

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF
DI KOTA PALOPO DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi kewajiban Salah Satu Syarat Guna Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri

IAIN Palopo

IAIN PALOPO

OLEH,

NUR MAYASARI

NIM 14.16.4.0163

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

2018

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF
DI KOTA PALOPO DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi kewajiban Salah Satu Syarat Guna Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri

IAIN Palopo

IAIN PALOPO

OLEH,

NUR MAYASARI

NIM 14.16.4.0163

Di Bimbing Oleh,

1. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA
2. Dr. Haris Kulle, Lc., M.Ag

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

2018

PRAKATA



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah Swt atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah Saw, Keluarga, sahabat dan seluruh pengikut-pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah SWT. Sebagai nabi uswatun khasanah (contoh teladan yang baik) bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak serta kedua orang tua tercinta. , Ayahanda Ambo Tola dan Ibunda Maisa yang senantiasa memanjatkan Do'a kehadiran Ilahi Robbi memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, dan telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu pula selama penulis mengenal pendidikan

dari Taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor I, Dr. Rustan S, M. Hum. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Hasbi, M.Ag. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse,MM. Wakil Dekan I Dr. Takdir, SH.,MH. Wakil Dekan II, Dr. Rahmawati, M.Ag.Wakil De kan III Dr. Muh. Tahmid Nur, M.Ag. dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Bapak Ilham S,Ag.,MA. dan Sekertaris Prodi, Dr. Fasiha S.El.,M.El, yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Tadjuddin, SE.,M.Si.,Ak.,CA dan Dr. H. Haris Kulle Lc M,Ag yang masing-masing sebagai pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M dan Dr. Baso Hasyim, M.Sos.I yang masing-masing sebagai penguji I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Para Bapak Ibu dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
6. Dr. Masmuddin, M.Ag Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepala Dinas Koperasi Dan UMKM Dan Kepala Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif beserta seluruh jajarannya, serta para pelaku UMKM yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis dalam mengumpulkan informasi serta memberikan arahan selama penulis mengadakan penelitian hingga selesai menyusun Skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2014 Ekonomi Syariah yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
9. Keluarga besar Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam , KSEI SEA IAIN Palopo, KOPMA IAIN Palopo yang telah mendoakan sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan.
10. Kepada Saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Teriring do'a, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT dan selalu diberi petunjuk kejalan yang lurus serta mendapat Ridha-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-NyaAmin.



Palopo, 18 Februari 2018

Nur Mayasari

IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Defenisi Operasional	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	13
B. Kajian Pustaka	17
1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	17
2. Strategi Pengembangan UMKM	21
3. Ekonomi Kreatif	23
4. UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam	29
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendektan dan Jenis Penelitian	33
B. Sumber Data dan Jenis Penelitian	33
C. Subjek Penelitian	34
D. Informan Penlitian	34
E. Tekhnik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Objek Penelitian	38
B. Gambaran Umum Umkm Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo	41
C. Peluang Dan Tantangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo	44
D. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo	48
E. Ekonomi Kreatif Dalam Prespektif Ekonomi Islam	52
BAB V PENUTUP	58
A. KESIMPULAN	58

B. SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	2
Tabel 4.1	40
Tabel 4.2	42



IAIN PALOPO

ABSTRAK

Nur Mayasari, 2018 : “ *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Di Bawah Bimbingan Pembimbing I Tadjuddin, SE.,M.Si.,AK.,CA dan Pembimbing II Dr. H. Haris Kulle, Lc.,M.Ag.

Kata Kunci : Strategi , UMKM, Ekonomi Kreatif, Prespektif Ekonomi Islam

Dalam Penelitian ini menggambarkan tentang strategi pengembangan yang dilakukan pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif yang ada di Kota Palopo dengan melihat perspektif Ekonomi Islam. Dalam pengembangan UMKM ekonomi kreatif Di kota Palopo banyak hal-hal yang perlu di perhatikan pemerintah Kota Palopo dan para pelaku usaha itu sendiri sehingga pokok permasalahan yang di angkat membahas mengenai, Bagaimana gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo, bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo serta bagaimana pandangan Islam tentang ekonomi kreatif.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *deskriptif kualitatif*, dengan pendekatan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo saat ini belum mampu memberikan predikat khusus bagi kota palopo karena mereka memiliki keterbatasan serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan yang paling banyak dialami oleh pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo yakni permasalahan pada permodalan. 2) Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo yang dilakukan para pelaku UMKM ekonomi kreatif yakni perlunya sinergi antara para pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan. 3) Pandangan Islam terhadap ekonomi kreatif yakni usaha yang dilandasi dengan kreativitas dan inovasi dengan memperbarui sumber daya alam yang ada degan jalan perdagangan Al-Qur'an dengan jelas disebutkan bahwa perdagangan atau perniagaan dalam Al-Qur'an telah disebutkan perniagaan merupakan jalan yang diperintahkan oleh Allah Swt.

Implikasi yaitu UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan kerja sama dari berbagai pihak seperti dinas terkait, pihak swasta dan pelaku UMKM lainnya untuk mencapai kemajuan di dunia usaha serta senantiasa menjaga mutu serta meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam menghasilkan karya-karya baru.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

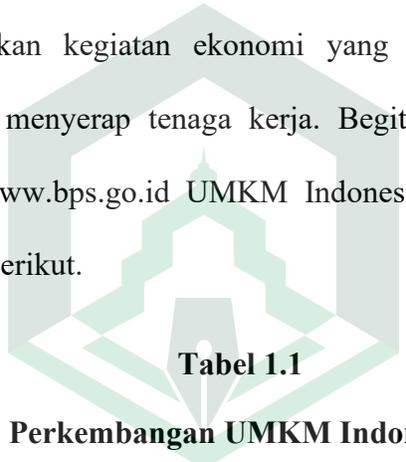
Proses pembangunan pada dasarnya bukanlah sekedar fenomena ekonomi semata. Pembangunan tidak sekedar ditunjukkan oleh prestasi pertumbuhan ekonomi yang dicapai oleh suatu Negara. Tetapi, lebih dari itu pembangunan memiliki perspektif yang luas. Di mana dimensi sosial yang sering terabaikan dalam pendekatan pertumbuhan ekonomi, justru mendapat tempat yang strategis bagi proses pembangunan. Dalam proses pembangunan selain mempertimbangkan aspek pertumbuhan dan pemerataan, juga mempertimbangkan dampak aktivitas ekonomi terhadap kehidupan sosial masyarakat. Lebih dari itu, dalam proses pembangunan dilakukan upaya yang bertujuan untuk mengubah struktur perekonomian kearah yang lebih baik.¹

proses pembangunan ekonomi Indonesia memerlukan peranan masyarakat untuk turut serta dengan cara peningkatan produksi namun hal tersebut belum dapat terlaksana dengan baik dengan melihat kemampuan dan potensi masyarakat yang tidak merata sehingga menyebabkan terjadinya kesenjangan di masyarakat. Adanya jurang pemisah antara masyarakat ekonomi atas dan ekonomi bawah. Indonesia

¹Nurhilmi, *Program Peningkatan Wirausaha Muslim Oleh Pemerintah Kota Palopo (Studikasuk: Kelurahan Sampoddo, Kecamatan Wara Selatan, Kota Palopo)*, Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Islam,(IAIN : Palopo,2015),h.1.

sendiri telah menikmati masa pertumbuhan ekonomi yang tinggi yang panjang hingga datangnya krisis multi dimensi yang dimulai akhir tahun 1997.

Pasca krisis 1997 di Indonesia UMKM (Usaha mikro, kecil & menengah) dapat membuktikan bahwa sektor ini dapat menjadi tumpuan bagi perekonomian. Hal ini dikarenakan UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar lainnya yang cenderung mengalami keterpurukan. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah UMKM setiap tahunnya. UMKM di Negara berkembang hampir selalu merupakan kegiatan ekonomi yang terbesar dalam jumlah dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Begitu pula kondisi yang ada di Indonesia.² Menurut www.bps.go.id UMKM Indonesia mengalami perkembangan dirincikan dalam tabel berikut.



Tabel 1.1

Perkembangan UMKM Indonesia

Indikator	Satuan	2010	2011	2012
Jumlah UMKM	Unit	58.823.732	55.206.444	56.34.592
Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	99.401.775	101.722.458	107.657.509
Sumbangan PDB UMKM (harga Konstan)	RP Miliar	1.282.571,80	1.369.326,00	1.504.928,20

Sumber : www.bps.go.id

²Ahmad Hisyam As'ari. *Peran UKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <http://ariejayuz.blogspot.com/peran-ukm-terhadap-pertumbuhan-ekonomi>. diakses pada tgl 16 januari 2017.

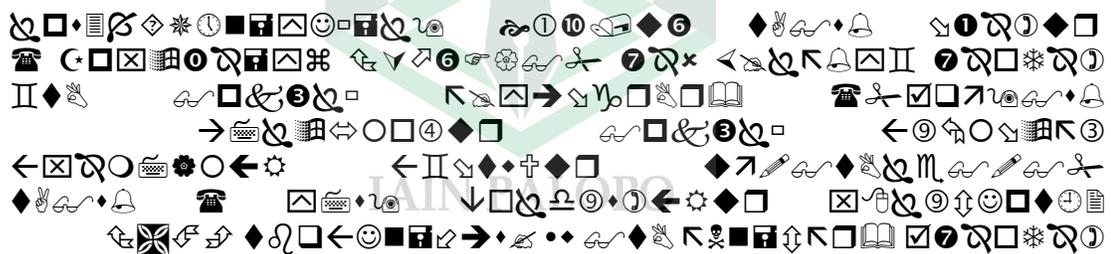
Seperti yang telah dirincikan dalam Tabel 1.1 bahwa UMKM di Indonesia mengalami perkembangan dan peningkatan yang cukup konsisten untuk menyokong perekonomian Indonesia. Tercatat bahwa pada tahun 2010-2012 pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan rata-rata sebesar 2,33 persen. Selain itu seiring perkembangan UMKM, jumlah tenaga kerja juga ikut tumbuh dan mengalami peningkatan rata-rata 3.82 persen dari tahun 2010 hingga 2012. Data ini juga menunjukkan adanya kontribusi positif UMKM terhadap PDB daerah, output PDB yang disumbangkan oleh UMKM terus mengalami peningkatan dari tahun 2010 hingga 2012 dengan rata-rata peningkatan sebesar 7,48 persen. Dengan terus meningkatnya jumlah UMKM tentunya akan meningkatkan jumlah pesaing yang secara langsung mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam berbagai sector UMKM.

