

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (SE)
pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

RESPA

20 0402 0165

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (SE)
pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

RESPA

20 0402 0165

Pembimbing:

Dr. H Muh. Rasbi, S.E., M.M

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Respa
NIM : 20 0402 0165
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

- A. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
- B. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab peneliti.

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, 13 Januari 2025

Yang membuat pernyataan

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10.000', 'METRAL', and 'REPUBLIK INDONESIA'.

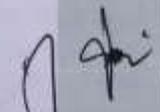
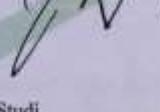
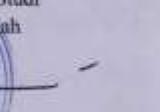
Respa
NIM. 20 0402 0165

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu yang ditulis oleh Respa Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020165, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu tanggal 16 Juli 2025 Miladiyah bertepatan dengan 20 Muharram 1447 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 30 Juli 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. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.Ek. | Penguji I | () |
| 4. Megasari, S.Pd., M.Sc. | Penguji II | () |
| 5. Dr. H. Muhs. Rasbi, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
NIP.198201242009012006


Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP.198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

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 “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu”. Setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana dalam Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tuaku tercinta ayahanda Ridwan dan ibu Sumarni, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta semua saudaraku yang selama ini membantu mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-nya kelak. Terima kasih juga teman-teman serta keluarga besar penulis,

yang selama ini telah membantu dan mendoakan. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlipat ganda serta melimpahkan rahmatnya kepada mereka, Aamiin. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor UIN Palopo, Dr. Munir Yusur, M.Pd selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H selaku Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama dan Anwar Abubakar, M.HI selaku kepala Biro Adminitrasi Umum dan Akademik.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Alia Lestari S.Si., M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Bapak M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E selaku Sekertaris Program Studi, beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Dr. H Muh. Rasbi, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang senantiasa siaga dalam memberikan bimbingan serta arahan dengan tulus selama proses pengerjaan skripsi ini

5. Dr.Adzan Noor Bakri,S.E.Sy.,M.A.Ek. selaku dosen penguji I dan Megasari,S.E.,M.sc. selaku dosen penguji II yang senantiasa memberikan kritik membangun serta saran selama proses mengerjakan skripsi ini.
6. Arzal Syah ,S.E.,M.Ak selaku dosen penasehat akademik.
7. Bapak/Ibu dosen dan Staf UIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu
8. Zainuddin S. S.E., M.Ak. Kepala Unit 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.
9. Pelaku UMKM di Kecamatan Suli yang telah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian saya ucapkan terima kasih.
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa program studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2020 (khususnya kelas PBS G), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini. Mudah- mudahan bernilai ibadah dan mendapat pahala dari Allah swt, Aamiin.

Semoga Allah SWT membalas segala jasa kepada semua yang telah membantu dalam proses penyelesaian studi dan skripsi penulis.

Palopo,13 Januari 2025

Penulis

Respa

Nim : 20 0402 0165

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

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

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

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
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<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
أَئِ	<i>fathah dan yā’</i>	Ai	a dan i
أَوْ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauila*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعِمُّ : *nu'ima*

عُدُّوْ : *'aduwwun*

Jika huruf *syamsi* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahulukan oleh huruf *kasrah* (سسي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (*al-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

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.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dilakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata *al-Qur'an* (dari *al-* alhamdulillah, dan *munaqasyah*). Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

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

Contoh:

بِاللّٰهِ دِيْنُ اللّٰهِ *billāh dīnullāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *hum fī rahmatillāh*

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 Muḥammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fihi al-Qur'ān
Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī
Naṣr Ḥāmid Abū Zayd
Al-Ṭūfī
Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī*

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

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

saw	= <i>Sallallahu 'Alaihi Wasallam</i>
swt	= <i>Subhanahu wa ta'ala</i>
HR	= Hadis Riwayat
As	= <i>Alaihi al-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
HR	= Hadis Riwayat
QS	= Qur'an Surah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xvi
DAFTAR HADIST	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Fokus Penelitian	28
D. Definisi Istilah.....	28
E. Desain Penelitian	30
F. Data dan Sumber Data	30
F. Instrumen Penelitian	31
G. Teknik Pengumpulan Data	31
H. Teknik Keabsahan Data	33
I. Teknik Analisis Data	34
BAB IV DESKRIPSI DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
B. Hasil Penelitian	44
C. Pembahasan.....	104
BAB V PENUTUP	116
A. Simpulan	116
B. Saran	117

