹ Widi Apriliani, Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Analisis SOAR (Studi Kasus Cafe Praketa Kopi Purwokerto, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020.

hasil temuannya. Temuannya menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah di sektor UKM, teknis produksi dan operasional, pasar dan pemasaran, sumber daya manusia (SDM), dan pembiayaan, semuanya berdampak pada pertumbuhan UKM kacang sangrai. Pengembangan SDM UKM kacang sangrai melalui pendampingan teknis dan penelitian, perluasan peran lembaga keuangan dalam mendukung pembiayaan dan pembinaan, pembangunan infrastruktur dan sarana produksi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, perluasan pangsa pasar dan pemasaran, serta perlunya peran aktif pemerintah dalam menjaga eksistensi UKM kacang sangrai merupakan beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan UKM kacang sangrai.²⁰ Persamaan dari penelitian ini adalah keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas tentang pengembangan usaha. Adapun perbedaannya adalah pada fokus penelitiannya pada lokasi penelitian, waktu, dan sumber informan penelitian.

3. Penelitian Diah Ayu Fitriani dalam skripsinya yang berjudul Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Lingkungan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Desa Patokan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam Perspektif Ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa yang harus dikembangkan dari setiap sub sektor ekonomi kreatif di pondok pesantren Al-Mashduqiah dan memiliki peluang yang besar untuk

²⁰ Oktaria Dwi Permata, Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kacang Sangrai di Kelurahan Keranggan Kecamatan Setu Kota Tangerang Selatan, Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

dikembangkan dari segi produksi ataupun pemasaran yang akan dilakukan. Dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan ekonomi kreatif telah memenuhi dari segi ekonomi rabbani, ekonomi kemanusiaan, ekonomi akhlak, hingga ekonomi keseimbangan.²¹ Persamaan dalam penelitian ini adalah keduanya sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang pengembangan ekonomi kreatif. Adapun perbedaannya terdapat pada waktu dan lokasi penelitian.

4. Penelitian berjudul “Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital di Surabaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam” dilakukan oleh Rio Febriannur Rachman pada tahun 2019. Hasilnya adalah pengembangan industri kreatif berbasis media sosial digital di Surabaya melalui pendirian co-working space dilakukan dengan memanfaatkan prinsip kapitalis. Hal ini dikarenakan pemerintah daerah tidak mempercayai profit atau keuntungan dan materi yang bernilai dari penjualan sarana atau fasilitas tersebut. Lebih lanjut, Pemerintah Kota Surabaya menyediakan fasilitas dan sarana yang bebas dari retribusi, pajak, atau bentuk hukuman lainnya sehingga masyarakat umum dapat bekerja sama untuk mengembangkan industri kreatif dan mencapai kondisi yang selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Melalui proses ini, diharapkan akan muncul simbiosis mutualistik yang menguntungkan Pemerintah Kota Surabaya dalam proses penerapannya dan bermanfaat bagi masyarakat baik secara individu maupun

²¹ Dyah Ayu Fitria, Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Lingkungan Pondok Pesantren Al Mashduqiah Desa Patokan Kelurahan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam Perspektif Ekonomi Islam, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya, 2020.

kolektif. Pada satu titik, muncul situasi di mana masyarakat menjadi lebih inovatif dan kreatif serta menggunakan media digital semaksimal mungkin. Mekanisme ekonomi yang paling sering digunakan tanpa eksploitasi terhadap entitas-entitas yang disebutkan di atas selaras dengan prinsip-prinsip Islam yang humanis dan universal. Menurut seorang cendekiawan kontemporer, *maqasid al-syariah*, yang juga dikenal sebagai tujuan dari kepatuhan terhadap hukum Islam, merupakan konsep yang didasarkan pada perlindungan agama, keluarga, akal, kehidupan manusia, dan jiwa. Kebijakan yang didasarkan pada pengembangan ekonomi, seperti yang terlihat pada industri kreatif yang berpusat pada media digital, memiliki potensi untuk meningkatkan keamanan pada tingkat yang paling rendah. Sebagai bentuk dukungan publik, ruang kerja bersama dilihat secara obyektif dari sudut pandang kegunaannya. Selain statistik yang menunjukkan konsistensi pengguna selama sesi pelatihan dan jumlah komunitas yang terus beroperasi, ada juga kolaborasi dengan UMKM di kota ini. Jumlah peserta dalam industri kreatif berbasis media digital juga dapat dianggap sebagai variabel ukuran; individu yang memiliki rasa memiliki terhadap fasilitas yang ditawarkan lebih mungkin untuk berpartisipasi dan menggunakan sarana yang tersedia sebagai keberhasilan program.²²

5. Penelitian ini berjudul “Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital: studi kasus Zydnaa Edukasi Jombang,” yang dilakukan oleh Imma

²²Rio Febriannur Rachman, “Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital Di Surabaya Dalam Perspektif Islam”, Vol. 10, No. 2, (2019), h. 157– 176.

Rohmatul Asya pada tahun 2020. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan pendekatan studi kasus, strategi peneliti dalam mempelajari strategi pengembangan ekonomi inovatif lebih menekankan pada ketepatan dan analisis mendalam, sehingga dapat mengumpulkan informasi dan temuan yang dapat dicirikan sebagai komponen penting dari data penelitian. Baik data primer maupun sekunder digunakan dalam penelitian ini; khususnya, data primer yang memiliki hubungan langsung dengan kegiatan ekonomi inovatif dalam pendidikan di Zydna. Data sekunder, atau informasi yang berasal dari beberapa buku dan makalah yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, adalah informasi yang tidak secara langsung relevan dengan penggunaan ekonomi kreatif di Zydnaa Education. Reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan adalah metode analisis data yang digunakan. Temuan dari penelitian ini adalah Zydnaa Edukasi sebagai pelaku ekonomi kreatif yang menghasilkan karya-karya seni yang berpotensi untuk memajukan masyarakat kota Jombang. Oleh karena itu, jelas sulit untuk menciptakan karya kreatif yang berkembang di era digital. Sebuah bisnis juga harus memiliki strategi untuk bertahan di industri kreatif karena munculnya banyak pesaing. Strategi tersebut antara lain dengan memperbanyak reseller di berbagai kota untuk memudahkan pembelian, memperluas jangkauan produk yang ditawarkan, meningkatkan jaringan promosi, terutama di masa pandemi untuk meningkatkan awareness

masyarakat terhadap produk, dan meningkatkan kualitas produk agar lebih menarik.²³

B. Deskripsi Teori

1. Pengertian Analisis

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan analisis sebagai penyelidikan terhadap suatu peristiwa, baik perbuatan, karangan, atau hal lain untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Analisis adalah proses penguraian suatu masalah ke dalam unsur-unsur komponennya, penelaahan atas komponen-komponen tersebut, dan penentuan hubungan antar komponen untuk memahami masalah dan keseluruhannya dengan tepat.²⁴ Analisis adalah pemeriksaan terhadap situasi atau masalah yang ditangani, dengan mempertimbangkan sejumlah sudut pandang dan perspektif yang berbeda.²⁵

Menurut definisi yang diberikan di atas, analisis adalah proses melihat ke dalam suatu masalah untuk memberikan deskripsi yang lebih menyeluruh yang mengungkapkan keadaan yang sebenarnya.

2. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam literatur, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan secara berbeda oleh berbagai organisasi, lembaga, dan bahkan undang-undang.

Definisi UMKM berikut ini diberikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

²³ Imma Rokhmatul Asya, “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital”, Jurnal At-Tanwil, Vol. vol.2, (2020).

²⁴ Salim, Peter, & Salim, Y. (2002). Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer. Jakarta: Modern English Press.

²⁵ Sarwono, J. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.

a. Usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan, disebut usaha mikro.

b. Usaha kecil adalah usaha produktif yang secara ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang tidak memenuhi persyaratan usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Usaha kecil dapat berupa usaha yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.

c. Menurut undang-undang ini, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, ayat 6, menyatakan bahwa kriteria yang harus dipenuhi oleh usaha mikro adalah sebagai berikut: a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak

termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).²⁶

Perusahaan produktif yang dikenal sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diciptakan untuk mendukung pengembangan ekonomi nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang egaliter. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM adalah alat bagi upaya nasional untuk memperluas dan mengembangkan ekonomi dengan mengikutsertakan sebanyak mungkin pelaku ekonomi sesuai dengan kapasitasnya dan memastikan kesetaraan bagi semua pihak yang terlibat.²⁷

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah perusahaan yang menguntungkan yang dijalankan oleh orang atau organisasi yang menggunakan sejumlah modal untuk memproduksi barang. Jika perusahaan telah beroperasi selama lebih dari satu tahun, perusahaan tersebut dapat dianggap sebagai UMKM. Selain meningkatkan pembangunan ekonomi nasional, UMKM dapat menyerap tenaga kerja sehingga menurunkan tingkat pengangguran di suatu daerah.

3. Memperoleh Pengetahuan tentang Ekonomi Kreatif

Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana orang dan masyarakat membuat keputusan, apakah mereka memiliki akses ke uang atau tidak. Mereka melakukan hal ini dengan menggunakan sumber daya yang terbatas yang dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai macam barang dan

²⁶ Dani Danuar Tri U., Darwanto, “ Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang “, *Diponegoro Journal Of Economics*, Vol. 2, No. 4, Tahun 2013: 1-13, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>

²⁷ Wilantara, R. F., Indrawan, R. (2016). Strategi dan Kebijakan Pengembangan Umkm. Bandung: Refika Aditama

jasa dan mendistribusikannya ke berbagai kelompok masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka saat ini dan di masa depan.²⁸

Transisi antara era agraris, industri, dan informasi. Menurut Departemen Perdagangan, ekonomi kreatif adalah hasil dari upaya untuk menggunakan kreativitas untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan, yang berkaitan dengan lingkungan ekonomi yang kompetitif dan sumber daya yang dapat diperbaharui. Memanfaatkan cadangan sumber daya yang tidak dapat diperbaharui dan bahkan tidak terbatas-yaitu ide, kemampuan, dan kreativitas-adalah fungsi utama ekonomi kreatif.