Dewasa ini UMKM diwarnai dengan gelombang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh *entrepreneur* (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif . Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika sektor lain dilanda berbagai krisis keuangan global. Industri kreatif tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi dan penawaran yang bersumber pada kegiatan yang digerakkan oleh industri kreatif yang berfokus

pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian bakat dan kreatifitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.³

Ekonomi kreatif berkembang tidak hanya terbatas pada produk barang dan jasa, tetapi juga, pada produk-produk seni budaya dan usaha kerajinan (seperti seni pertunjukan, seni lukis, seni patung seni tari, seni suara, seni desain dan kreasi seni lainnya). Produk ini sangat dinamis serta bernilai ekonomi dan komersial. Pemerintah sendiri sudah menyadari perlunya dikembangkan UMKM yang bergerak di industri kreatif dengan melihat banyaknya sumber daya insani kreatif dan warisan budaya yang kaya.

Firman Allah dalam Q.S . Al-Baqarah/2: 30



Terjemahnya:

“ingatlah ketika tuhanmu berfirman kepada para malakat : “ sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah dimuka bumi”. Mereka berkata : “ mengapa engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami

³Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*, (Bandung :Salemba Empat: 2013),H.14.

senantiasa bertasbih dengan memuji engkau dan mensucikan engkau ?” tuhan berfirman: “ sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”⁴

Ayat ini menunjukkan kekhilafan terdiri dari wewenang yang di anugerahkan Allah swt. Mahluk yang disertai tugas yakni Adam as. dan anak cucunya, serta wilayah bertugas, yakni bumi yang terhampar ini⁵. Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah swt menciptakan manusia sebagai khalifah dimuka bumi untuk mengelolah dan memanfaatkan sumber daya yang ada dengan tidak merusak bumi. Salah satu cara dalam mengelolah dan memanfaatkan sumber daya yang ada dengan menghasilkan barang dan jasa melalui industri kreatif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Ekonomi Kreatif di berbagai Negara berperan besar dalam menciptakan kemajuan dan kesejahteraan. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, bahkan sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Melalui pengembangan ekonomi kreatif, negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Cina, dan negara-negara di Eropa telah memperoleh dan menikmati kekayaan baru yang berlipat ganda. Berbagai penemuan baru seperti *microsoft operating system*, mesin pencari *google* dan *yahoo*, aplikasi perangkat lunak (*software*) pada produk *blackberry* serta berbagai produk dari *Apple* (*mac*, *ipad*, *iphone*, dan *ipod*) telah memberikan sumbangan besar dalam ekonomi Amerika

⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya: kitab suci Al-Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia* (Jakarta:Lubuk Agung Bandung,2014), h.13.

⁵M. Quraish shihab, *Tafsir Al-Misbah:Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, (cet.I; Jakarta: lentera hati, 2000), h.140.

bahkan melebihi hasil ekspor pesawat terbang dan otomotif. Produk-produk tersebut telah menghasilkan pendapatan yang mengalir tanpa batas dan tanpa henti, setiap waktu, setiap saat, setiap menit dan setiap detik.⁶

Indonesia terkadang masih memandang sebelah mata. Padahal keberadaan UMKM dirasa sangat penting dalam membangkitkan kembali ekonomi nasional yang terpuruk akibat krisis. UMKM khususnya dalam bidang Ekonomi kreatif telah menunjukkan memiliki fondasi yang kuat sehingga mampu mandiri. Akan tetapi, sampai saat ini Pemerintah masih belum bisa memberikan solusi yang tuntas bagi pengembangannya, terutama dalam meningkatkan kualitas produknya maupun dalam mengatasi kesulitan permodalan.⁷

Konsep Ekonomi Kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena (*pertama*) memberi *Multiple-Effect* dalam ekonomi. Selain secara statistik keberadaan industri kreatif meningkatkan PDB, konsep ini juga banyak menyerap tenaga kerja. Ekonomi Kreatif tidak berproses sendiri, dengan efek hasil yang kecil. Industri ini menghidupkan industri lain, seperti pengolahan, kemasan, distribusi transportasi periklanan, desain produk, jasa dan sewa lahan lalu menciptakan lapangan pekerjaan baru. (*kedua*) Sumber daya utamanya terbarukan, tidak terbatas, serta berkelanjutan. Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, konsep ekonomi kreatif tidak melakukan eksploitasi secara masif kepada sumber daya alam, berkelanjutan di masa yang akan

⁶Suryana, *Ekonomi kreatif, ekonomi baru: mengubah ide dan menciptakan peluang*, (bandung :salemba empat:2013),h.16.

⁷Mukti Fajar ND, *UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi* (Yogyakarta : pustaka pelajar:2016), h.79.

datang dan tentunya ramah terhadap lingkungan. (*ketiga*) Menghidupkan iklim persaingan terhadap pelaku ekonomi dengan kompetitornya.⁸

Memiliki usaha di era Ekonomi Kreatif itu lebih menarik dari pada era ekonomi sebelumnya, karena sudah ada media massa, cetak dan *online*. Usaha yang kita miliki tidak hanya dapat kita jual terbatas, tetapi luas dan dapat diekspansi karena pertukaran informasi yang tidak terbatas. Konten digital menjadi pilihan utama di era kekinian. (*keempat*) Memicu pola pikir masyarakat menjadi lebih kreatif, inovatif, serta peka terhadap isu sekitar. Masyarakat juga dituntut untuk lebih melek teknologi, dengan keterbatasan yang ada dan talenta yang dimiliki. Hal tersebut menjadi titik acuan masyarakat untuk lebih maju dan menciptakan hal serta produk-produk baru dalam memenuhi kebutuhannya. (*kelima*) Sebagai *branding* suatu daerah, pembentukan identitas dan *icon*. Suatu daerah, kota atau provinsi, dapat menjadikan konsep Ekonomi Kreatif sebagai strategi pengembangan daerahnya, sekaligus *branding* citra diri daerahnya.⁹

Kota Palopo sendiri sudah banyak bermunculan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif yang memiliki permasalahan pada sumber daya manusia, modal, dan penguasaan teknologi modern. Kondisi usaha ekonomi kreatif di kota Palopo sendiri dapat dilihat dari peluang pemberdayaan dari waktu ke waktu belum menunjukkan besarnya harapan pada usaha tersebut untuk mendukung tumbuhnya sistem

⁸Dani Danur tri utama, *Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang*, Fakultas Ekonomi & Bisnis, (Universitas Diponegoro : Semarang,2013), h.5.

⁹Ruth Florida W. M. Hutabarat, *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*, (Universitas Negeri Malang, vol. 7. Nomor 1, 2015). h.14.

perekonomian yang berkeadilan yang mengakibatkan UMKM berbasis ekonomi kreatif belum memberikan corak yang positif khusus bagi kota palopo yang dikenal oleh masyarakat umum baik didalam maupun di luar daerah.

Dengan permasalahan di atas maka pengembangan UMKM kreatif perlu mendapatkan perhatian yang besar baik pemerintah atau dinas yang terkait maupun masyarakat agar dapat berkembang. Kebijakan pemerintah perlu di upayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM berbasis ekonomi kreatif seperti yang dijelaskan sebelumnya UMKM kreatif memiliki peranan yang penting dalam pengembangan ekonomi dan daerah. Kemudian berbicara tentang sistem ekonomi, termasuk sistem ekonomi Kapitalis, Sosialis dan Islam masing-masing tersusun dari seperangkat nilai-nilai yang membentuk dan membangun kerangka organisasi kegiatan ekonominya.

Islam pada hakekatnya merupakan panduan pokok bagi manusia untuk hidup dan kehidupannya, baik itu aktifitas ekonomi, politik, hukum, maupun sosil budaya. Islam memiliki kaidah-kaidah, prinsip-prinsip atau bahkan beberapa aturan spesifik dan pengaturan detail hidup dan kehidupan manusia. Islam mengatur hidup manusia dengan kefitrahannya sebagai individu (hamba Allah swt) dan menjaga keharmonisan interaksinya dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Dalam aktifitas, beberapa aspek aktifitas tersebut memiliki sistemnya sendiri-sendiri, misalnya aspek ekonomi, hukum, politik dan sosial budaya, dan Islam yang diyakini sebagai sistem sosial budaya, Islam merupakan bentuk sistem yang spesifik dari konsep Islam sebagai sistem kehidupan. Tuntunan Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an merupakan way

of life bagi kehidupan muslim, sebagai sistem kehidupan yang dapat diyakini sebagai ‘peta’ untuk menuju keselamatan bagi kehidupan manusia. Aturan yang ada bersumber dari Al-Qur’an sebagai sumber utama serta hadis-hadis Nabi. Kedua sumber tersebut memberikan tuntunan dasar bagi kehidupan manusia dan telah terbukti berhasil diterapkan dalam kehidupan Nabi.¹⁰

UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo dipilih dalam penelitian ini karena ekonomi kreatif yang dijalankan industri kreatif dianggap mampu mengembangkan sumber daya manusia yang berbekal pada ilmu pengetahuan, kreatifitas serta inovasi dan mampu mengembangkan lapangan pekerjaan. pengembangan kreatifitas merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif. UMKM kreatif juga diharapkan dapat memberikan *image positif* tentang ciri khas suatu budaya lokal kota Palopo. Oleh karena itu penulis mengambil judul “ Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo dalam Prespektif Ekonomi Islam ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diajukan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo ?

¹⁰Sudarman, *Peran Dinas Koperindag Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Palopo (Tinjauan Ekonomi Islam)*, Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam (IAIN Palopo: 2015), h.9.

2. Bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo ?
3. Bagaimana Pandangan Islam tentang Ekonomi Kreatif ?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo.
2. Mengetahui strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo.
3. Mengetahui Pandangan Islam terhadap Ekonomi Kreatif

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang didapatkan dalam penelitian ini ialah Sebagai salah satu bahan informasi atau bahkan dijadikan sebagai kajian dalam menambah pengetahuan khususnya ekonomi kreatif.

2. Manfaat praktis
 - a. Bagi pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif

Manfaat penelitian bagi pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi sehingga mampu mengembangkan usaha mereka.

b. Bagi pemerintah

Manfaat dari penelitian ini bagi pemerintah diharapkan dapat berperan serta dalam mendukung pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo untuk kedepannya.

E. Definisi Operasional

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan judul penelitian ini perlu diperjelas beberapa istilah sebagai berikut :

1. Strategi merupakan seni yang mengatur yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktiivitas untuk menuju kearah yang lebih baik.
2. Pengembangan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.
3. UMKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri.

4. Ekonomi kreatif sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.
5. Ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang diturunkan dari ajaran Al-quran dan sunnah. Segala bentuk pemikiran ataupun praktik ekonomi yang tidak bersumberkan dari Al-Qur'an dan sunnah tidak dapat dipandang sebagai ekonomi Islam. Untuk dapat menjawab permasalahan kekinian yang belum dijelaskan dalam Al-Qur'an dan sunnah, digunakan metode fikih untuk menjelaskan apakah fenomena tersebut bersesuaian dengan ajaran Al-Qur'an dan sunnah ataukah tidak. Kegagalan dalam memecahkan masalah ekonomi empiris dipandang bukan sebagai kelemahan ekonomi Islam. Melainkan kegagalan ekonomi dalam menafsirkan AL-Qur'an dan sunnah.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam penelitian ini, langkah awal yang peneliti tempuh adalah mengkaji terlebih dahulu penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian terdahulu yang relevan bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan evaluasi. Maka dalam tinjauan pustaka ini peneliti memaparkan hasil penelitian terdahulu :

Ela Hayati 2017, judul penelitian *Usaha Kreatif dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi : Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)*. Tujuan dari penelitian ini ialah : (1) mengetahui bagaimana usaha ekonomi kreatif petani nanas di desa totokaton. (2) untuk mengetahui bagaimana pandangan Islam tentang usaha kreatif dalam meningkatkan ekonomi masyarakat penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) program pelatihan ekonomi kreatif yang diikuti oleh masyarakat desa Totokaton dapat menambah pengetahuan dan memberikan motivasi kepada masyarakat sehingga mampu meningkatkan kemampuan dalam mengelolah nanas sekaligus menghadirkan realitas baru yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Selain itu dukungan dari pemerintah sangatlah penting untuk memajukan kegiatan pengolahan ekonomi kreatif ini. Dan hasil akhir

dari kegiatan tersebut dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat desa Totokaton.

Sudarman 2015, judul penelitian *Peran Dinas Koperindag Bagi Pengembangan UMKM Kota Palopo (Tinjauan Ekonomi Islam)*. Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Sudarman ialah : (1) mengetahui bagaimana jenis-jenis UKM di Kota Palopo. (2) Bagaimana peran Dinas Koperindag bagi pengembangan UKM di kota palopo. (3) mengetahui bagaimana peran Dinas Koperindag kota Palopo Bagi pengembangan UKM dalam tinjauan ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) jenis-jenis UKM yang ada di Kota Palopo meliputi di berbagai bidang diantaranya: bidang industri, niaga, jasa, ekstrastis, dan bidang kredit. (2) peran dinas koperasi dan perindustrian (Koperindag) Kota Palopo dalam pengembangan UKM di Kota Palopo, melalui berbagai program-program pembinaan UKM di Kota Palopo baik melalui program yang wajib dijalankan maupun program yang telah ada. (3) menurut pandangan penulis hal ini sudah sangat baik seperti penulis pahami, agama Islam sangat menghendaki kesejahteraan secara menyeluruh pada individu, keluarga, masyarakat dan bangsa terpadu antara rohaniah dan jasmaniah.

Purnama Kusumaastuti, dkk (2015). Strategi dan Langkah UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. Dari hasil penelitian yang dilakukan

menunjukkan bahwa langkah-langkah strategi serta upaya-upaya peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi MEA diantaranya : (1) perlu meningkatkan jaringan pasar dan akses informasi bisnis serta penggunaan teknologi yang lebih canggih. (2) meningkatkan kerjasama antara UMKM dan pemerintah untuk memperkuat jaringan dalam menghadapi persaingan MEA, termasuk memenuhi kuota barang (jumlah pesanan). (3) meningkatkan mutu produk dan *quality control* yang lebih ketat.(4) meningkatkan keunggulan kompetitif dan melakukan inovasi pengolahan tahu, misalnya dengan membuat krupuk tahu agar bisa dipasarkan keluar negeri.(5) meningkatkan kemampuan wirausaha tahu sumber daya manusia dan memanfaatkan berbagai kesempatan usaha seperti pameran dagang. Temu usaha, bursa dagang, workshop, dan peningkatan keterampilan. (6) perlu adanya dukungan pemerintah pusat, pemerintah daerah instansi terkait dan pengusaha agar dapat meningkatkan persaingan MEA.

Zuliyati, 2015. *pengembangan industri kreatif pigura kaligrafi menuju pasar global*. Beberapa kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil dan pembahasan adalah sebagai berikut: (1) Melalui pendampingan dan penguatan dalam proses produksi, menjadikan bahan baku yang digunakan dalam Pigura kaligrafi menjadi berkualitas, serta terciptanya proses produksi yang efektif dan efisien. (2) Adanya diversifikasi produk serta produk Pigura Kaligrafi yang lebih berkualitas dan memiliki daya saing yang lebih tinggi. (3) Adanya perluasan daerah pemasaran baik

lokal, nasional maupun internasional sehingga pendapatan pengrajin pada khususnya meningkat serta peningkatan pendapatan daerah pada umumnya.

Dani Danuar Tri U, Darwanton, 2013. *Pengembangan Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi kota Semarang karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif di kota Semarang antara lain, permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak tenaga kerja yang kurang terampil dan masalah pendaftaran hak cipta mereka.

Solusi yang dilakukan pemerintah untuk kemajuan UMKM kreatif di kota Semarang yaitu dengan dilakukan antisipasi kedepan yang sifatnya *continue*. Adapun solusi dari pihak akademisi pengamat UMKM antara lain perlu dilakukan pemetaan industri kreatif yang ada di kota Semarang. Pemetaan yang dimaksud berupa pembagian *cluster* seperti *fashion*, *handycraft* aksesoris dan sebagainya memilih menjadi produk apa yang menjadi ciri khas Kota Semarang serta layak untuk dikembangkan, bagaimana cara memperkenalkan produk kreatif tersebut ke luar daerah, setelah sudah terkenal baru dilakukan pembentukan secara industri kreatif memberdayakan sumber daya manusia agar kualitas produk tetap terjaga.

Dari beberapa penelitian yang dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis memiliki kajian yang berbeda walaupun ada beberapa bagian yang mempunyai kajian yang sama pada beberapa tema tersebut. Akan tetapi, yang dikaji oleh penyusun ini lebih diberatkan kepada UMKM yang berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang UMKM sedangkan perbedaan penelitian ini adalah terletak pada tempat penelitian, rumusan masalah, dan waktu penelitian itu sendiri.

B. Kajian pustaka

1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut undang-undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang usaha mikro ,kecil dan menengah (UU UMKM) defenisi UMKM adalah sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan 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 yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang no. 20 tahun 2008 tentang UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah)

- c. 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 yang diatur dalam undang-undang ini.

Badan pusat statistik (BPS) membuat batasan UMKM didasarkan tenaga kerja (tidak termasuk pemilik) yaitu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau badan, yang bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dengan jumlah tenaga kerja dibawah 100 orang. Daerah tentunya sangat diperlukan untuk menciptakan iklim berusaha /bersaing didaerah.

Era otonomi daerah memberikan implikasi yaitu daerah merencanakan sendiri pembangunan didaerahnya dengan dukungan sumber daya lokal. Hal ini menjadikan posisi UMKM sangat penting untuk mewujudkan pengembangan perekonomian daerah dan pemberdayaan masyarakat. Relevansi pengembangan UMKM dalam pembangunan ekonomi tersebut makin relevan dengan tujuan untuk mengatasi kemiskinan, ketimpangan dan pengangguran. Meskipun peran UMKM sangat vital bagi pembangunan ekonomi regional namun dalam kenyataannya kesenjangan pertumbuhan UMKM dibeberapa daerah Palopo masih terjadi.

Berdasarkan undang-undang no. 20 tahun 2008 dalam tentang usaha mikro, kecil dan menengah dalam pasal 3 disebutkan Usaha mikro, kecil dan menengah

bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan upaya yang ditempuh pemerintah untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Kriteria usaha mikro, kecil dan menengah yang tercantum dalam undang-undang no. 20 tahun 2008 tentang Usaha mikro, kecil dan menengah ialah:

1. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha ; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

2. Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

3. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut :
- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah)
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Ciri-ciri usaha mikro, kecil dan menengah diantaranya :

- a. Jenis barang usahanya tidak tetap dapat terganti pada periode tertentu.
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, dapat berubah sewaktu-waktu.
- c. Belum melaksanakan administrasi keuangan yang sederhana dan memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha, sumber daya manusia
- d. Tingkat pendidikan *relative* rendah
- e. Pada umumnya belum akses perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses lembaga keuangan non bank.
- f. Umumnya tidak menyukai izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Suliatyastuti (2004) menyebutkan ada 4 alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia, *pertama* UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukam usaha ini tidak sesulit usaha

besar. *Kedua* tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. *Ketiga* sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. *Keempat*, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, termasuk dalam penyerapan tenaga kerja. Dengan banyaknya terbuka lapangan maka bukan tidak mungkin tingkat pengangguran akan menurun. UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional, termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat demi mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah, tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu, usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar, termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin semua kebutuhan dasar rakyat.