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR AYAT

Daftar Ayat I Q.S. Al-Jumu'ah/62:10	20
---	----

DAFTAR HADIST

Hadist HR. Tarmidzi	20
---------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	26
---------------------------------	----

ABSTRAK

Respa 2025. *“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu”*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh H Muh. Rasbi

Skripsi membahas tentang strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu Penelitian bertujuan: Untuk mengetahui startegi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu dan untuk mengetahui penghambat dan pendukung dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Lokasi pada penelitian ini terletak di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025. Data diperoleh melalui observasi,wawancara dan dokumentasi. Adapun informan pada penelitian ini adalah UMKM Kecamatan Suli, konsumen, akademisi UMKM dan Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pengembangan Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif alam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu adalah 1. Peningkatan Kapasitas SDM. 2. Pemanfaatan Teknologi Digital 3. Kolaborasi dan Kemitraan. 4. Inovasi Produk dan Diversifikasi. 5. Akses Permodalan Kreatif. 6. Pemasaran dan Branding Kreatif. 7. Regulasi dan Dukungan Pemerintah. Adapun faktor pendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kecamatan suli kabupaten luwu 1. Bahan baku mudah di peroleh. 2. Kualitas bahan baku konsisten. 3. Menerima Pesanan . Adapun Faktor penghambat pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. 1. Peralatan produksi masih sederhana. 2. Tidak memiliki merek yang di patenkan. 3. Tidak memiliki tim pemasaraan

Kata Kunci : Pendapatan, UMKM, strategi pengembangan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Kekayaan alam yang melimpah banyak digunakan oleh masyarakat untuk kemakmuran mereka. Selain itu kekayaan alam juga bisa membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup dengan memulai sebuah bisnis dengan bantuan sumber daya alam. Namun, di masa pandemi covid-19 yang melanda Indonesia beberapa tahun kebelakang telah menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha skala besar pada berbagai sektor terkena dampak negatif dari pandemi ini. Namun,UMKM dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat dampak dari covid-19.¹

Indonesia telah mengalami dampak Covid-19 yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada bulan Maret, April, Mei, Juni, dengan diberlakukannya *Work From Home* (WFH). Namun, UMKM dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat covid-19 pada berbagai sektor ekonomi.²

¹ Desta Ovilini*, Gabrella Sabattin, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Kapuas Hulu”, (2022) Hal 40

² Gojali Supiandi, Adji Widodo, Yhonanda Harsono, “*Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan* “(2022) Vol.2 Hal 1

Menurut Djabbar dan Baso, menyatakan bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia saat ini memperlihatkan perkembangan dan pertumbuhan yang memegang peranan penting guna meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah usaha, penciptaan lapangan kerja, juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Nurul Imamah, (Haryono, Fania D. Saharani).³ Menurut Febriantoro, UKM merupakan elemen penting dalam memajukan bangsa karena merupakan salah satu usaha yang dapat meningkatkan kualitas dan taraf hidup masyarakat, serta mempunyai peran strategis dalam pembangunan perekonomian di Indonesia, yakni berperan dalam pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, juga berperan dalam distribusi hasil produksi. UMKM tidak hanya dipandang sebagai tempat penampungan tenaga kerja yang belum masuk di sector formal, namun juga sebagai mesin penggerak pertumbuhan ekonomi (Haryono, Fania D. Saharani).

Yakni biarlah neraka yang mengambil hak yang mereka abaikan itu. Allah Subhaanahu wa Ta'aala menciptakan langit dan bumi dengan kebenaran dan untuk kebenaran, Dia menciptakan keduanya (langit dan bumi) untuk memberitahukan kepada hamba sempurnanya ilmu-Nya, kemampuan-Nya, luasnya kekuasaan-Nya, dan bahwa Dia yang berhak disembah tidak selain-Nya yang tidak mampu menciptakan apa-apa, dan bahwa kebangkitan adalah hak, dan bahwa Allah akan memutuskan masalah yang terjadi antara orang-orang yang baik dan orang-orang yang buruk.