Dalam bukunya yang berjudul Ekonomi Kreatif Sebagai Pilar Pembangunan Indonesia, Rohmat Aldy Purnomo menyajikan tesis John Howkins tentang ekonomi kreatif. Menurut buku John Howkins, “bagaimana orang menghasilkan uang jika dari cita-cita” adalah penjelasan tentang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif, menurut tesis John Howkins, adalah kegiatan ekonomi individu yang menghabiskan sebagian waktunya untuk menghasilkan ide-ide daripada hanya melakukan tugas-tugas yang berulang dan rutin.²⁹

Sumber daya manusia adalah komponen produksi utama dalam ekonomi kreatif, yang merupakan gagasan tentang zaman baru yang menekankan pengetahuan dan kreativitas dengan mengatur ide dan pengetahuan secara mendalam. Sebuah sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan penciptaan, distribusi, pertukaran, dan konsumsi produk dan jasa yang memiliki kualitas

²⁸Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h. 8-9.

²⁹Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pillar Pembangunan Indonesia*.hlm.10

budaya, artistik, estetika, intelektual, dan emosional bagi konsumen di pasar sering disebut sebagai ekonomi kreatif.

Menurut Betti Alisjahbana, ekonomi kreatif memiliki tiga hal: Knowledge Creative (pengetahuan kreatif). Labor Intensive (kekuatan tenaga kerja) dan Skilled Worker (pekerja yang berkemampuan) dapat digunakan untuk menjangkau banyak orang di industri kreatif yang terus berkembang di Indonesia, seperti kerajinan tangan, periklanan, penerbitan dan percetakan, televisi dan radio, arsitektur, musik, desain, dan fashion.³⁰

Pada intinya, kreativitas adalah kapasitas yang luas untuk menghasilkan ide-ide baru, memberikan solusi baru untuk masalah, atau mengenali hubungan baru di antara bagian-bagian yang sudah ada.³¹

Mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berdasarkan kreativitas adalah tujuan dari ekonomi kreatif. penggunaan ide, keterampilan, dan kreativitas yang tidak hanya tak terbatas tetapi juga terbarukan. Penggunaan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui pengembangan teknologi yang lebih canggih menentukan nilai ekonomi suatu produk atau jasa di era kreatif, bukan pada bahan atau metode produksi seperti di era industri. Industri sekarang harus bersaing di pasar dengan menggunakan imajinasi, kreativitas, dan inovasi, bukan hanya harga atau kualitas produk.³²

³⁰ Agus Rochani, Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mewujudkan Kota Cerdas Studi Kasus Kabupaten Purbalingga, Jurusan Perencanaan Wilayah & Kota, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Volume 1, Nomor 1, 2017, h. 83.

³¹ Utami Munandar, Pengembangan Kreativitas Anak, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 24.

³² Rochmat Aldy Purnomo, Ekonomi Kreatif, Pilar Pembangunan Indonesia, (Ponorogo: www.nulisbuku.com, 2010), h.8.

Perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual, yang dihasilkan dari kreativitas berdasarkan ilmu pengetahuan, pengetahuan, dan warisan budaya, adalah apa yang didefinisikan oleh UU No. 24 Tahun 2019 sebagai ekonomi kreatif. Orang perseorangan atau kelompok orang Indonesia, serta perusahaan korporat dengan atau tanpa organisasi berbadan hukum yang didirikan sesuai dengan hukum Indonesia, yang terlibat dalam kegiatan ekonomi kreatif disebut sebagai “pelaku ekonomi kreatif.”

Istilah “ekonomi kreatif” mengacu pada setiap kegiatan ekonomi yang melibatkan ide, inovasi, dan kreativitas yang berasal dari sumber daya manusia untuk memberikan nilai tambah pada komoditas dan layanan.³³

Departemen Perdagangan Republik Indonesia mendefinisikan industri kreatif sebagai pemanfaatan kreativitas, kemampuan, serta bakat seseorang untuk menghasilkan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan memanfaatkan potensi kreatif yang dimilikinya.³⁴

Meskipun ekonomi kreatif dan industri kreatif memiliki hubungan yang erat, ekonomi kreatif lebih luas daripada industri kreatif. Pasar, lingkungan pengembangan, arsip, dan rantai nilai kreatif semuanya saling terkait dalam ekosistem ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif tidak hanya mencakup produksi nilai ekonomi, tetapi juga produksi nilai sosial, budaya, dan lingkungan. Oleh karena

³³ Djulius, H. (2019). *Tinjauan Dan Analisis Ekonomi Terhadap Industri Kreatif Di Indonesia*. Yogyakarta: Diandra Kreatif

³⁴ Ginting, Y. M. (2020). *Ekonomi Kreatif: Prinsip Evolusi dan Pengembangannya Di Indonesia*.

itu, ekonomi kreatif tidak hanya dapat meningkatkan daya saing tetapi juga meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia.³⁵

Dengan menggabungkan kreativitas dalam penciptaan kesulitan produk, ekonomi kreatif adalah masalah ide atau konsep yang mungkin diperoleh dari pemikiran intelektual. Baik itu kreativitas pemasaran atau kreativitas berbasis teknologi, kreativitas adalah landasan dari setiap produk yang disediakan di era digital saat ini.

Hal ini berinovasi untuk menyediakan barang dan jasa yang secara konsisten memuaskan permintaan pelanggan. Memanfaatkan keunikan budaya Indonesia sebagai kekuatan dalam pertumbuhan ekonomi kreatif merupakan potensi yang dimiliki oleh ekonomi kreatif. Dalam hal ini, pertumbuhan ekonomi kreatif berfungsi sebagai alat untuk mendukung dan meningkatkan keragaman budaya Indonesia di samping meningkatkan ekonomi negara. Diharapkan bahwa prosedur ini akan meningkatkan pendapatan dan sikap masyarakat secara berkelanjutan.³⁶

Menawarkan kesempatan kerja yang cukup untuk mempertahankan perluasan angkatan kerja, terutama di negara-negara berkembang, adalah salah satu elemen paling penting dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif. Budaya lokal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif, dan harus menjadi fondasi pengembangan tersebut.

³⁵ Pangestu, M., & Nirwandar S. (2014). Pengembangan Ekonomi Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI

³⁶ Siti Nur Azizah dan Muhfiatun, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Padanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol. vo.17 No.2, (2017), h. 66.

4. **Ekonomi konvensional dan ekonomi islam**

Dua subbidang utama dari ekonomi kreatif. Secara umum, disiplin ilmu ekonomi meneliti bagaimana orang atau kelompok yang berbeda dalam suatu komunitas mengelola sumber daya mereka yang terbatas. Ekonomi Islam, di sisi lain, adalah disiplin ilmu yang meneliti bagaimana orang berperilaku ketika mereka mencoba untuk mencocokkan permintaan mereka yang terbatas dengan sumber daya yang sesuai dengan hukum Islam.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, ekonomi berkelanjutan memberikan penekanan yang kuat pada penggunaan sumber daya manusia dan sumber daya alam secara berkelanjutan. Hal ini mencakup pelestarian sumber daya, mengurangi polusi, dan membina keselarasan ekologi. Membangun struktur ekonomi yang membantu generasi saat ini sambil menghindari merugikan generasi masa depan adalah tujuan utama ekonomi berkelanjutan. Hal ini mencakup penggunaan teknologi ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan, dan penciptaan model bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan ekologis.³⁷

Kegiatan ekonomi yang telah berkembang di masa lalu sering kali menimbulkan kesenjangan sosial yang signifikan dan dampak lingkungan yang

³⁷ Arief Maulana ,” Pakar Unpad: Ekonomi Berkelanjutan Antisipasi Dampak Pertumbuhan Ekonomi”, September 29, 2022 . <https://www.unpad.ac.id/2022/09/pakar-unpad-ekonomiberkelanjutan-antisipasi-dampak-pertumbuhan-ekonomi/>

merugikan. Keberadaan manusia di masa depan dapat terancam sebagai akibat dari perilaku ekonomi tersebut. Oleh karena itu, topik keberlanjutan dalam operasi bisnis telah mendapatkan perhatian yang signifikan. Selain mempertimbangkan keadilan sosial dan kelestarian lingkungan, komponen ini berupaya memastikan bahwa pembangunan ekonomi juga membantu masyarakat menjadi lebih terampil dan kompetitif sehingga mereka dapat menghasilkan lebih banyak uang.

Gagasan ekonomi berkelanjutan sangat menekankan pada keseimbangan antara tiga P: profit, people, dan environment. Selama proses produksi, hal ini berusaha untuk memberikan kemungkinan yang bermanfaat bagi ekonomi dan lingkungan. Untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan, sangat penting untuk memanfaatkan sumber daya alam secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Kualitas hidup, kesejahteraan masyarakat, dan prospek pekerjaan akan meningkat, sehingga memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Ekonomi berkelanjutan di Indonesia adalah ekonomi yang memprioritaskan kesejahteraan bersama antara produsen dan konsumen di atas tujuan eksklusif ekspansi ekonomi. Pembangunan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melindungi lingkungan, dan memastikan kesetaraan, serta tata kelola pemerintahan yang menjaga standar hidup, adalah tujuan dari keberlanjutan. Dampak utama dari ekonomi yang berkembang adalah memburuknya kualitas lingkungan, yang menyebabkan bencana alam dan mengganggu aktivitas komersial dan industri. Ekonomi melingkar adalah cara lain untuk mengkaji ekonomi berkelanjutan.

Siklus hidup suatu produk yang dapat berlangsung selamanya diwakili oleh sebuah lingkaran dalam model ekonomi yang dikenal sebagai “ekonomi melingkar.” Untuk mencapai tujuan nol limbah, model ini berupaya menghasilkan pembangunan ekonomi yang menopang nilai barang, bahan, dan sumber daya dalam perekonomian secara abadi.