2. Strategi Pengembangan UMKM

Strategi adalah seni memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan antar faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja. Dalam konsep manajemen cara terbaik untuk mencapai tujuan,

sasaran dan kinerja adalah dengan strategi memberdayakan sumber daya secara efektif dan efisien (LAN-RI, 2008). Barney (2007) mengemukakan definisi kerja strategi adalah suatu pola alokasi sumberdaya yang memungkinkan organisasi memelihara bahkan meningkatkan kinerjanya. Strategi yang baik adalah suatu strategi yang menetralkan ancaman/tantangan, dan merebut peluang-peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang tersedia serta meniadakan atau memperbaiki kelemahan-kelemahan yang masih ada.¹¹

Strategi UMKM sangat diperlukan dalam memperkokoh perekonomian nasional yang nantinya meningkatkan taraf hidup dan daya saing masyarakat. UMKM diharapkan dapat memberikan kestabilan dalam meningkatkan prospek usaha yang dijalankan sehingga nantinya memberikan hasil yang maksimal baik untuk pelaku UMKM dan berdampak baik bagi pemerintahan dan masyarakat luas.

Pengembangan UMKM merupakan pekerjaan yang sangat besar dan rumit, oleh sebab itu apa-apa yang dilakukan pemerintah melalui pelaksanaan berbagai program langsung adalah bersifat stimulan untuk mendorong UMKM agar secara mandiri dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi. Dari masalah pokok yang dihadapi oleh UMKM di atas, juga tidak mungkin semuanya dimasuki oleh pemerintah, karena pemerintah sebagai unsur penyeimbang hanya mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang pada hakikatnya dapat mendorong sumber daya pembangunan secara optimal. Banyak hal yang menjadi kendala dalam

¹¹ Ghalib Afga Polnaya, *skripsi strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada ukm ekonomi kreatif batik bakaran di pati, jawa tengah*, fakultas ekonomika dan bisnis (semarang : universitas diponegoro 2015), h.20.

pemberdayaan UMKM. Tetapi berada diluar jangkauan kewenangan pemerintah, atau pemerintah juga mempertimbangkan unsur-unsur lainnya dalam mempertimbangkan unsur-unsur lainnya dalam mengeluarkan kebijakan untuk mendorong UMKM dari aspek tersebut.¹²

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis pasar internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan/organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan pasar dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses dan mengidentifikasi kekuatan utama di mana industri dapat membangun strategi untuk mengeksplorasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan.

3. Ekonomi Kreatif

Era ekonomi kreatif merupakan pergeseran dari ekonomi pertanian, era industrialisasi, dan era informasi. Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok luas profesional, terutama mereka yang berada dalam industri kreatif yang memberikan sumbangan terhadap garis depan inovasi. Industri kreatif merupakan sebagai

¹²Mukti Fajar ND, *UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi* , h.219-220

kumpulan aktifitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi industri kreatif ini juga dikenal ekonomi kreatif.

Industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Istilah industri kreatif sendiri memiliki defenisi yang beragam. Kathrin Muller, Cristian Rammer , dan Johannes Truby (2008) mengemukakan tiga peran industri kreatif terhadap inovasi ekonomi dalam penelitiannya di Eropa . *pertama*, industri kreatif adalah sumber utama dari ide-ide inovatif potensial yang berkontribusi terhadap pembangunan/inovasi produk barang dan jasa. *Kedua* industri kreatif menawarkan jasa yang dapat digunakan sebagai input dari aktivitas inovatif perusahaan dari organisasi baik yang berada dalam lingkungan industri kreatif maupun yang berada diluar industri kreatif. *Terakhir* industri kreatif menggunakan teknologi secara intensif sehingga dapat mendorong inovasi dalam bidang teknologi tersebut. Industri kreatif digambarkan sebagai kegiatan ekonomi yang berkeyakinan penuh pada kreativitas ekonomi.¹³

Dengan perkembangan dan semakin besarnya pangsa pasar produk ekonomi kreatif Howkins (2001 : viii) dalam bukunya *the creative economy : how people make a money from ideas* berargumen bahwa “ ekonomi baru (*new economics*) sudah muncul sekitar industri kreatif yang dikendalikan oleh ‘hukum kekayaan intelektual, paten, hak cipta, merek, desain dan *royalty*’”. Produk ekonomi kreatif di abad ini bukan didominasi oleh produk barang yang rill seperti berapa jumlah dan jenis

¹³Dani Danuar Tri u, skripsi .*Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang* . fakultas Ekonomi dan Bisnis , (Semarang : Universitas Dipenogoro , 2013), h. 19-20

produk yang dihasilkan, akan tetapi oleh produk-produk yang nonriil yang memfokuskan pada perubahan karakter dan keistimewaan produk untuk menghasilkan kekayaan intelektual, seperti paten, hak cipta, *royalty*, desain dan merek dagang.

Ekonomi kreatif perlu dikembangkan disebabkan oleh : (a) kontribusi ekonomi kreatif yang signifikan terhadap ekonomi Indonesia adalah terhadap pendapatan domestik bruto (PDB), Penciptaan lapangan pekerjaan dan perolehan ekspor; (b) ekonomi kreatif berdampak sosial karena dapat meningkatkan kualitas hidup dan peningkatan toleransi sosial; (c) ekonomi kreatif dapat menciptakan iklim bisnis yang kondusif karena dapat menciptakan lapangan usaha, pemasaran dan dampak bagi sektor lainnya; (d) ekonomi kreatif mendorong inovasi dan kreativitas karena memunculkan ide-ide baru dan gagasan yang berperan dalam penciptaan nilai tambah; (e) dengan ekonomi kreatif sumber daya manusia menjadi terbarukan karena berbasis pengetahuan, kreativitas dan *green community*; (f) dengan ekonomi kreatif, citra dan identitas bangsa menjadi terbentuk karena mendatangkan wisatawan, membangun warisan budaya, dan nilai-nilai budaya bangsa sebagai ikon nasional yang bernilai komersial dan ekonomis. Dengan demikian ekonomi kreatif dapat meningkatkan harkat dan martabat bangsa.

Subsektor yang merupakan bagian dari industri kreatif adalah:

a. Periklanan

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi,

produksi, dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi.

b. Arsitektur

Arsitektur merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya arsitektur taman, desain interior).

c. Desain

Kegiatan yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat. Tren sub sektor ini sangat positif. Dengan populasi penduduk yang didominasi oleh usia produktif, potensi terbentuknya interaksi antara pelaku industri dan pasar pun sangat besar. Ditambah lagi masyarakat dan pasar sekarang memiliki apresiasi terhadap produk yang berkualitas.

d. Pasar Barang Seni

Pasar barang seni merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko.

e. Kerajinan

Kerajinan yang dimaksud ialah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.

f. Musik

Musik yang dimaksud dalam industri kreatif ialah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekam suara.

g. Fesyen

Fesyen merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen serta distribusi produk fesyen.

h. Permainan Interaktif

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi, distribusi, permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.

i. Video, Film, dan Fotografi

Video, Film dan Fotografi yang dimaksud dalam industri kreatif ialah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi serta distribusi rekaman video dan film.

j. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Layanan computer dan piranti lunak yang dimaksud ialah kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan data base, pengembangan piranti lunak.

k. Riset dan Pengembangan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

l. Penerbitan dan Percetakan

Penerbitan dan percetakan yang dimaksud ialah kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah tabloid, dan konten digital, serta kegiatan kantor berita dan pencari berita.

m. Seni Pertunjukan

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung dan tata pencahayaan.

n. Televisi dan Radio

Industri kreatif yang dimaksud ialah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (games, kuis, reality show, infotainment dan lainnya).

4. UMKM Dalam perspektif Ekonomi Islam

Ajaran Islam memerintahkan secara eksplicit kepada umat manusia untuk memegang nilai-nilai ajaran Islam secara *kaffah* (total), menyeluruh dan utuh untuk mencapai *falah*, kehidupan mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat, dapat terwujud apabila terpenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup manusia seimbang. Mereka diperintahkan melaksanakan ajaran yang berkaitan dengan kewajiban individu kepada Allah Swt. Dan juga yang berkaitan dengan kewajibannya terhadap lingkungan dan sesama anggota masyarakat lainnya. Islam juga menekankan sekali pada usaha-usaha yang produktif. Seseorang yang setiap waktu senantiasa beribadah didalam masjid dan melalaikan bekerja mencari nafkah untuk keluarga dan dirinya sendiri, sehingga ia menggantungkan keperluannya kepada orang lain, maka orang lain tersebutlah yang akan menerima pahala ibadah yang dikerjakan itu .

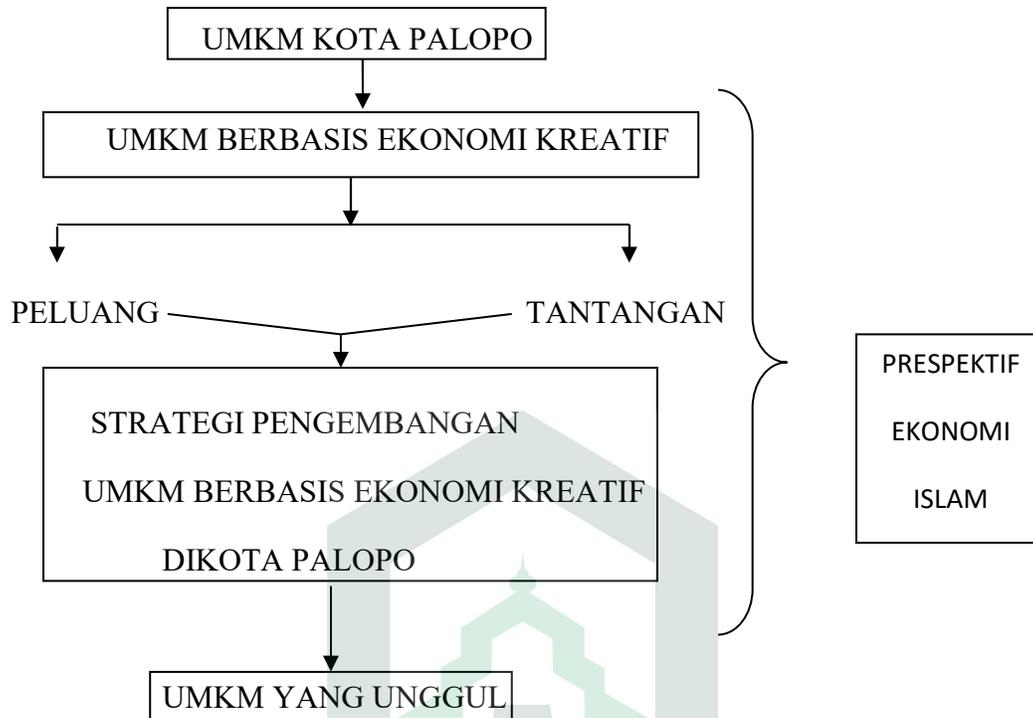
berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁵

Disinilah terlihat betapa ajaran agama Islam menempatkan kegiatan usaha perdagangan sebagai salah satu bidang penghidupan yang sangat dianjurkan, tetapi tetap dengan cara-cara yang dibenarkan oleh agama. Dengan demikian sekali lagi usaha perdagangan akan mempunyai nilai ibadah, apabila hal tersebut dilakukan sesuai dengan ketentuan agama dan diletakkan ke dalam kerangka ketaatan kepada sang pencipta. Wirausaha juga dapat merasakan suasana ekstrem syukur dan ekstrem sabar saat pasang surut penghasilan. Dalam *Al-Mughnu Hamliil Asfar, Al-Hafizh Al-Iraqi Hadist No.1576* menyebutkan, “*Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rezeki.*”

C. Kerangka pikir

Dalam menunjang proses penelitian agar tetap terarah pada focus penelitian maka disusun suatu kerangka dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kebijakan yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi yang berkaitan dengan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo. Dalam rangka memberikan rekomendasi untuk mengambil kebijakan pengembangannya.

¹⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya: kitab suci Al-Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia* (Jakarta:Lubuk Agung Bandung,2014), h. 83.



Kerangka pikir di atas menggambarkan kondisi UMKM berbasis ekonomi kreatif yang ada di kota palopo serta peluang dan tantangan apa yang dihadapi sehingga merumuskan strategi yang tepat untuk menumbuh kembangkan industri kreatif di kota palopo dikalangan UMKM kota Palopo untuk mewujudkan UMKM yang unggul yakni dapat menjalankan usaha dengan baik, mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan daerah serta memberikan ciri khas bagi kota palopo. Kemudian bagaimana pandangan islam terhadap ekonomi kreatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan metodologi penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Alamiah disini mempunyai arti bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam lingkungan yang alami tanpa adanya intervensi atau perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana strategi yang dilakukan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo dalam mengembangkan usahanya.

B. Sumber dan jenis data IAIN PALOPO

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai informasi yang dicari dan data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan dokumen.¹⁶

¹⁶ Sugiyono, *memahami penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta), h.62

Data primer didapat melalui wawancara dengan pelaku UMKM kreatif Kota Palopo, dan data sekunder didapat melalui dinas terkait, dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi informan. Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan UMKM serta dari instansi terkait seperti dinas koperindag Kota Palopo serta Badan Pusat Statistik (BPS).

C. Subjek penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dikota palopo. UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian. UMKM berbasis ekonomi kreatif dikota palopo dipilih karna dianggap mampu mengembangkan sumber daya manusia dengan berbekal pada ilmu pengetahuan, kreatifitas serta inovasi dan mampu mengembangkan lapangan pekerjaan. Pengembangan kreatifitas merupakan keunggulan suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif.

D. Informan Penelitian

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel pada penelitian ini. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya, orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia

sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.¹⁷

Sampel dalam penelitian ini bukan dikatakan sebagai responden, melainkan lebih tepatnya sebagai informan penelitian. Informan dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM kreatif di Kota Palopo, dinas terkait (dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo & Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif).

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu :

a. Observasi

Pengamatan dilakukan secara langsung dengan mengamati objek dan situasi penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan fenomena yang tidak diperoleh dari wawancara.

b. Wawancara

Wawancara yang digunakan ialah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama dari wawancara ialah adanya kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi (*interviewer*) dan sumber informasi (*interviewee*).

¹⁷ Sugiyono, *memahami penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta), h. 54.

c. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan dokumentasi dalam bentuk dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih yang sesuai dengan tujuan dan fokus masalah, dokumen-dokumen tersebut diurutkan sesuai dengan tujuan pengkajian. Metode ini, peneliti gunakan untuk memperoleh data yang mencatat meliputi letak geografis, strategi UMKM kreatif.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses analisis kualitatif yang mendasarkan pada adanya hubungan semantic dan variable yang sedang diteliti. Menurut Miles dan Huberman terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terkumpul. Proses analisis dimulai dari membaca dan mempelajari, dan menelaah data yang didapat mengenai pelaksanaan strategi yang dilakukan pelaku UMKM kreatif dalam menumbuh kembangkan usahanya. Selanjutnya dari proses analisis tersebut. Penulis mengambil kesimpulan dari masalah yang bersifat umum kepada masalah yang bersifat khusus.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini yaitu :

1. Reduksi data

Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu data tersebut perlu segera diolah dan dianalisis melalui reduksi.

Mereduksi data berarti menseleksi atau memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, Dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, mencari kembali bila diperlukan.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan atau menyajikan data, pada penelitian ini. Setelah data direduksi langkah-langkah selanjutnya dalam proses penyajian data yang telah direduksi data diarahkan agar terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Setelah dilakukan penyajian data, selanjutnya menarik kesimpulan. Artinya, kesimpulan ini baru kesimpulan awal yang sifatnya sementara dan akan berubah dan akan berkembang setelah peneliti berada dilapangan. Apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung kesimpulan awal maka kesimpulan berubah. Sebaiknya apabila kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat kembali ke lapangan mengumpulkan data, kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi objek penelitian

Kota palopo adalah sebuah kota di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Palopo sebelumnya berstatus kota administratif sejak 1986 dan merupakan bagian dari Kabupaten Luwu yang kemudian berubah menjadi kota pada tahun 2002 sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 Tanggal 10 April 2002. Kota palopo secara geografis terletak antara 2°53' 15" - 3°04'08" Lintang selatan dan 120°03'10" - 120°14'34" Bujur Timur. Kota Palopo yang merupakan daerah otonomi kedua terakhir dari empat daerah otonom di Tanah Luwu, dimana di sebelah utara perbatasan dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu, di sebelah Timur dengan Teluk Bone, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu sedangkan di sebelah Barat dengan kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Tana Toraja.¹⁸

Luas wilayah administrasi Kota Palopo sekitar 247,52 kilometer persegi atau sama dengan 0,39 persen dari luas wilayah provinsi Sulawesi Selatan. Secara administratif Kota Palopo terbagi menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Sebagian besar wilayah Kota Palopo merupakan dataran rendah, sesuai dengan keberadaannya sebagai daerah yang terletak di pesisir pantai. Dari luas kota Palopo sekitar 62,00 persen dataran rendah dengan ketinggian 0-500 meter dari permukaan laut, 24,00

¹⁸www.palopo.go.id/blog/page/geografis, diakses pada tanggal 29 november 2017.

persen terletak pada ketinggian 501-1000 meter dan sekitar 14,00 persen terletak diatas ketinggian lebih dari 1000 meter.

Kota palopo secara spesifik dipengaruhi oleh adanya iklim tropis basah, dengan keadaan curah hujan bervariasi antara 500-1000 mm/tahun. Suhu udara berkisar sekitar antara 25,5° sampai dengan 29,7 derajat C, dan berkurang 0,6 derajat C sampai kenaikan dengan 85% tergantung lamanya penyinaran matahari yang bervariasi antara 5,2 sampai 8,5 jam perhari.

Kondisi permukaan tanah kawasan perkotaan (kawasan build-up area) cenderung datar, linier sepanjang jalur jalan trans Sulawesi, dan sedikit menyebar pada arah jalan kolektor dan jalan lingkungan di wilayah perkotaan, sedangkan kawasan yang menjadi pusat kegiatan dan cukup padat adalah sekitar pasar (pusat perdagangan dan jasa), sekitar perkantoran, dan sepanjang pesisir pantai, yang merupakan kawasan pemukiman kumuh yang basah dengan kondisi tanah genangan dan pasang surut air laut. Secara garis besar keadaan topografis kota palopo ini terdiri dari tiga variasi yaitu dataran rendah sepanjang pantai, wilayah perbukitan bergelombang dan datar dibagian tengah, dan wilayah perbukitan dan pegunungan dibagian barat, selatan dan sebagian dibagian utara.

Kota Palopo dinakhodai pertama kali oleh Bapak Drs. Tenriadjeng, Msi, yang diberi amanah sebagai penjabat Walikota (*Caretaker*) kala itu, mengawali pembangunan Kota Palopo selama kurun waktu satu tahun , hingga kemudian dipilih sebagai Walikota defenitif oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Palopo untuk

memimpin Kota Palopo Periode 2003-2008, yang sekaligus mencatatkan dirinya selaku Walikota pertama di Kota Palopo.¹⁹

Pertumbuhan ekonomi kota palopo yang semakin meningkat mengindikasikan bahwa kota palopo telah mengalami kemajuan. Hal ini didukung dengan makin banyaknya unit usaha baik dalam skala mikro, kecil dan menengah. Pertumbuhan UMKM di kota Palopo juga telah berkembang pesat dari tahun ke tahun. Kota Palopo yang terbagi menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan ini memiliki 6.371 UMKM. Jumlah ini terus mengalami peningkatan dari tahun 2013 yang hanya memiliki 4.395 unit UMKM Seperti terlihat pada tabel 4.1 .

Tabel 4.1

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Kota Palopo

NO	USAHA	TAHUN				SATUAN
		2013	2014	2015	2016	
1	MIKRO	3.044	3.248	3.537	4.450	UNIT
2	KECIL	1.311	1.318	1.341	1.862	UNIT
3	MENENGAH	40	57	57	59	UNIT
JUMLAH		4.395	4.623	4.935	6.371	UMKM

(Sumber : Dinas Koperindag Kota Palopo)

¹⁹ www.palopo.go.id/blog/page/sejarah.diakses pada tanggal 29 november 2017.

B. Gambaran umum UMKM Ekonomi Kreatif di kota palopo

Seiring dengan meningkatnya UMKM di kota palopo UMKM Ekonomi kreatif hadir dengan corak yang diyakini mampu meningkatkan perekonomian Konsep ekonomi kreatif ternyata mampu memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian di beberapa negara. Di Indonesia, ekonomi kreatif dimulai dari permasalahan akan pentingnya meningkatkan daya saing produk nasional untuk menghadapi pasar global. hal itu juga disadari kepala dinas pariwisata dan Ekonomi kreatif Kota Palopo pada saat pembukaan pelatihan pelaku ekonomi kreatif di Aula kantor walikota palopo, Kamis 23 Februari 2017 silam menuturkan, saat ini Negara-negara maju sadar bahwa produksi tidak dapat meningkatkan ekonomi suatu Negara diperlukan adanya suatu kreativitas dari SDM dari Negara itu sendiri. Untuk itu, ekonomi kreatif merupakan sektor yang menjadi prioritas untuk dikembangkan. Karena kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumbuh pada keunggulan SDM. Kerajinan, arsitektur, kuliner, kebudayaan dan item-item ekonomi lainnya berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia, tidak seperti sector lain yang hanya bergantung pada eksploitasi sumber daya alam. Berikut data pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota palopo :

Tabel 4.2

Data pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Kota Palopo

No	KECAMATAN	JUMLAH PELAKU UMKM EKONOMI KREATIF	SATUAN
1	Wara	70	unit
2	Wara Timur	24	unit
3	Wara Utara	13	unit
4	Wara Barat	8	unit
5	Wara Selatan	3	unit
6	Telluwana	12	unit
7	Bara	12	unit
8	Sendana	2	unit
9	Mungkajang	3	unit
JUMLAH		147	UMKM

Data pada tabel 4.2 merupakan data berdasarkan 6.371 pelaku UMKM yang ekonomi kreatif di kota palopo yang memiliki kreatifitas, serta bakat individu melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta dimana sumber daya manusia sebagai asset utama dalam menciptakan nilai.

Hasil wawancara dengan salah satu informan pelaku usaha kreatif mengatakan bahwa :

“ Alhamdulillah maksudnya dari hari ke-hari meningkat ji’ dan selalu lebih baik tidak putus-putus”²⁰

²⁰ Hidayatullah, *Wawancara*. pelaku usaha kreatif, pada tanggal 13 November 2017.

Seperti yang diungkapkan oleh Hidayatullah di atas, bahwa usaha kreatif yang ia jalankan mengalami peningkatan yang baik setiap tahunnya. Berbeda dengan usaha kreatif yang dijalankan oleh Sudiarti, ia menegaskan :

“ alhamdulillah berjalan, ada siklus dalam satu tahun ada bulan ramai ada bulan yang sedang ada bulan yang sepi itu sudah ada siklusnya jadi kalau mau dibilang stabil yaa kalau bulan-nya stabil yaa stabil. Contohnya kalau bulan-bulan desember sampai januari musim hujan jadi kurang”²¹

Kondisi usaha industri kreatif di kota Palopo mengalami peningkatan pada waktu-waktu tertentu ketika ada barang edisi terbatas hal ini menegaskan bahwa kondisi usaha ekonomi kreatif yang ada di kota palopo belum bisa dikatakan sudah sepenuhnya baik karna adanya UMKM yang mengalami peningkatan yang kurang stabil dalam menjalankan usahanya. Hidayatullah juga menuturkan bahwa usaha kreatif yang seperti yang ia jalani yakni usaha kreatif di bidang seni masih kurang bahkan sangat sedikit yang ada di kota palopo. Berbeda dengan usaha kreatif di bidang kuliner dan periklanan yang semakin marak di kota palopo dengan berbagai inovasi-inovasi yang terbaru. Tentu hal ini butuh pengawasan dari pemerintah guna pelaku usaha kreatif di kota palopo terus mengalami peningkatan dan bertahan.

Industri kreatif di kota palopo mulai bermunculan dan semakin marak di kota Palopo. Namun, ada beberapa sektor yang masih sangat kurang atau bahkan belum ada di kota. Dari hasil pengamatan peneliti UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo didominasi subsektor percetakan. Hal ini dapat dilihat dengan maraknya usaha percetakan yang ada di kota palopo yang sangat mudah dijumpai di berbagai

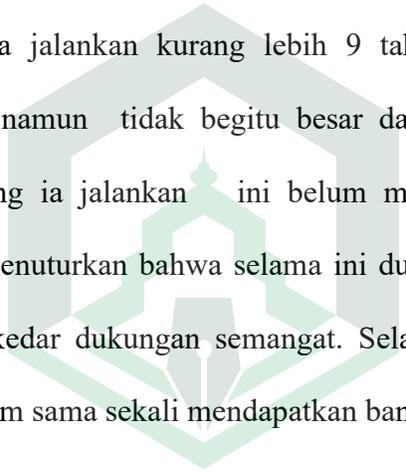
²¹ Sudiarti, *Wawancara*. Pelaku usaha kreatif pada tanggal 11 november 2017.

tempat. Namun masih sangat kurang di beberapa subsektor khususnya pasar barang seni.

Sama halnya dengan usaha yang dijalankan oleh Irvan Dahlan yang bergerak di subsektor seni dan pertunjukan ia menjelaskan bahwa :

“Kalau dibilang dijalan di tempat tidak juga, dibilang maju juga tidak, mundur juga tidak, istilahnya apa yaa? yaa bisa dibilang berjalan, berjalan dengan apa adanya.”²²

usaha yang dia jalankan kurang lebih 9 tahun lamanya bisa dikatakan mengalami kemajuan namun tidak begitu besar dan tidak juga jalan ditempat, menurutnya usaha yang ia jalankan ini belum memberikan penghasilan yang menetap, Irvan juga menuturkan bahwa selama ini dukungan yang didapatkan dari pemerintahan baru sekedar dukungan semangat. Selama Sembilan tahun berjalan Irvan menegaskan belum sama sekali mendapatkan bantuan materi dari pemerintah.



IAIN PALOPO

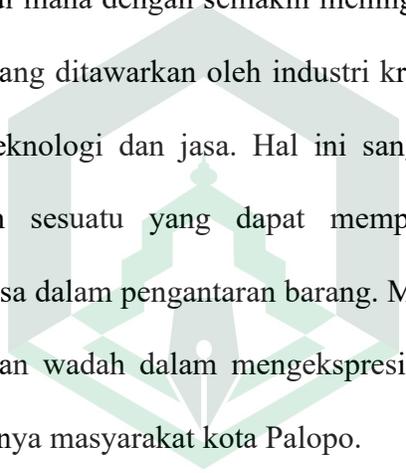
C. Peluang Dan Tantangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif

Perkembangan usaha yang bersumber dari kreasi intelektual yang memiliki nilai ekonomis dan *benefit* manfaat ekonomis kreatif adalah mampu menggali sumber daya potensi lokal bangsa dan menggali sumber daya manusia terutama pada generasi muda karna sebagian besar kalangan pelaku industri kreatif digeluti generasi muda. Upaya pengembangan industry kreatif masih sangat terbuka lebar, masih banyak

²² Irvan Dahlan, *Wawancara*. pelaku usaha kreatif, pada tanggal 20 November 2017

peluang-peluang yang dimiliki industri kreatif sehingga kebermanfaatannya baik secara ekonomis maupun non ekonomis dapat tergali.

Diantara peluang-peluang industri kreatif yang ada di kota palopo yakni bahan baku yang diperoleh masih dalam lingkungan kota palopo itu sendiri, dan bahan baku masih muda untuk didapatkan, selain dari bahan baku peluang pasar dan kreativitas masyarakat kota palopo juga menjadi peluang yang besar dalam menjalankan industri kreatif di kota Palopo, di mana dengan semakin meningkatnya perkembangan zaman keinginan masyarakat yang ditawarkan oleh industri kreatif juga semakin meningkat khususnya di bidang teknologi dan jasa. Hal ini sangat diketahui bahwa saat ini manusia membutuhkan sesuatu yang dapat mempermudah dalam melakukan kegiatannya misalnya jasa dalam pengantaran barang. Masyarakat juga membutuhkan suatu inovasi terbaru dan wadah dalam mengekspresikan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat khususnya masyarakat kota Palopo.



Beberapa faktor-faktor permasalahan atau tantangan yang dihadapi para pelaku usaha kreatif dikota palopo masih di titik beratkan pada permodalan. Salah satu informan selaku pemerintah dari dinas koperasi dan UMKM kota Palopo Dorkas Batam., SE (Kepala Bidang pemberdayaan Usaha Mikro) mengungkapkan bahwa:

“ kerjasama antara UMKM yang ada dikota Palopo masih perlu ditingkatkan, para pelaku UMKM ini khususnya pelaku usaha mikro

biasanya terkendala pada permodalan, masih banyak yang kurang sehingga mengakibatkan produksi menjadi terbatas.”²³

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa UMKM kreatif di kota Palopo memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan UMKM khususnya bagi usaha mikro masih berkuat pada modal. Permodalan yang terbatas dapat menyebabkan tersendatnya produksi serta kapasitas produksi mereka terbatas.

Permasalahan modal merupakan masalah yang klasik bagi UMKM. Para pelaku UMKM kreatif di Kota palopo mayoritas mengalami keterbatasan finansial dalam permodalan. Salah satu informan UMKM kreatif, Hidayatullah mengungkapkan

“ Permasalahanya itu tidak adanya tempat, karna banyak orang yang biasa mau lihat produk yang tersedia tapi tidak ada tempatnya”²⁴

Usaha yang ia jalankan ada pada permasalahan tempat usaha. Usaha kerajinan yang ia lakukan hanya mengandalkan promosi melalui mulut kemulut dan melalui sosial media, namun ia menegaskan bahwa jika adanya tempat usaha maka ia dapat mengembangkan usahanya menjadi sebuah galeri seni Tidak adanya tempat usaha juga ini menyebabkan tidak adanya tempat memasarkan dan memerkan produknya secara langsung.