Konsep 5R - penggunaan ulang dan daur ulang - dapat digunakan untuk mewujudkan ekonomi sirkular. Dengan memastikan bahwa sampah dapat diubah menjadi barang baru atau bahan baku untuk produk lain pendekatan ini berupaya meminimalkan penggunaan sumber daya. Sebagai contoh, kulit nanas yang mengandung enzim bromelain dapat diubah menjadi pakan ternak, dan kotoran ternak dapat digunakan untuk meningkatkan kesuburan perkebunan atau lahan pertanian. Hal ini menunjukkan pendekatan ekonomi sirkular, di mana sampah didaur ulang untuk kepentingan kedua belah pihak dan tidak berakhir sebagai limbah. Sampah makanan, seperti daging atau kulit kentang, juga dapat digunakan oleh UKM di industri makanan dan minuman untuk membuat pakan unggas atau pupuk mikroorganisme lokal (MOL). Kita bisa mulai mengurangi sampah dalam kehidupan sehari-hari dan memikirkan apakah bahan bekas bisa disumbangkan atau dimanfaatkan untuk membuat produk baru.³⁸

Secara umum, komponen keberlanjutan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membangun masa depan yang lebih cerah. Selain menyediakan air bersih dan sanitasi, memastikan energi yang bersih dan terjangkau, menciptakan lapangan kerja yang baik dan pertumbuhan ekonomi

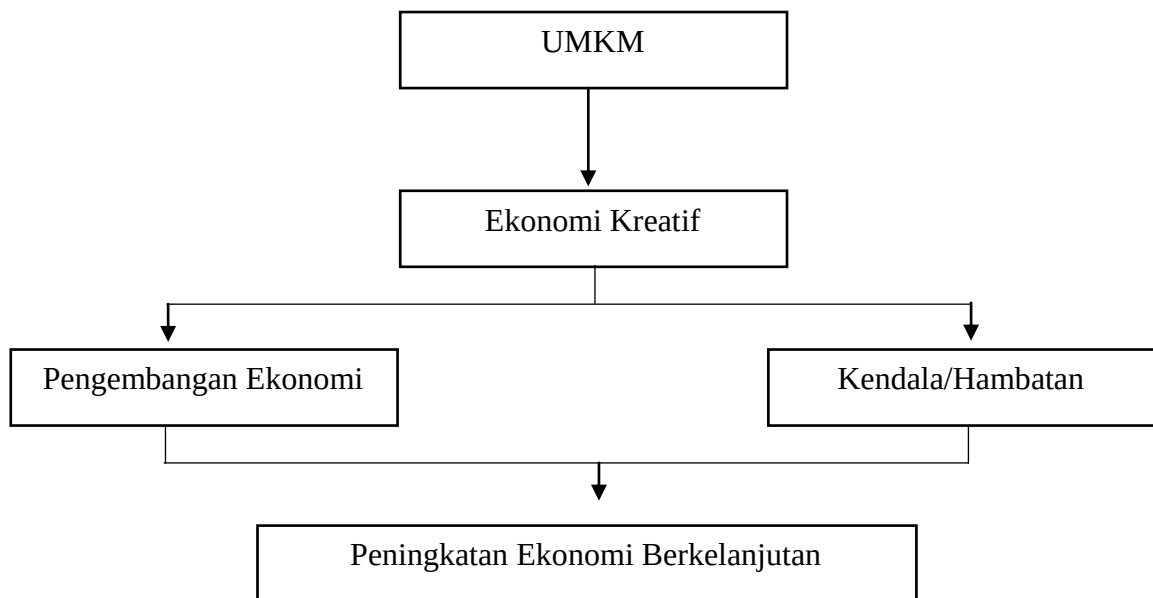
³⁸ Ratna Dewi, ” Pentingnya Penerapan Ekonomi Berkelanjutan”, Agustus 5, 2023 .
<https://desaplembutan.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/2121>

yang stabil, serta mendorong industri, inovasi, dan infrastruktur yang berkelanjutan, komponen ini juga bertujuan untuk mencapai setidaknya 17 hasil, seperti mengentaskan kemiskinan dan kelaparan, meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, menjamin pendidikan yang berkualitas, dan mencapai kesetaraan gender. Mengurangi kesenjangan, membangun kota dan masyarakat yang berkelanjutan, membatasi produksi dan konsumsi yang tidak bijaksana, memerangi perubahan iklim, menjaga ekosistem darat dan laut, memajukan keadilan, perdamaian, dan institusi yang kuat, serta membentuk aliansi adalah bagian dari tujuan ini. Oleh karena itu, untuk mencapai ciri-ciri ekonomi yang berkelanjutan, diperlukan kesadaran dan tindakan yang terkoordinasi.³⁹

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah suatu gagasan yang mengintegrasikan ide dengan konsep lain berdasarkan fakta-fakta yang telah diakui. Adapun kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

³⁹ Ratna Dewi ,” Pentingnya Penerapan Ekonomi Berkelanjutan”, Agustus 5, 2023 .
<https://desaplembutan.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/2121>



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

Grafik di atas menggambarkan hubungan antara berbagai aspek penting dalam pertumbuhan ekonomi, terutama yang berkaitan dengan UMKM dan ekonomi kreatif. Sebagai penggerak ekonomi lokal, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah tempat yang penting untuk memulai dalam kerangka kerja ini. Untuk berkembang sebaik mungkin, UMKM harus mengidentifikasi dan mengatasi sejumlah tantangan atau rintangan yang berkaitan dengan pembiayaan, akses pasar, teknologi, dan sumber daya manusia.

Paradigma ini juga menghadirkan ekonomi kreatif sebagai cara yang diperhitungkan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi tantangan global dengan memadukan kreativitas, inovasi, dan teknologi. Selain meningkatkan pendapatan, strategi ini juga bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari

barang dan jasa yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM, yang akan mengarah pada penciptaan lapangan kerja baru dan mendukung pembangunan ekonomi lokal.

Kesimpulan dari alur kerangka kerja ini menunjukkan bagaimana memperkuat UMKM dengan strategi ekonomi kreatif dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dan peningkatan ekonomi jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa efek yang ditimbulkan bersifat jangka panjang dan memiliki potensi untuk menciptakan lingkungan ekonomi yang berkelanjutan, otonom, dan inklusif. Dengan kata lain, kerangka kerja ini menunjukkan bahwa realisasi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal dan nasional bergantung pada pemberdayaan UMKM yang didukung oleh taktik ekonomi kreatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti tindakan yang dilakukan berdasarkan nilai mutu adalah metode penelitian yang berfokus pada aspek kualitas dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena.⁴⁰

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari narasi, ungkapan, dan cerita detail yang berasal dari wawancara atau observasi mendalam dengan responden atau narasumber. Metode ini digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan peristiwa, fenomena, dinamika sosial, atau persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu hal tertentu. Penelitian kualitatif memerlukan proses yang panjang, sistematis, dan mendalam untuk menemukan penyebab suatu peristiwa atau fenomena tertentu, dan tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan fenomena secara menyeluruh dengan mengumpulkan data yang mendalam tentang subjek yang diteliti.⁴¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi pustaka sebagai tahap penelitian. Tahap studi pustaka menghimpun sumber kepustakaan, baik primer maupun sekunder.⁴²

⁴⁰ Wahyudin Darmalaksana, "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan", Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2020 h. 1–6.

⁴¹ Anton M. Moeliono, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999).

⁴² Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006).

Formula penelitian digunakan untuk mengklasifikasikan data dalam penelitian ini. Pengolahan dan pengutipan data referensi digunakan untuk menghasilkan pengetahuan yang utuh dan membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk memberikan pengertian deskriptif tentang bagaimana UMKM berbasis ekonomi kreatif berkembang untuk meningkatkan ekonomi berkelanjutan di kota Palopo.⁴³

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat bagi pembatasan mengenai objek penelitian yang diangkat manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh dari lapangan. Penentuan fokus penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi perekonomian dan sosial ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan. Fokus penelitian digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan dari pokok masalah agar memudahkan peneliti untuk lebih terarah dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Fokus Penelitian ini tentang bagaimana UMKM berbasis ekonomi kreatif berkembang untuk meningkatkan ekonomi berkelanjutan di kota Palopo. dan akan berlangsung selama kurang lebih dua bulan.

C. Definisi Istilah

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber awal atau data verbal atau kata-kata yang

⁴³ Jozef Raco, “Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya”, 2018, <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>.

diucapkan secara lisan, atau gerak-gerik perilaku subjek penelitian yang terkait dengan variabel penelitian.⁴⁴ Data dikumpulkan dari lokasi penelitian melalui wawancara dengan bisnis UMKM lokal di Kota Palopo. Data ini mungkin bukan dari sumber aslinya, atau mungkin bukan dari sumber pertama, tetapi mungkin hasil penyajian dari sumber lain. Data yang terdiri dari foto, dokumen grafis (seperti catatan, notulen rapat, wa, dan lain-lain) dan sumber lain yang dapat memperkaya data primer juga disebut sebagai data sekunder. Hasil didasarkan pada Al-Qur'an dan hadits, serta analisis sumber kepustakaan yang relevan seperti ebook, Google Books, dan jurnal artikel yang berkaitan dengan subjek penelitian.⁴⁵

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang biasa dikenal sebagai informan. Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Palopo. Utamanya UMKM yang bergerak pada bidang *Food and Beverage* yaitu *coffee shop*.

E. Data Dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang dikumpulkan dan dianalisis secara rahasia dari sumbernya. Dimungkinkan untuk mengatakan bahwa data atau informasi yang dikumpulkan darinya tidak pernah berubah. Observasi, angket, dan dokumentasi adalah metode pengumpulan data awal. Biasanya melalui interaksi langsung dengan objek penelitian seperti orang, kelompok, atau situasi tertentu. Data ini belum pernah dipublikasikan atau digunakan sebelumnya dan

⁴⁴ Suharto Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, Tarsoto, (Bandung, 1995). hlm.58

⁴⁵ Muhadjir neong, *Penelitian Kualitatif*, (yogyakarta: Rakesarasin, 1996). hlm.2

dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan atau tujuan penelitian tertentu. Data utama penelitian ini berasal dari beberapa pelaku usaha UMKM yang ada di kota Palopo.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder dapat berasal dari laporan, jurnal penelitian, penelitian terdahulu, dan sumber pustaka lainnya. Data ini biasanya diperoleh melalui sumber-sumber seperti buku, jurnal, laporan pemerintah, dokumen perusahaan, situs web, atau publikasi resmi lainnya. Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer.

3. Data Tersier

Data tersier adalah data yang diproses dan disusun oleh pihak ketiga dari data primer dan sekunder. Data tersier ini biasanya disajikan dalam bentuk ringkasan, indeks, atau analisis, sehingga pengguna dapat memahami topik tertentu tanpa harus menelusuri sumber asli. Data ini diperoleh dari sumber yang tidak langsung terkait dengan fenomena yang diteliti, tetapi tetap memberikan informasi tambahan atau penjelasan yang relevan untuk memperkaya analisis penelitian. Contoh data tersier termasuk ensiklopedia, kamus, indeks, dan laporan statistik, yang menggabungkan informasi dari berbagai sumber sebelumnya.

F. Instrumen Penelitian

Karena hanya peneliti yang dapat berinteraksi dengan informan dan objek penelitian lainnya, peneliti dalam penelitian kualitatif sangat penting untuk keberhasilan penelitian. Selain itu, penelitian ini terbatas pada peneliti yang dapat memahami segala sesuatu yang terjadi di lokasi penelitian tanpa bergantung pada

kemampuan berpikir mereka, indra pendengaran, atau penglihatan mereka. Peneliti sebagai alat manusia memilih dan menetapkan pihak yang dianggap memahami. Metodologi penelitian kualitatif, fenomena yang mendasari penelitian, menentukan metode pengumpulan data yang akan digunakan, menilai kualitas data, menganalisis data yang relevan dengan penelitian, menafsirkan data, dan kemudian membuat kesimpulan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk bisa menjawab rumusan masalah secara empiris, maka dibutuhkan teknik pengumpulan data yang jelas, nyata, dan relevan. Dalam penelitian kualitatif peneliti berperan sebagai instrument utama, artinya peneliti yang bertugas untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan, meminta jawaban, mendengarkan kemudian mengambilnya sebagai bentuk informasi dalam suatu penelitian. Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini:

1. Observasi

Metode pengumpulan data yang dikenal sebagai observasi dapat digunakan untuk mengukur pendapat responden melalui wawancara dan kuesioner serta merekam berbagai fenomena atau situasi lokasi. Selain itu, observasi juga dapat didefinisikan sebagai metode pengumpulan data dengan mengamati objek penelitian secara langsung, yang memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana objek penelitian berkontribusi pada pemecahan masalah penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi tentang cara narasumber melihat masalah, fenomena, atau subjek tertentu. Dalam metode wawancara ini, peneliti akan memperoleh informasi sesuai dengan pertanyaan yang diberikan.. Metode wawancara dapat dilakukan secara tersusun maupun tidak tersusun sesuai dengan kemauan peneliti. Wawancara secara tersusun adalah bentuk wawancara yang dilakukan dengan cara peneliti harus mempersiapkan pertanyaan dan jawabannya sebelum melakukan wawancara. Sedangkan wawancara yang dilakukan secara tidak tersusun adalah metode wawancara yang dilakukan peneliti tanpa mempersiapkan pertanyaan dan jawaban terlebih dahulu. Pelaku UMKM di Kota Palopo diwawancarai dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung dan menerima jawaban dari narasumber secara lisan.

3. Informasi

Informasi yang dikumpulkan seperti gambar, teks, atau kutipan, dan dokumen elektronik lainnya disebut dokumentasi.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang dilakukan dengan mengumpulkan bukti dari informasi seperti gambar, teks atau kutipan, dan dokumen elektronik lainnya. Teknik dokumentasi juga merupakan cara untuk mendapatkan sebuah informasi melalui catatan, gambar, arsip dokumen, dan berbagai bentuk laporan yang berisi petunjuk dan diharapkan bisa menambah sumber informasi.

Penelitian ini menggunakan hasil dokumentasi foto dari kegiatan-kegiatan ditempat wisata pantai dan berbagai aktivitas masyarakat.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data pada dasarnya dilakukan untuk menguji data dan membuktikan apakah penelitian itu benar-benar ilmiah. Selain itu, informasi penelitian kualitatif yang diperoleh dari lokasi penelitian diperiksa sesuai dengan standar tertentu. Peneliti menggunakan kriteria kredibilitas untuk menguji data penelitian agar dapat dipercaya dan dianggap sebagai karya ilmiah. Triangulasi terdiri dari tiga hal:

1. Triangulasi sumber yaitu kegiatan salah satu teknik dalam metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk meningkatkan validitas atau keabsahan data. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan dan mengonfirmasi data dari berbagai sumber yang berbeda, namun membahas topik yang sama. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh benar, akurat, dan tidak bias dari satu pihak saja
2. Triangulasi Teknik yakni Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan data dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan menggunakan sumber informan yang sama. Misalnya, selama tahap awal pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data melalui observasi. Kemudian, selama penelitian berlangsung, peneliti memperbarui data tersebut melalui wawancara dan dokumentasi.
3. Triangulasi Waktu yaitu Tahap penyesuaian data ini dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan data pada waktu yang berbeda. Awalnya, peneliti

mengumpulkan data di pagi hari, ketika informan berada dalam kondisi baik dan melakukan aktivitas yang aktif, yang membantu memberikan informasi yang benar. Ini berbeda dengan mengumpulkan data di siang hari, ketika informan lelah, yang dapat menyebabkan informasi yang salah. Peneliti harus melakukan penelitian berulang-ulang sampai mereka menemukan data yang sama karena triangulasi data pagi dan sore berbeda.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara menyusun hasil penelitian baik yang diperoleh melalui hasil wawancara mendalam ataupun hasil observasi dan hasil dokumentasi. Cara tepat yang dilakukan dalam menganalisis data yaitu dengan mengorganisasikan data yang telah dipilah antara data yang diperlukan dan data yang dianggap tidak penting untuk dijadikan sebagai hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis kualitatif yang bergerak dalam 4 proses utama yaitu:

1. Mengumpulkan Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis secara deskriptif, baik lisan maupun tulisan untuk di olah, interpretasikan, dan disajikan lalu dikumpulkan dalam suatu penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk menemukan pola, hubungan antarvariabel, atau tren yang tersembunyi dalam data mentah, sehingga dapat diambil kesimpulan yang relevan dan mendukung pengambilan keputusan yang informasional.

2. Reduksi Data

Dalam tahap ini, peneliti menyederhanakan data dengan cara memfilter,

berkonsetrasi kemudian memvalidasi apa yang telah dikumpulkan menjadi informasi bermakna dan dapat ditarik kesimpulannya.

3. Penarikan Kesimpulan

Proses analisis data diakhiri dengan menarik kesimpulan setelah melihat hasil dari tahap pertama dan dengan tetap mempertahankan perumusan problem dan hasil yang diinginkan. Penarikan Kesimpulan didasarkan pada hasil penelitian, Dimana data yang dihasilkan oleh peneliti akan di proses sesuai dengan rumus yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan metode observasi mendalam, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Data berkinerja kelas satu dan kelas dua menunjukkan keadaan bidang penelitian, lintasan objek satelit, dan keterlibatan masyarakat dengan objek satelit.

1. Sejarah Kota Palopo

Kota Palopo, yang sebelumnya dikenal sebagai Kota Administratip (Kotip) Palopo, sekarang merupakan Ibu Kota Kabupaten Luwu. Itu didirikan oleh Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42 Tahun 1986. Seiring dengan kemajuan zaman, UU No. 22 Tahun 1999 dan PP 129 Tahun 2000 dibuat sebagai hasil dari proses reformasi. telah membuka jalan bagi Kota Administratif di seluruh Indonesia yang telah memenuhi beberapa persyaratan untuk memperoleh status otonom. Masyarakat Kotip Palopo menginginkan Kotip Palopo menjadi daerah otonom, dan banyak orang mendukung gagasan itu. Akhir sekali, Kota Palopo ditetapkan sebagai Daerah Otonom Kota setelah Pemerintah Pusat melalui Depdagri memeriksa kelengkapan administrasi, potensi, kondisi wilayah, dan lokasi geografis Kotip Palopo. Kota ini berada di Jalur Trans Sulawesi dan memberikan layanan perdagangan kepada beberapa kabupaten, termasuk Kabupaten Luwu, Luwu Utara, Tana Toraja, dan Wajo, dan memiliki sarana dan prasarana yang memadai. Tanggal 2 Juli 2002 adalah momen penting dalam proses Pembangunan.

Kota Palopo karena Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia menandatangani prasasti pengakuan daerah otonom Kota Palopo dan Kabupaten Mamasa sesuai dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 2002. Undang-undang ini menetapkan bentuk dan model pemerintahan serta lokasi geografis daerah otonom. Kota Palopo awalnya hanya memiliki 4 Wilayah Kecamatan, terdiri dari 19 Kelurahan dan 9 Desa. Namun, sebagai hasil dari pertumbuhan Kota Palopo dalam semua aspeknya, wilayahnya dibagi menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan pada tahun 2006. Bapak Drs. H.P.A. Tenriadjeng, Msi, dinakhodai pertama kali Kota Palopo. Dia ditugaskan sebagai penjabat walikota selama satu tahun. Kemudian, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Palopo memilihnya sebagai walikota definitif untuk memimpin Kota Palopo dari tahun 2003 hingga 2008. Dia adalah walikota pertama Kota Palopo.

Data dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) menunjukkan bahwa pada tahun 2024, jumlah penduduk Kota Palopo, Sulawesi Selatan mencapai 182.900 jiwa. Dari jumlah tersebut, hanya sekitar 12,14% penduduk yang telah menyelesaikan pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi pada akhir tahun 2024.