²³Dorkas batam, *Wawancara* (kepala bidang pemberdayaan usaha Mikro). Pada tanggal 29 Agustus 2017.

²⁴Hidayatullah, *Wawancara* pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 13 november 2017

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kurangnya tempat dalam menjalankan usahanya dikarenakan kurangnya permodalan. UMKM kreatif di kota Palopo memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan UMKM khususnya bagi usaha mikro masih berkuat pada modal. Permodalan yang terbatas dapat menyebabkan kapasitas produksi mereka terbatas.

Sudiarti juga menambahkan bahwa para pelaku UMKM ekonomi kreatif yang ada di Kota Palopo kurang dalam melakukan sinergi antara para pelaku UMKM ekonomi kreatif yang ada di Kota Palopo dalam berinovasi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa para pelaku usaha kreatif di kota Palopo masih kurang bersinergi dengan usaha satu dengan yang lain, jikalau sinergi itu dijalankan dengan baik akan menjadi satu nilai tambah bagi para pelaku usaha kreatif dalam menumbuh kembangkan usaha mereka. Hal ini juga menjadi sebuah permasalahan yang menjadi tantangan dalam menjalankan usaha ekonomi kreatif.²⁵

Kekurangan tenaga ahli atau terampil dalam posisi marketing juga menjadi permasalahan dalam sebuah usaha, tentunya sebuah usaha akan berkembang dengan baik sangat memerlukan tenaga marketing yang terampil untuk meningkatkan sebuah usaha hal ini yang juga menjadi kendala usaha yang dijalankan oleh Irvan.²⁶

²⁵ Sudiarti, *Wawancara*. Pelaku usaha kreatif pada tanggal 11 november 2017.

²⁶ Irvan Dahlan, *Wawancara*, Pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 20 November 2017.

D. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo

Banyak tantangan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang kurang ahli atau terampil dan sebagainya dapat diatasi dengan dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik. Pengembangan usaha bukan saja dibarengi dengan modal yang banyak atau tenaga kerja yang terampil, tetapi juga harus dibarengi dengan niat dalam diri kita sendiri. Dengan niat yang sungguh-sungguh kita bisa mengembangkan usaha menjadi lebih besar. Jika tidak mengembangkan usaha dengan sungguh-sungguh maka sebaliknya usaha tidak akan mengalami kemajuan atau bahkan bisa gulung tikar.

Cara lain yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha dengan baik adalah dengan memberikan pendidikan yang dapat meningkatkan keahlian kepada para pengusaha seperti memberikan pelatihan workshop tentang pengembangan usaha dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih baik kepada pengusaha terhadap pengembangan usaha yang baik.

Suatu usaha yang telah dikenal baik oleh banyak masyarakat dan menghasilkan laba disebut dengan usaha yang berkembang, usaha yang seperti itu yang ingin dicapai oleh semua pelaku usaha. Hal itu disadari betul ketika kita telah berhasil membangun atau memulai suatu usaha baru, tantangan berikutnya ialah bagaimana strategi dan cara mengembangkan usaha yang dimiliki agar menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapan yang kita harapkan.

Menumbuh kembangkan UMKM Ekonomi kreatif di Kota Palopo para pelaku ekonomi kreatif tentu juga perlu usaha yang besar agar usaha dapat bisa bertahan lama dan terus mengalami perkembangan. Usaha yang dilakukan juga harus membutuhkan dukungan dari berbagai pihak seperti pihak pemerintahan ataupun swasta. Salah satu informan selaku pelaku industri UMKM ekonomi kreatif Sudiarti yang membuka usaha warkop jalanan yang diberi nama “Uber Coffe” yang memadukan konsep warung kopi *outdoor* dengan menu- menu jajanan yang inovatif mengungkapkan :

“Kita cari investor lagi untuk membuka cabang toh.. dan lebih mengusahakan segi pelayanan bagaiimana pelayanan bisa menyesuaikan dengan keinginan pelanggan.”²⁷

Menumbuh kembangkan usahanya diperlukan mencari investor untuk mengupayakan dalam pengembangan sehingga dapat membuka cabang baru untuk usahanya. Dalam mengembangkan usahanya Sudiarti juga selalu berbenah diri dalam pelayanan dan peningkatan kualitas produk-produknya. Pembinaan yang dilakukan bertujuan untuk dapat menyesuaikan dengan apa yang menjadi keinginan konsumen dan yang tatkala penting dalam mengembangkan usaha yakni selalu bersinergi dengan para pelaku usaha kreatif yang ada di kota palopo selalu bersinergi antara satu usaha dengan usaha lainnya sehingga dapat sama-sama memberikan corak bagi para usaha ekonomi kreatif dan dapat memberikan iklim persaingan yang sehat.

²⁷ Sudiarti, *Wawancara*. Pelaku usaha kreatif pada tanggal 11 november 2017.

Srimanto selaku pelaku usaha kreatif di bidang kuliner yang menginovasikan martabak yang pada umumnya dijajakan dipinggir jalan pada waktu malam hari yang hanya memiliki rasa coklat, keju dan kacang diusaha martabak yang ia geluti yang diberi nama Markopo. Nama tersebut merupakan singkatan dari martabak kota palopo dimana martabak diberikan rasa yang bermacam-macam yang sesuai dengan rasa yang populer dikalangan anak jaman sekarang dan ia menjajakan produknya ditempat berbeda pada umunnya yakni di sebuah caffe sehingga para pelanggan dapat menikmati markopo dengan nyaman ditambah dengan fasilitas yang disediakan di caffe tersebut. Srimanto mengatakan bahwa :

“Yaa gimana ya.. karna katanya rasanya itu beda daripada yang lain jadi kita pertahankan dikualitas rasanya itu”²⁸

Strategi usaha yang dilakukan dalam menumbuh kembangkan usahanya yang ditekuni ialah meningkatkan usahanya dengan selalu memberikan inovasi pada jajanan martabak sehingga menambah nilai jual martabak yang dijual, hal yang terpenting yang dilakukan ialah selalu meningkatkan kualitas produknya agar selalu memberikan kepuasan kepada pelanggannya sehingga pelanggan selalu mendapatkan pelayanan yang terbaik setiap kali berkunjung dan dapat menarik pelanggan yang baru yang dapat meningkatkan omset penjualannya sehingga usahanya dapat terus berkembang dan dapat terus bertahan.

²⁸ Srimanto, *Wawancara*, pelaku usaha kreatif. pada tanggal 12 November 2017.

Hal yang sama juga diutarakan Aldi Aprianto :

“Supaya berjalan terus itu ji, bagaimana supaya pelanggan ta’ selalu diberikan pelayanan terbaik “²⁹

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menumbuh kembangkan usaha kreatif yang sedang dijalankan di Kota palopo. Aldi yang menjalankan bisnis usaha kreatif di sektor layanan jasa,yang sudah semakin banyak di kota palopo. Usaha yang dijalani agar tetap mendatangkan pelanggan dan dapat menciptakan persaingan yang sehat ia selalu memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggannya. Sehingga para pelanggan selalu merasa puas dan tidak menyesal untuk kembali berkunjung.

Berbeda diutarakan oleh Andi Ridwan Pelaku usaha kreatif yang menawarkan jasa fotografi :

“Supaya tetap berjalan baik ini usaha.. itu pembagian hasilnya harus jelas.”³⁰

Menumbuhkan kembangkan usahanya hal terpenting yang harus dilakukan selain dalam peningkatan kualitas pelayanan ialah pembagian hasil usaha yang jelas sehingga tidak terjadi kecemburuan-kecemburuan yang mengakibatkan terjadi kesalah pahaman dengan para mitra usaha yang dapat menghambat pengembangan usahanya.³¹

²⁹ Aldi Aprianto, *Wawancara*, pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 10 november 2017.

³⁰ Aldi Aprianto, *Wawancara*, pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 10 november 2017.

Dalam menumbuhkan kembangkan sebuah usaha salah satu cara yang ditempuh ialah dengan meningkatkan promosi agar masyarakat luas khususnya masyarakat kota palopo dapat lebih mengenal industri-industri kreatif yang ada di kota Palopo itu sendiri hal itu sendiri disadari betul oleh Hidayatullah di mana dalam mengembangkan usahanya diperlukan promosi yang kuat sehingga produknya dapat dikenal masyarakat luas sehingga mempermudah dalam pemasaran usaha yang dijalani. Promosi-promosi yang dilakukan baik itu disosial media maupun secara langsung dengan mengikuti event-event seperti pameran-pameran. Namun, dari hasil wawancara dengan para pelaku usaha kreatif khususnya di bidang seni dan kerajinan sangat memerlukan wadah atau tempat dalam memasarkan ataupun memamerkan sebuah karya-karyanya dalam hal ini tentu diperlukan dukungan penuh dari pihak pemerintah atau dinas-dinas yang terkait yang ada dikota palopo.

E. Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi islam merupakan turunan dari Islam, bukan turunan dari kegiatan ekonomi, sebab kehidupan manusia muslim itu tercelup kedalam Islam secara seluruhnya. Masalahnya hanyalah apakah manusia itu sudah berserah diri sepenuhnya kepada celupan Allah SWT atau belum? Jika ia sudah berserah diri keapda Allah SWT maka seluruh kehidupannya Islam. jika belum atau masih setengah-setengah ia belulmlah Islam. Jadi manusia islam atau muslim itu keseluruhan hidupnya Islam , sebab Islam itu menyeluruh dan sempurna. Ia beriman secara Islam, belajar secara Islam, berfikir secara Islam , berkerja keras secara Islam

, bertindak secara Islam, berekonomi Islam, berpolitik secara Islam, berusaha secara Islam, bersosial secara Islam dan seterusnya. Ekonomi Islam itu sendiri (sebagai cabang dari Islam) adalah akibat wajar dari berislamnya seseorang.³²

Perdagangan sebagai salah satu aspek kehidupan yang bersifat horizontal dengan sendirinya berarti ibadah, di samping itu usaha perdagangan dalam ekonomi Islam merupakan usaha yang mendapatkan penekanan khusus, karna keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil ini dibandingkan sektor moneter. Penekanan khusus kepada sector perdagangan tersebut tercermin misalnya pada sebuah hadis yang menekankan bahwa dari sepuluh pintu rezeki, Sembilan diantaranya perdagangan. Islam juga menekankan sekali pada usaha-usaha yang produktif.