Rinciannya, penduduk dengan pendidikan D1 dan D2 mencapai 0,28%, D3 sebesar 1,83%, S1 sebanyak 9,18%, S2 mencapai 0,79%, dan S3 sekitar 0,049%. Selain itu, proporsi penduduk yang tamat SMA adalah 28,59%, lulusan SMP dan SD masing-masing sebesar 12,43% dan 12,46%. Sementara itu, 9,77% penduduk

belum menyelesaikan SD, dan 24,6% penduduk tidak atau belum pernah bersekolah.⁴⁶

Tabel. 4.1. Rincian Jumlah Penduduk Kota Palopo, Sulawesi Selatan
Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1	Tidak/ Belum Sekolah	45,0 Ribu Jiwa	24,6
2	Belum Tamat SD	17,86 Ribu Jiwa	9,77
3	Tamat SD	22,8 Ribu Jiwa	12,46
4	SMP	22,74 Ribu Jiwa	12,43
5	SMA	52,3 Ribu Jiwa	28,59
6	D1	519 Jiwa	0,28
7	D3	3.354 Jiwa	1,83
8	S1	16,8 Ribu Jiwa	9,18
9	S2	1.446 Jiwa	0,79
10	S3	90 Jiwa	0,049

Palopo terletak di antara 2o53'15"-3o04'08" Lintang Selatan dan 120o03'10"-120o14'34" Bujur Timur. Di sebelah utara, itu berbatasan dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu, dan di sebelah selatan, itu berbatasan dengan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu. Kecamatan Tondon Nanggala di Kabupaten Toraja Utara berada di sebelah barat dan Teluk Bone berada di sebelah

⁴⁶BPS, Arsip BPS Kota Palopo angka 2022

timur. Kota Palopo memiliki luas 247,52 km persegi dan terdiri dari 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Kota Palopo berjarak 390 km dari Kota Makassar, yang merupakan ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan. Semua ibu kota kecamatan berjarak sekitar 1–5 km dari Kota Palopo, dan yang terjauh adalah Telluwanua, yang berjarak sekitar 12,00 km.⁴⁷

2. Visi dan Misi Kota Palopo

Menurut visi yang ditetapkan oleh pemerintah Kota Palopo, "Terwujudnya Palopo Sebagai Kota Maju, Inovatif, Dan Berkelanjutan Pada Tahun 2023", penjabarannya adalah sebagai berikut:

a). Maju

Ketersediaan sarana dan prasarana perkotaan yang lebih lengkap, lebih berkualitas, lebih indah, dan berdampak positif pada ekonomi dan kesejahteraan menunjukkan perkembangan yang positif.

b). Kreatif

Kota Palopo selalu menyelesaikan masalah warganya melalui pengelolaan pemerintahan dan layanan publik yang efektif, efisien, moderen, dan mengutamakan riset, serta pertumbuhan industri kreatif sebagai bagian penting dari ekonomi.

c). Keberlanjutan Pembangunan kota

⁴⁷Badan Pusat Statistik, Kota Palopo Dalam Angka 2021

Keberlanjutan Pembangunan kota di kota palopo dilakukan dengan cara yang ramah lingkungan, inklusif secara sosial, dan mempertahankan budaya lokal.

Tujuan dari Pemerintah Kota Palopo Misi pemerintah Kota Palopo 2018–2023 adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan layanan pendidikan, kesehatan, jaminan sosial, dan perlindungan kepada kelompok rentan
- 2) Menciptakan lingkungan yang layak huni melalui pembangunan infrastruktur perkotaan, penataan permukiman, sanitasi, dan ruang terbuka hijau;
- 3) Memodernisasi layanan publik, meningkatkan kualitas aparatur dan tata kelola pemerintahan, dan mendorong partisipasi publik dalam pembangunan;
- 4) Mendorong kewirausahaan berbasis jasa dan niaga melalui peningkatan keterampilan hidup, permodalan, dan pendampingan bisnis; dan 5) Menciptakan iklim yang toleran terhadap pengembangan.

B. Pembahasan

1. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi Berkelanjutan di Kota Palopo.

Strategi pengembangan bisnis adalah rencana yang dibuat untuk aktivitas yang diatur oleh orang-orang yang bekerja dalam industri bisnis yang menyediakan barang dan jasa untuk menjaga dan meningkatkan standar dan kualitas hidup mereka agar mereka dapat bertahan dan mengungguli pesaing.

Proses ini dimulai dengan memahami kekuatan dan kelemahan bisnis serta peluang dan ancaman di pasar, kemudian menyusun dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi yang dapat diimplementasikan secara fungsional di bidang pemasaran, operasi, dan keuangan. Penggunaan media sosial, peningkatan modal, serta pengembangan jaringan juga menjadi bagian penting agar bisnis dapat menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan profit, dan mempertahankan relevansi di tengah persaingan yang ketat. Data untuk penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan bisnis, pekerja, dan konsumen.

Hasil wawancara dengan pengelola usaha dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan termasuk memperkenalkan usaha kepada masyarakat umum, mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk dan layanan dan bertahan dari banyak pesaing saat ini, dan hal ini di hubungkan secara kongkrit dengan keberhasilan indikator UMKM, antara ekonomi kreatif dan pertumbuhan ekonomi antara lain :

1. Epilog Kota Palopo

Hasil wawancara dengan Mr. Muh. Imam Ghazali, pengelola bisnis, menunjukkan metode yang digunakan untuk membuat produk dengan rasa dan kualitas premium sambil mempertahankan rasa yang unik. Dia menyatakan, "Untuk pengolahannya, saya masih menggunakan peralatan sederhana sampai sekarang ini, mungkin dinilai Standar, tapi kami tetap berusaha untuk melakukan inovasi dari rasa Kopi sendiri yang sekarang ini ada di pasar".⁴⁸

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Muh. Imam Ghazali selaku pengelola Usaha Epilog pada tanggal 28 Agustus 2024

Bisnis menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan pendapatan dan mencapai target penjualan mereka. Meningkatkan jumlah produksi dengan berbagai varian, meningkatkan sasaran penjualan, dan meningkatkan layanan pelanggan adalah salah satu strategi yang ditunjukkan oleh sumber tersebut. Pengelola bisnis dan karyawan sendiri terus melakukan ini dengan meningkatkan kinerja untuk kepuasan konsumen.

Selain itu, pengelola bisnis dan karyawan secara terus-menerus berupaya meningkatkan kinerja mereka guna memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga. Upaya ini meliputi peningkatan kualitas produk dan layanan, riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen, serta penerapan inovasi yang relevan agar bisnis dapat bersaing dan tumbuh secara berkelanjutan.

"Saya sudah ikut Bapak Muh. Imam Ghazali kurang lebih 1 tahun, saya kerja 8 jam sehari disesuaikan dengan jam kerja kafe seperti biasanya, gaji saya setiap bulannya ±1.500.000,00", kata Adeliaraoda, seorang karyawan Epilog saat diwawancarai. :43 Pemilik telah berusaha untuk mempertahankan operasi perusahaan dengan meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pemasaran, menurut narasumber. Menurut narasumber, berpartisipasi dalam pemasaran juga berarti mempromosikan produk kepada orang-orang di seluruh masyarakat. Menurut hasil wawancara dengan beberapa konsumen bisnis di Epilog:

2. Tanah Luwu (Tanlu) Kota Palopo

Hasil wawancara dengan Bapak A. Muh Nur Ilahi, Pemilik Usaha, dilaporkan bahwa strategi yang digunakan adalah promosi melalui akun media

sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Power of Mouth. Namun, untuk saat ini, ia hanya menggunakan Instagram.

Berikut wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Tanah Luwu: Sekarang, untuk mengidentifikasi usaha, Instagram lebih aktif dibandingkan dengan Facebook, tetapi Facebook tidak sesering Instagram, tidak pasti waktunya, bisa satu bulan, atau sekali, sementara Instagram tidak”.⁴⁹

Selain itu, upaya ini mengidentifikasi usaha dengan cara tradisional, yaitu melalui pengendalian imulut, pengendalian bahasa modern, atau pengendalian irelasi. Dengan peningkatan model produk, Tanah Luwu sekarang memiliki beberapa menu minuman dan sekarang memiliki berbagai varian kopi dan kopi. Sistem Tanah Luwu mengutamakan kenyamanan konsumen dengan memberikan pelayanan yang tepat kepada setiap pelanggan yang datang. Tanah luwu juga mempekerjakan ibarista yang memainkan irama dengan ikosumen, sehingga konsumen menikmati irama”.⁵⁰

Agar produk memiliki daya tarik unik, saya berusaha meningkatkan kualitas produk dengan kreatif dan inovatif. Menurut hasil wawancara dengan Saudara Syahril, seorang karyawan/barista di Tanah Luwu, Narasumber telah bekerja selama satu tahun dengan jam kerja setiap hari, menunjukkan kreatifitas dan inovasi. Ia menerima gaji bulanan atau setiap awal bulan. Berikut ini adalah wawancara dengan Saudara Syahril, seorang karyawan Tanah Luwu, yang mengatakan, "Saya termasuk di sini sebagai karyawan/barista yang tetap bekerja

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak A. Muh. Nur Ilahi selaku Pengelola Tanah Luwu pada tanggal 28 Agustus 2024

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak A. Muh. Nur Ilahi selaku Pengelola Tanah Luwu pada tanggal 28 Agustus 2024

di sini selama 1 tahun setiap hari, dan saya bekerja hanya untuk 8 jam setiap hari karena sistem Tanah Luwu memungkinkan karyawan/barista bekerja secara bergantian atau selama 1 tahun”.⁵¹

Menurut sumber, bisnis Tanah Luwu Coffee terus mempelajari dan meningkatkan layanan, sehingga mengembangkan bisnis dan menjaganya berjalan. Selain itu, sumber tersebut menyatakan bahwa sebagai karyawan, saya hanya dapat mengambil bagian dalam melakukan pemasaran secara tradisional melalui komunikasi mulut.

Dalam wawancara dengan pelanggan Tanah Luwu, Alamsyah Baharuddin mengatakan, "Saya tau ini dari teman saya karena statusnya di WA saya coba disini alhamdulillah saya suka Tanah Luwu Coffee karena yang pastinya murah sesuai harga intinya pelayanannya juga bagus apalagi baristanya irama."

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Tanah Luwu menawarkan ijazah yang cukup memuaskan, layanan yang baik, dan harga yang terjangkau. Ini juga akan membantu. Menurut narasumber, Tanah Luwu (Tanlu) mengelola postingan yang dibagikan melalui WhatsApp, Instagram, dan situs web lainnya selama sekitar 1,5 tahun.

Menurut wawancara dengan Rafly Nugraha, seorang konsumen dan pelanggan Tanah Luwu (Tanlu), "Saya menjadi langganan Tanah Luwu (Tanlu) sekitar satu tahun, kebetulan saya sudah kenal dengan pemiliknya dan telah terhubung dengannya, saya merasa puas dengan layanannya yang sesuai lokasinya

⁵¹ Wawancara dengan sdr Syahril selaku Karyawan Tanah Luwu pada tanggal 28 Agustus 2024

dan tidak jauh dari rumahnya." Dari hasil wawancara tersebut, arasumber menjadi konsumen selama satu tahun, dan mulai mengoperasikan kembali Tanah Luwu pada tahun berikutnya. Menurut narasumber, Tanah Luwu (Tanlu) memberikan layanan dan kualitas yang baik, dan lokasinya dekat rumah.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Tanah Luwu menawarkan ijazah yang cukup memuaskan, layanan yang baik, dan harga yang terjangkau. Ini juga akan membantu. Menurut narasumber, Tanah Luwu (Tanlu) mengelola postingan yang dibagikan melalui WhatsApp, Instagram, dan situs web lainnya selama sekitar 1,5 tahun.

Menurut wawancara dengan Rafly Nugraha, seorang konsumen dan pelanggan Tanah Luwu (Tanlu), "Saya menjadi langganan Tanah Luwu (Tanlu) sekitar satu tahun, kebetulan saya sudah kenal dengan pemiliknya dan telah terhubung dengannya, saya merasa puas dengan layanannya yang sesuai lokasinya dan tidak jauh dari rumahnya." Dari hasil wawancara tersebut, arasumber menjadi konsumen selama satu tahun, dan mulai mengoperasikan kembali Tanah Luwu pada tahun berikutnya. Menurut narasumber, Tanah Luwu (Tanlu) memberikan layanan dan kualitas yang baik, dan lokasinya dekat rumah.

Meskipun saya menggunakan beberapa strategi pengembangan untuk bisnis saya, ada hambatan yang muncul selama proses pengembangan. Karena banyaknya usaha baru, dia melakukan promosi dengan harga yang lebih murah, banyak produk baru yang menarik perhatian masyarakat, dan dia harus bersaing dengan usaha lain yang kurang mahir dalam teknologi. Karena itu, saya terus

meningkatkan strategi pengembangan bisnis saya untuk meningkatkan pendapatan.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam mengembangkan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mengembangkan usahanya terdapat beberapa kendala atau hambatan dalam menjalankan usahanya. Ada beberapa hal yang menghambat pertumbuhan UMKM yang dikelola, seperti sumber daya alam yang terbatas dan manajemen yang buruk. Apabila elemen-elemen tersebut ada dalam pengembangan UMKM, orang tua usaha saya dapat mengatakan bahwa mereka menghadapi masalah dalam pengembangan usaha mereka dan berusaha untuk mempertahankannya. Jika ada hambatan atau kendala, itu meliputi:

1. Manajemen Rendah

Manajemen merupakan bagian penting dari perkembangan usaha UMKM. Itu dapat dilakukan melalui perencanaan dan tahapan manajemen sehingga sumber daya digunakan dengan efektif dan efisien. Jika manajemen gagal, perkembangan usaha akan terhambat. Tidak ada struktur organisasi di perusahaan, pengelolaan keuangan tradisional, dan penggunaan strategi yang tidak direncanakan menunjukkan hal ini. Untuk mencapai tujuan organisasi dengan efisien dan efektif dengan menggunakan sumber daya yang tersedia, manajemen

adalah proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan Tindakan.⁵²

Proses perencanaan adalah tahapan awal yang harus direncanakan dengan benar. Setelah direncanakan dengan benar, orang dapat mengarahkan dan mengontrol kegiatan untuk mencapai tujuan pertumbuhan bisnis mereka. Berdasarkan teori awal, manajemen adalah bagian dari proses pembentukan bisnis. Hasil pertanyaan yang saya peroleh, yang saya peroleh secara langsung dari lapangan, yang saya peroleh melalui wawancara langsung dengan saya, dan upaya saya, disampaikan oleh A. Muh. Nur ilahi:

“A. Muh. Nur Illahi masih menghadapi kesulitan dalam menggunakan manajemen keuangan modern untuk risiko, karena manajemen rendah masih menjadi hambatan dalam pengembangan usaha mereka”.⁵³

Peneliti juga mewawancarai pemilik usaha Es Teler, Muh. Fadly Machfud, yang mengatakan: "Manajemen rendah di usaha Es Teler, Muh. Fadly Machfud tidak menggunakan manajemen iterstruktur seperti ini, mereka belum melakukan perhitungan keuangan dalam akuntansi, keuangan bisnis, dan keuangan pribadi, jadi mereka tidak melihat keuntungan yang dihasilkan.”⁵⁴

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa perusahaan saya menghadapi kesulitan dalam membukukan keuangan. Ini karena dia tidak memiliki

⁵² Ananda, A. D., Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol X. Jilid X

⁵³ Wawancara dengan Bapak A. Muh. Nur Ilahi selaku Owner Tanah Luwu (Tanlu) pada tanggal 29 Agustus 2024

⁵⁴ Wawancara dengan Bapak Muh. Fadly Machfud selaku Pemilik Usaha Es Teler Marasa pada tanggal 29 Agustus 2024

pengetahuan yang cukup tentang manajemen keuangan. Pemerintah yang relevan dapat membuat program khusus untuk UMKM dengan menerapkan manajemen bisnis untuk membantu mereka berkembang dan mengatasi masalah. Berdasarkan hasil wawancara, pengembangan bisnis ekonomi kreatif ditinjau. Kesusahan dalam pembukuan keuangan menghambat usaha, yang disebabkan oleh kekurangannya pengetahuan tentang manajemen keuangan. Pemerintah yang relevan dapat membuat program khusus untuk UMKM dengan menerapkan manajemen bisnis untuk membantu mereka berkembang dan mengatasi masalah pembukuan keuangan untuk bisnis mereka. Ini karena mereka memiliki pengetahuan tentang manajemen keuangan. Pemerintah yang relevan dapat membuat program khusus untuk UMKM dengan menerapkan manajemen bisnis untuk membantu mereka berkembang dan mengatasi masalah.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, secara spesifik dampak ekonomi dari manajemen keuangan yang buruk pada UMKM bisa diukur melalui indikator kuantitatif pendapatan usaha, pertumbuhan usaha tahunan, dan profitabilitas, yang semuanya cenderung lebih rendah pada UMKM dengan manajemen keuangan yang lemah dibandingkan yang memiliki manajemen keuangan baik. Pendekatan ini memberikan gambaran terukur untuk menilai dan merencanakan intervensi peningkatan kualitas manajemen keuangan sebagai strategi pengembangan UMKM kreatif.

2. Kualitas Sumber Daya Manusia,

Sumber daya manusia adalah penggerak utama organisasi. Sumber daya ini dapat dilatih, dikembangkan, dan dipertahankan untuk masa depan organisasi,

bahkan dapat memastikan keberlangsungan organisasi. Tanpa sumber daya manusia, semua rencana atau inisiatif organisasi tidak akan berhasil. Sumber daya manusia adalah kemampuan berpikir dan fisik. Pelaku dan sifat mereka dibentuk oleh keturunannya dan lingkungannya, dan prestasi kerja mereka dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan mereka.⁵⁵

Berdasarkan teori ide di atas, penelitian langsung di lapangan menunjukkan bahwa sumber daya manusia sangat penting untuk menggerakkan bisnis. Hasil wawancara dengan pemilik usaha UMKM Es Teler di Kota Palopo, Muh Fadly Machfud, menyatakan bahwa: Jika sumber daya manusia berkualitas tinggi, pengembangan usaha akan berjalan lebih baik, tetapi jika sumber daya manusia rendah, pengembangan usaha akan terhambat.

Faktor sumber daya manusia adalah satu-satunya hambatan bagi Muh. Fadly Machfud dalam pengembangan usaha, yaitu adanya karyawan yang terkadang tidak melakukan jumlah yang diperlukan atau tidak memenuhi janji mereka. Kadang-kadang, ini menghambat upaya untuk mengembangkan UMKM ini. Muh. Fadly dan Machfud juga beberapa kali melihat karyawan bermain saat mereka bekerja”.⁵⁶

Peneliti melakukan wawancara dengan Mr. Agung Prasetyo, pemilik Kopi Koma, dan mengatakan, "Faktor sumber daya manusia menjadi kendala dalam mengembangkan usaha saya saat ini, di mana kekurangan sumber daya manusia

118 ⁵⁵ Hasibuan, M. S.P. (2003). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi Aksar.

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Muh. Fadly Machfud selaku Pengelola Es Teler Marasa pada tanggal 29 Agustus 2024

berkualitas karena Mr. Agung Prasetyo sangat selektif dalam merekrut dan ingin orang-orang di tempat kerja saya”.⁵⁷

Selain itu, penelitian melakukan wawancara dengan pemilik Tanah Luwu (Tanlu), A. Muh. Nur Ilahi, yang mengatakan bahwa: "Faktor sumber daya manusia yang menyebabkan banyak istaf profesional saat ini, tetapi A. Muh. Nur Ilahi juga melihat hal lain, seperti integritas pekerjaan mereka, terutama hal-hal yang berkaitan dengan kejujuran, ketekunan, dan disiplin, yang sangat penting, sehingga kami dapat melihat Sekarang sulit bagi Kasman untuk menemukan karyawan yang berintegritas tinggi karena perintah tidak selalu diikuti dan mereka tidak terlalu fleksibel untuk mengaturnya. Menurut A. Muh. Nur ilahi, ini merupakan hambatan bagi pengembangan perusahaan mereka”.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara, variabel paling dominan yang mempengaruhi perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif adalah kurangnya permodalan dan lemahnya kualitas sumber daya manusia, sementara faktor lemahnya jaringan usaha memiliki pengaruh kurang signifikan secara parsial tapi tetap penting secara keseluruhan dalam pertumbuhan UMKM. Pengembangan bisnis dipengaruhi oleh sumber daya manusia. Jika sumber daya manusia rendah, mereka tidak memiliki etika kerja dan tidak bertindak jujur, yang akan menghambat perkembangan usaha. Menurut penelitian Nurani, nilai-nilai individu seperti kejujuran dan kedisiplinan diperlukan agar usaha dapat berkembang tanpa kecurangan. Nilai-

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Muh. Agung Prasetyo selaku Owner Kopi Koma pada tanggal 29 Agustus 2024

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak A. Muh. Nur Ilahi selaku Owner Tanah Luwu (Tanlu) pada tanggal 29 Agustus 2024

nilai ini biasanya digunakan oleh manajemen SDM, yang berasal dari lingkungan UMKM.⁵⁹

3. Keterbatasan dalam kemampuan pemasaran UMKM

Media online telah berkembang, namun UMKM belum memanfaatkannya secara optimal. Keterbatasan akses pasar dan jaringan menyebabkan sulitnya penetrasi pasar bagi UMKM, sehingga membatasi kemampuan mereka untuk melakukan ekspansi usaha dan meningkatkan pendapatan secara signifikan. Akses informasi usaha rendah, sehingga diperlukan bentuk kemitraan yang baik dan saling menguntungkan antar pelaku UMKM. Usaha meningkat, dan BUMN dan BUMD perlu membangun kemitraan untuk meningkatkan sistem saling.