Pada setiap aktivitas kehidupan perlu dilakukan berdasarkan perencanaan yang baik. Islam merupakan agama yang memberikan sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain adalah memanfaatkan karunia Allah secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu seperti kegiatan ekonomi, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah ubah. Untuk memanfaatkan karunia Allah tersebut tentunya diperlukan Sumber Daya Manusia (SDM) yang mampu menciptakan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas dalam memaksimalkan produk yang dibuatnya. Sumber daya manusia merupakan potensi manusia yang dapat dikembangkan untuk proses produksi sehingga dapat memperbaiki kehidupan

³² Chandra natadipurba , *Ekonomi Islam 101*, (Bandung:PT mobidelta indonesia:2016), h.1.

ekonomi masyarakat tersebut. Islam memberkati pekerjaan dunia ini dan menjadikannya bagian dari ibadah dan jihad, kemudian Allah akan melihat dan mempertimbangkan apa yang telah dikerjakan manusia³³

Firman Allah swt dalam Q.S At-Taubah ayat 105 :



Terjemahnya :

“ Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan.”³⁴

Berdasarkan ayat tersebut bahwa setelah penyampaian harapan tentang pengampunan Allah swt, ayat ini melanjutkan dengan perintah beramal saleh. Agaknya hal ini perlu, karna walaupun taubat telah diperoleh, tetapi waktu yang telah lalu dan yang pernah diisi dengan kedurhakaan, kini tidak mungkin kembali lagi. Manusia telah mengalami kerugian dengan berlalunya waktu itu tanpa diisi oleh

³³ Ela Hayati, *Usaha Kreatif dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam(Studi:Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Pungur Kabuoaten Lampung Tengah)* .Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam,(Lampung: UIN Raden Intan,2017)

³⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quraan dan Terjemahnya: Kitab Suci Al-Quraan Departemen Agama Republik Indonesia*, h 203.

kebajikan, karena itu, ia perlu giat melakukan aneka kebajikan agar kerugian tidak terlalu besar.³⁵

Ayat di atas menerangkan kepada kaum beriman untuk dapat bekerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja guna memperoleh pendapatan yang dapat memperbaiki ekonominya. Produktivitas merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah kegiatan ekonomi, karena dengan adanya produktivitas sebuah tujuan akan dapat tercapai .

Agar terciptanya keseimbangan antar kebutuhan sumber daya manusia dengan tuntutan serta kemajuan bisnis. Maka diperlukan pemberdayaan Sumber daya manusia yang berkualitas untuk meningkatkan produktivitas. Pemberdayaan sumber daya manusia sama halnya dengan pengembangan masyarakat baik pengembangan individu ataupun kolektif. Pengembangan masyarakat dalam islam merujuk pada tiga potensi dasar manusia yaitu, potensi akal, potensi fisik dan potensi qalbu. Atau lebih kongkritnya pemberdayaan dalam intelektual, ekonomi dan tatanan rohaninya.

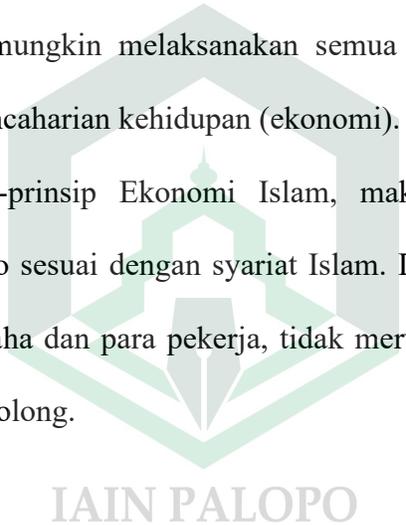
Manusia harus mengoptimalkan segala potensi dalam dirinya yang telah diberikan oleh Allah swt. Potensi paling harga dan termahal dan hanya diberikan pada manusia adalah akal (*intelektual*). Bahkan Allah memberikan peringatan kepada hamba-nya untuk menggunakan akal pikirannya.

³⁵ M, Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah: pesan, kesan dan keserasian al-qur'an*,(Jakarta :lentera hati, 2002 vol. 5),h .711.

tersebut dapat digunakan untuk membeli barang atau jasa serta keperluan menabung dan investasi.

Dengan demikian, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh manusia harus sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan hadist. Begitupun dengan kreativitas dan inovasi yang dilakukan dalam kegiatan perdagangan harus sesuai dengan prinsip-prinsip islam, karena aturan-aturan dalam islam sangat mendalam dan meyakinkan . pemahaman Islam mengajarkan bahwa suatu kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin melaksanakan semua aturan islam disegala aspek kehidupan termasuk pencaharian kehidupan (ekonomi).

Melalui prinsip-prinsip Ekonomi Islam, maka perekonomian kehidupan masyarakat Kota Palopo sesuai dengan syariat Islam. Di mana terdapat sikap saling jujur antara pemilik usaha dan para pekerja, tidak merusak lingkungan serta adanya sikap saling tolong menolong.



IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penulis, dapat menyimpulkan bahwa hasil penelitian peneliti menggambarkan :

1. Gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo saat ini belum mampu memberikan predikat atau corak khusus bagi kota palopo karena mereka memiliki keterbatasan serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. permasalahan yang paling banyak dialami oleh pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo yakni permasalahan pada permodalan.
2. Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo yang dilakukan para pelaku UMKM ekonomi kreatif yakni perlunya sinergi antara para pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan.
3. Pandangan islam terhadap ekonomi kreatif yakni usaha yang dilandasi dengan kreativitas dan inovasi dengan memperbaruhi sumber daya alam yang ada dengan jalan perdagangan, Al-Qur'an dengan jelas disebutkan

bahwa perdagangan atau perniagaan dalam Al-Qur'an telah disebutkan merupakan jalan yang diperintahkan oleh Allah swt.

B. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran dalam upaya pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif yang ada di kota palopo yakni :

1. UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan kerja sama dari berbagai pihak untuk mencapai kemajuan di dunia usaha. Tidak hanya pemerintah dan pelaku UMKM itu sendiri, tetapi juga masyarakat perlu turut serta mengembangkannya. Upaya tersebut dapat tercermin melalui penggunaan produk lokal dan kampanye untuk senantiasa menggunakan produk buatan anak bangsa. Selain itu, kerjasama antar individu juga diperlukan untuk menghindari terciptanya iklim persaingan yang tidak sehat.
2. UMKM berbasis ekonomi kreatif harus senantiasa menjaga mutu serta meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam menghasilkan karya-karya baru. Peningkatan kreatifitas bagi para pelaku UMKM dapat dilakukan melalui serangkaian proses pelatihan dari pemerintah seperti manajemen pengelolaan usaha, manajemen pemasaran, keuangan dan lain sebagainya. Hal tersebut juga merupakan salah satu senjata yang ampuh untuk terus mengembangkan potensi budaya lokal di kota Palopo.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan terjemahnya.

Badroen, Faisal.Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* ,Jakarta : kencana prenatal media group, 2006.

Deputi bidang pengembangan dan rekrutasi usaha, *modul strategi pemasaran produk KUMKM* (Jakarta : kementerian koperasi dan UMKM 2013)

Fajar, Mukti, *UMKM di INDONESIA Perspektif Hukum Ekonomi*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015.

Hayati, Ela. *Skripsi Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi: Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Pungur Kabupaten Lampung Tengah)* .fakultas ekonomi dan bisnis islam (UIN Raden Intan : lampung, 2017)

Hubeis, Musa. *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*, bogor : penerbit Ghalia Indonesia, 2009.

Hutabarat, Ruth Florida W. M *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*, Universitas Negeri Malang, vol. 7. Nomor 1, 2015.

Jusmaliani. Dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008.
Kementerian Negara koperasi dan UMKM RI, Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 (Jakarta: Dinas Koperasi & UMKM Provinsi sul-sel , 2009)

Misanam, Munrokhim dkk.*Ekonomi Islam*, Jakarta :PT Rajagrafindo Persada, 2014.

Munrokhim Misanam.dkk, *Ekonomi Islam* , Jakarta:Rajawali Pers, 2008.

Natadipurba, Chandra. *Ekonomi Islam 101*.BANDUNG : pt mobidelta Indonesia,2016

Nurhilmi, *Skripsi Program Peningkatan Wirausaha Muslim oleh Pemerintah Kota Palopo (Studi Kasus: Kelurahan sampoddo, Kecamatan Wara Selatan, Kota Palopo)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program

Studi Ekonomi Islam, (Palopo: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2015).

Polnaya,Ghalib Afga. *skripsi strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada ukm ekonomi kreatif batik bakaran di pati, jawa tengah*, fakultas ekonomika dan bisnis (semarang : universitas diponegoro 2015).

Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al Misbah: pesan, kesan dan keserasian al-qur'an vol. 6*,(Jakarta :lentera hati, 2002).

Sudarman, skripsi .*Peran Dinas Koperindag Bagi Pengembangan UMKM Kota Palopo (Tinjauan Ekonomi Islam)*.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,(Palopo : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) 2015)

Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, cet IX; Bandung : Alfabeta, 2014

Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru : Mengubah Ide Menciptakan Peluang*, Bandung: Salemba Empat,2012

Tri ,Dani Danuar T, skripsi . *Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang* .fakultas Ekonomi dan Bisnis , (Semarang : Universitas Dipenogoro , 2013)

Zuliyati, *pengembangan industri kreatif pigura kaligrafi menuju pasar global, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Universitas Muria Kudus. Vol 4. Nomor 3, 2015.

IAIN PALOPO

Rujukan Lain :

As'ari , Ahmad hisyam . *Peran UKM terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia* .<http://ariejayuz.blogspot.comperan-ukm-terhadap-pertumbuhan-ekonomi> (16 januari pukul)