3. Analisis Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi.

Usaha ini berfokus pada industri kuliner dan jasa, yang merupakan subsektor penting dalam Ekonomi Kreatif Indonesia. Dengan mengandalkan kreativitas dan inovasi, bisnis ini mampu menghadirkan produk dan layanan yang menarik serta memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Karyawan yang terlibat membantu dalam menjalankan operasi perusahaan secara efektif, sementara pengelolaan bisnis dilakukan secara pribadi oleh pemiliknya. Karena bahan baku utama yang digunakan sederhana dan mudah diperoleh, pemilik usaha dapat menekuni dan mengelola bisnis ini dengan baik

⁵⁹ Nurani, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung).

tanpa menghadapi banyak kesulitan, sehingga operasional berjalan lancar dan berkelanjutan.

Sementara Tanah Luwu (Tanlu) hanya membutuhkan bahan dasar seperti kopi, gandum, dan bahan lainnya yang mudah diperoleh, Epilog membutuhkan bahan utama seperti kopi premium.

Mula-mula, pemasaran produk melalui media digital, seperti WhatsApp dan Instagram, dimulai, tetapi pelaku usaha mengatakan bahwa kurang aktif di media sosial Facebook juga meningkatkan penjualan di era saat ini, karena persaingan dengan media yang semakin canggih dan masyarakat yang lebih dominan berbelanja secara online. Pemasaran tradisional tidak kalah lama dari pemasaran digital. Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa mereka hanya mengetahui dari mulut ke mulut. Sampai saat ini, promosi secara langsung dan melalui media digital masih dilakukan.

Pasti ada strategi yang diperlukan untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Menurut penelitian yang dilakukan pada Pelaku Usaha, Karyawan, dan Konsumen Epilog dan Tanah Luwu, strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha terdiri dari berbagai aspek, seperti strategi pemasaran, produksi, teknologi, kreativitas, dan inovasi.

1. Aspek Strategi Pemasaran

Promosi adalah bagian dari strategi pemasaran yang dapat membantu merancang komunikasi persuasif untuk memberi tahu pelanggan tentang barang atau produk dan mempengaruhi masyarakat untuk membeli atau menggunakan barang tersebut. Selain itu, promosi juga bertujuan mempengaruhi masyarakat

agar tertarik untuk membeli atau menggunakan produk yang dipasarkan. Dengan teknik promosi yang tepat, seperti iklan, diskon, atau kampanye digital, bisnis dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Epilog dan Tanah Luwu (Tanlu) melakukan promosi dengan tujuan memberi tahu orang dan menarik mereka untuk membeli dan menggunakan produk mereka. "Saya memasarkan produk ini dengan mengenalkan langsung konsumen melalui sosial media," kata Deliraoda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Epilog menjual produknya secara personal atau secara langsung dengan pembeli melalui karyawan Epilog. Hasil wawancara dengan Bapak A. Muh. Nur Ilahi, pengelola usaha Tanah Luwu (Tanlu), menyatakan bahwa mereka telah melakukan pengenalan usaha ini dengan mengenalkan Tanah Luwu (Tanlu), yang memang dibutuhkan melalui media sosial mereka sendiri dan juga sosial media Tanah Luwu (Tanlu).⁶⁰

Namun, Tanah Luwu (Tanlu) mempromosikan melalui aplikasi WhatsApp dan Instagram dengan mengunggah status WhatsApp dan Instagram dan menghubungi orang dengan nomor Bapak A. Muh. dan Nur Illahi, sehingga orang dapat mengetahuinya dengan mudah.

Oleh karena itu, aspek strategi pemasaran usaha saya kurang efektif karena saya belum menggunakan media sosial yang tersedia saat ini untuk membuatnya mudah dikenali oleh banyak orang. Sebaliknya, saya seharusnya menggunakan akun bisnis saya sendiri di media sosial agar lebih mudah dikenali karena akun bisnis memberikan informasi penting untuk pemilihan.

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak A. Muh. Nur Ilahi selaku Pengelola Tanah Luwu pada tanggal 28 Agustus 2024

2. Elemen Strategi Produksi

Strategi produksi adalah komponen bisnis yang penting untuk mencapai target dan pengembangan bisnis untuk meningkatkan model produksi. Bagaimana kepuasan pelanggan ditentukan oleh strategi produksi yang tepat. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh strategi produksi yang tepat karena kualitas produk yang konsisten dan sesuai harapan pelanggan menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas serta pengendalian mutu yang ketat melalui inovasi bahan dan desain juga memperkuat nilai produk di mata konsumen, sehingga strategi produksi yang terintegrasi dengan baik dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Epilog Tanah Luwu masih menggunakan peralatan produksi sederhana. Proses produksinya langsung diawasi oleh pengelola sendiri dan dibantu oleh karyawan, dengan tujuan meningkatkan penjualan dan membuat konsumen puas dengan produk mereka.

Ciri-ciri konsumen menunjukkan bahwa layanan terus dipertahankan dan ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Faktor paling penting adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap produk. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk, semakin besar kemungkinan mereka akan kembali. Faktor paling penting dalam menjaga hubungan dengan konsumen adalah tingkat kepuasan mereka terhadap produk yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga

berkontribusi pada pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Sebagai pengelola Epilog, Imam Ghazali berkata, "Usaha Epilog ini masih menggunakan peralatan yang sederhana daripada mesin yang canggih, tetapi masih berusaha untuk tidak mengubah ciri khas pemimpin Kopi ini."⁶¹

Adapun hasil wawancara kepada Bapak A. Muh Nur Ilahi selaku pengelola usaha Tanah Luwu (Tanlu) yaitu ;

“Peralatan saya masih digunakan secara umum di industri, tetapi tidak canggih seperti mesin kopi. Mesin press minuman kopi juga masih digunakan secara umum. Mesin uap juga biasa digunakan di coffeeshop”.⁶²

Berdasarkan uraian di atas, elemen strategi produksi yang digunakan oleh perusahaan kurang efisien karena menggunakan peralatan produksi yang sederhana. Namun, ini memberi keuntungan dalam biaya produksi yang terjangkau, tetapi perlu diperbarui untuk memudahkan pemenuhan target penjualan.

3. Aspek Strategi Teknologi

Pelaku bisnis belum memanfaatkan teknologi dengan baik, seperti menggunakan aplikasi di ponsel sebagai media branding dan mengedit konten. Pelaku mencoba menggunakan media sosial, terutama WhatsApp, untuk mempromosikan dirinya hanya dengan mengunggah foto. Jika pedagang lebih terbuka, mereka seharusnya dapat menggunakan teknologi untuk mempermudah pengembangan bisnis mereka. Dengan cara ini, produk dan jasa dapat dikenalkan

⁶¹ Wawancara dengan Bapak Muh. Imam Ghazali selaku pengelola Usaha Epilog pada tanggal 28 Agustus 2024

⁶² Wawancara dengan Bapak A. Muh Nur Ilahi selaku pengelola Usaha Tanah Luwu (Tanlu) pada tanggal 28 Agustus 2024

untuk menarik perhatian masyarakat, sehingga bisnis dapat berkembang. Dalam Epilog, Imam Ghazali mengatakan:

“Saya ingin tahu jika teknologi terus memposting, tetapi tidak tahu bagaimana untuk membuatnya lebih menarik dan menarik perhatian. Jika itu dilakukan melalui akun pribadi, itu tidak aktif.”⁶³

Hasil wawancara dengan A. Muh Nur Ilahi, pengelola usaha Tanah Luwu (Tanlu), menyatakan bahwa jika seseorang hanya memposting informasi tentang dirinya di media sosial, itu akan lebih baik karena orang akan mengenali topik melalui postingan tersebut. Namun, jika seseorang memposting video atau foto, itu lebih baik karena mereka tahu bahwa mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk membuatnya dengan baik.⁶⁴

Oleh karena itu, strategi bisnis menurut saya belum dioptimalkan saat menggunakan aplikasi teknologi untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan produk. Produsen seharusnya berusaha menggunakan foto dan video untuk menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk. Dengan berpartisipasi secara aktif di media sosial dan memposting produk secara teratur, saya dapat mempertahankan hubungan dengan konsumen dan interaksi dengan bisnis saya.

4. Ekonomi Inovatif

Sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif, bisnis Epilog dan Tanah Luwu (Tanlu) Coffee Roaster bergerak di bidang kuliner dan jasa. Menurut penelitian yang dilakukan, bisnis ini menunjukkan bagaimana UMKM dapat membawa

⁶³ Wawancara dengan Bapak Muh. Imam Ghazali selaku pengelola Usaha Epilog pada tanggal 28 Agustus 2024

⁶⁴ Wawancara dengan Bapak A. Muh Nur Ilahi selaku pengelola Usaha Tanah Luwu (Tanlu) pada tanggal 28 Agustus 2024

inovasi ke industri kreatif. pelaku bisnis dapat mempertimbangkan banyak hal untuk mengembangkannya, seperti tenaga kerja dan kemajuan teknologi. Dengan mempertahankan metode bisnis tradisional, merek dapat menarik pelanggan dan memperluas pasar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan diskusi dan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa strategi pengembangan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif berkontribusi pada peningkatan ekonomi, seperti berikut:

1. Metode Pengembangan UMKM Berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan yaitu menggunakan strategi pengembangan pemasaran personal selling dan pemenuhan target penjualan dengan melakukan promosi terus-menerus melalui media sosial, baik iklan langsung maupun video. Strategi pengembangan usaha yang digunakan dapat meningkatkan pendapatan, meskipun belum signifikan. Pendapatannya, yang sebelumnya rata-rata Rp 1.300.000 per bulan, dapat meningkat menjadi Rp 1.500.000 per bulan. Program pelatihan dan pendampingan rutin dalam bidang desain produk, pemasaran digital serta manajemen keuangan juga sangat mempengaruhi dikarenakan minimnya pengetahuan tentang hal tersebut mengakibatkan kurangnya peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo.
2. Faktor pendukung dalam mengembangkan UMKM berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan meliputi modal yang cukup, sumber daya manusia yang berkualitas dan kreatif, inovasi, jaringan usaha yang luas, dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan, pembiayaan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual, serta pemanfaatan teknologi digital

untuk memperluas akses pasar. Sebaliknya, faktor penghambat yang sering dihadapi adalah keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia terutama dalam manajemen dan pemasaran digital, sulitnya penetrasi pasar akibat jaringan yang terbatas, kurangnya literasi digital, serta persaingan ketat dengan pelaku usaha lain dan keterbatasan infrastruktur pendukung. Semua faktor tersebut saling berinteraksi dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan UMKM kreatif dalam meningkatkan pendapatan dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, disarankan bahwa:

1. Pemilik usaha harus terus melakukan pengembangan dengan memperluas sasaran pemasaran produk, memanfaatkan media digital untuk membantu

2. pemasaran produk, terus melakukan aktifitas manajemen produk, dan memperbarui peralatan produksi agar lebih efisien dalam memenuhi target produk.
3. Karyawan harus terus melakukan pengembangan untuk memenuhi target produk.
4. Peneliti yang akan datang berharap dapat melanjutkan penelitian UMKM di Kota Palopo, sehingga mereka dapat mengumpulkan lebih banyak data tentang strategi pengembangan UMKM yang dapat meningkatkan perekonomian pemilik usaha saya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahim. (2015). *Ekonomi pembangunan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Abdurrahmat, & Fatoni. (n.d.). *Metode penelitian dan teknik pengumpulan skripsi*.
- Agus Rochani. (2017). Strategi pengembangan industri kreatif dalam mewujudkan kota cerdas (Studi kasus Kabupaten Purbalingga). *Jurusan Perencanaan Wilayah & Kota, Universitas Islam Sultan Agung Semarang*, 1(1), 83.
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis industri kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X).
- Ishak, Aqidah, N. A., & Rusydi, M. (2022). Effectiveness of Monetary Policy Transmission Through Sharia and Conventional Instruments in Influencing Inflation in Indonesia. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 41–56. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>
- Iskandar, A. S., Muhajir, M. N. A., Hamida, A., & Erwin, E. (2023). The Effects of Institutions on Economic Growth in East Asia. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 15(1), 87. <https://doi.org/10.17977/um002v15i12023p087>
- Apriliani, W. (2020). *Strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui analisis SOAR (Studi kasus Cafe Praketa Kopi Purwokerto)* [Skripsi, IAIN Purwokerto].
- Asya, I. R. (2020). Strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital. *At-Tanwil: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1).
- Damanuri, A., & Puspitaningrum, Y. (n.d.). Analisis lokasi usaha dalam

- Darwanto, D. D. T. U. (2013). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kota Semarang. *Journal of Economy*, 2(4).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (n.d.). *Kamus besar bahasa Indonesia*.
- Dj Julius, H. (2019). *Tinjauan dan analisis ekonomi terhadap industri kreatif di Indonesia*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Dewi, R. (2023, Agustus 5). Pentingnya penerapan ekonomi berkelanjutan. *Desa Plembutan*. <https://desaplembutan.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/2121>
- Dewi, R. (2023). Pentingnya penerapan ekonomi berkelanjutan. <https://desaplembutan.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/2121>
- Fitria, D. A. (2020). *Strategi pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pondok Pesantren Al Mashduqiah dalam perspektif ekonomi Islam* [Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya].
- Ginting, Y. M. (2020). *Ekonomi kreatif: Prinsip evolusi dan pengembangannya di Indonesia*.
- Handayani, M. T. H., & Artini, N. W. P. (n.d.). Kontribusi pendapatan ibu rumah tangga pembuat makanan olahan terhadap pendapatan keluarga.
- Haris Herdiansyah. (n.d.). *Wawancara, observasi, dan focus group: Instrumen penggalan data kualitatif*.
- Heni Ariyani, & Halpiah. (2022). Strategi pengembangan usaha kecil menengah untuk meningkatkan pendapatan. *Jurnal Kompetitif Media Informasi Ekonomi Pengembangan Manajemen Akuntansi*, 6(2).
- Husain, U. (n.d.). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*.

- Idris. (2015). *Ekonomi dalam perspektif hadist Nabi*. Jakarta: Prenada Group.
- Ismail, N., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Surabaya.
- Isnaini. (n.d.). Analisis dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor UMKM di Sumatera Utara.
- Karyoto. (2021). *Proses pengembangan usaha*. Jakarta: Prenada Group.
- Maulana, A. (2022, September 29). Pakar Unpad: Ekonomi berkelanjutan antisipasi dampak pertumbuhan ekonomi. *Universitas Padjadjaran*.
<https://www.unpad.ac.id/2022/09/pakar-unpad-ekonomi-berkelanjutnantisipasi-dampak-pertumbuhan-ekonomi/>
- Mendrofa, Y. (2021). Pengaruh strategi produk terhadap peningkatan penjualan pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, 9(2).
- Moleong, L. J. (2006). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moeliono, A. M. (1999). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Munaf, T. (2018). *OPUS-Creative Economy Outlook 2019*. Jakarta: BEKRAF.
- Munandar, U. (2004). *Pengembangan kreativitas anak*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pangestu, M., & Nirwandar, S. (2014). *Pengembangan ekonomi kreatif menuju visi ekonomi kreatif Indonesia 2025*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Permata, O. D. (2018). *Strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) kacang sangrai di Kelurahan Keranggan, Tangsel* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah].

- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Purnomo, R. A. (2010). *Ekonomi kreatif, pilar pembangunan Indonesia*. Ponorogo: www.nulisbuku.com.
- Putra Anom, S. (2018). *Badan usaha milik desa: Spirit usaha kolektif desa*. Jakarta: Kementerian Desa.
- Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif: Jenis, karakteristik dan keunggulannya. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Rachman, R. F. (2019). Pengembangan industri kreatif berbasis media digital di Surabaya dalam perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 157–176.
- Rochmat Aldy Purnomo. (2010). *Ekonomi kreatif, pilar pembangunan Indonesia*. Ponorogo: www.nulisbuku.com.
- Sadono, S. (2013). *Mikro ekonomi teori pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salim, P., & Salim, Y. (2002). *Kamus bahasa Indonesia kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siti Nur Azizah, & Muhfiatun. (2017). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal Padanus Handicraft dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 66.
- Suharto, Arikunto. (1995). *Dasar-dasar research*. Bandung: Tarsoto.

- Suryana. (2013). *Ekonomi kreatif, ekonomi baru: Mengubah ide dan menciptakan peluang*. Bandung: Salemba Empat.
- Tadjuddin, N. M. (2019). Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo. *Journal of Islamic Management and Business*, 2(1).
- Wahyudin Darmalaksana. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Studi pustaka dan studi lapangan*. Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Wilantara, R. F., & Indrawan, R. (2016). *Strategi dan kebijakan pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1. Izin Penelitian


PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. K.H.M. Hasyim No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax: (0471) 326046 E-mail: dpmpptsp@palopo.kota.go.id Website: <http://dpmpptsp.palopo.kota.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NOMOR : 500.16.7.2/2024.1060/IP/DPMPPTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelaksanaan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	MUH. FITRA RUSDI
Jenis Kelamin	L
Alamat	Jl. K.H.M. Razak Kota Palopo
Pekerjaan	Mahasiswa
NIM	2004010117

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

Metode Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Ekonomi Berkelanjutan Di Kota Palopo

Lokasi Penelitian	UMKM Kota Palopo
Lamanya Penelitian	15 Oktober 2024 s.d. 15 Januari 2025

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 15 Oktober 2024


Disandiwangi secara elektronik oleh
Kepala DPMPPTSP Kota Palopo
SYAMURIADI NUH, S.STP
Pengjabat : Pemimpin IV/a
NIP : 19650211 200312 1 002

Terdistribusi Kepada Yth:

1. Wali Kota Palopo
2. Dandim 1403 BPP
3. Kapolres Palopo
4. Kepala Badan Koordinat Prov. Sul Sel
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Koordinat Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini dikembangkan secara elektronik menggunakan Sistem Elektronik yang diterbitkan oleh Badan Informasi Elektronik (BSE) Badan Siber dan Sandi Negara (BSN)



Lampiran 2. Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

1. Apakah usaha ini milik pribadi?
2. Dalam pemasaran, jenis produk apa yang anda buat?
3. Dalam operasional, Apakah anda menggunakan alat/teknologi dalam memproduksi
4. Apa saja kendala yang anda alami selama menjalankan usaha ini?
5. Apakah penghasilan yang diperoleh dapat mencukupi biaya sehari-hari bapak/ibu?
6. Bagaimana cara anda dalam meningkatkan UMKM ini sehingga mampu menarik minat konsumen?
7. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda miliki sampai saat ini?
8. Berapa penghasilan yang anda dapatkan selama menjalankan usaha anda ini?
9. Apakah ada perubahan pendapatan ekonomi sebelum dan setelah menjalankan usaha ini?
10. Menurut anda, Langkah apa yang anda butuhkan dalam mengembangkan usaha ini, Dan apakah anda mampu menjalankan rencana tersebut?

Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara





RIWAYAT HIDUP



Muh. Fitra Rusdi , lahir di palopo tanggal 14 Desember 2001. Penulis merupakan anak Pertama Dari empat Bersaudara dari pasangan Rusdi Daming dan Sarmawari. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. K.H. M. Razak, Kota Palopo. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2014 di SDN 75 Surutanga. Kemudian ditahun yang sama melanjutkan pendidikan di tingkat MTsN Model Palopo hingga tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 03 Palopo. Setelah penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 03 Palopo pada tahun 2020, penulis kembali melanjutkan pendidikan tingkat S1 di Institut Agama Islam Negeri Palopo dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Contact Person Penulis : 42064800242@iainpalopo.ac.id