³ Haryono, Fania D. Saharani "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor "Nya'Oemi" dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat ,vol 3 2023, hal 68

Upaya dinas koperasi mendorong terwujudnya UMKM sebagai kekuatan untuk menopang ekonomi masyarakat demi mewujudkan suatu kemakmuran di lingkungan masyarakat. Puji Suci menegaskan bahwa, UMKM memiliki strategi pengembangan yang berpusat pada proses pengembangan sumber daya manusia. Pentingnya sumber daya manusia adalah faktor esensial untuk tiap usaha termasuk upaya pada bidang UMKM. Hermawati menyatakan salah satu keberadaan UMKM saat ini terlihat secara nyata bahwa telah gencar di monitor dari pemerintah, padah wilayah dengan terkecil, menengah sampai medium iyalah memberdayakan pos daya. Oleh karna itu dengan adanya partisipasi UMKM maka akan sangat berarti untuk kesejahteraan dan perkembangan taraf hidup masyarakat, sosial ekonomi di tengah ramainya pasar global, pasar bebas Asia serta semacamnya.⁴

Untuk saat ini kegiatan UMKM di setiap daerah sudah menggunakan sistem ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah gelombang ekonomi baru yang lahir pada awal abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif, yaitu Industri yang digerakkan oleh para kreator dan inovator. Rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan keinovasian.⁵

⁴ Adya Hermawati, Rahayu Puji Suci, Suhermin, Dan Kartika Dewi, *Pendekatan Analisis Swot Salah Satu Strategi Membangun Kinerja UMKM*, (Converence On Innvation And Application Of Science And Technologi, Universitas Idyagama Malang, 2019., 30.

⁵ Andri Priadi dkk., "Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa di Kelurahan Rempoa," *ABDI LAKSANA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 3 (2020): 356.

Ekonomi kreatif saat ini mulai tumbuh dan berkembang menjadi sektor ekonomi yang memiliki peran penting peranan penting bagi perkembangan di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, subsektor ekonomi kreatif memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional yaitu sebesar 7,44% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), 14,28% tenaga kerja dan 13,17% ekspor. Data mencatat, ada sekitar 8,2juta usaha kreatif yang terbesar diseluruh wilayah Indonesia didominasi oleh usaha kuliner, fesyen dan kriya, sehingga 3 subsektor ini memiliki kontribusi terbesar terhadap PDB ekonomi kreatif

Ada 4 subsektor dengan pertumbuhan tercepat yaitu TV dan radio, film animasi besertavideo, seni pertunjukkan dan desain komunikasi visual. Berdasarkan Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015 tentang badan ekonomi kreatif 17 sub sektor, yaitu aplikasi, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi & video, fotografi, kriya, kuliner, music, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi & radio dan pengembangan permainan.⁶

Sektor perdagangan merupakan salah satu lapangan usaha penggerak perekonomian di Kabupaten Luwu. Kontribusi sektor ini dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas. Oleh karena itu, perkembangan sektor ini tentunya sangat berdampak pada perekonomian Kabupaten Luwu. Pada tahun 2024 jumlah sarana perdagangan di Kabupaten Luwu sebanyak 2.602 unit. Angka tersebut

⁶ Seri Murni dan Rekha, "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie)," JIMEBIS 2, no. 1 (2021): 35.

mengalami peningkatan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.⁷

UMKM pada saat ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, tidak jarang orang lebih memilih untuk mencoba usaha dibidang UMKM. Persaingan dalam UMKM tidak bisa lagi dihindarkan, namun usaha ini harus mampu membuat ide yang kreatif untuk tetap bertahan dalam prsaingan tersebut. Fenomena di Kecamatan Suli terdapat kurang lebih 10 UMKM yang bergerak di usaha jualan kue tradisional contohnya kue gambung, di balik banyaknya usaha yang bergerak pada bidang yang sama maka para pelaku UMKM dituntut untuk selalu berinovasi dan berkreasi (ekonomi kreatif) bagaimana usaha mereka selalu berkembang di tengah-tengah maraknya UMKM yang bergerak pada bidang yang sama. Sesuai dengan uraian dilatar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang UMKM yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu”

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini diambil agar riset yang akan dilakukan lebih terarah. Dengan pembatasan masalah, peneliti akan memfokuskan tujuan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu.

⁷ BPS Kabupaten Luwu dalam Angka 2025

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana starteji pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu?
2. Bagaimana penghambat dan pendukung dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan dilatar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui starteji pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu
2. Untuk mengetahui penghambat dan pendukung dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis yaitu:

1. Manfaat secara teoritis, dengan adanya penelitian ini di harapkan mdapat dijadikan bahan info rmasi dalam upaya penambahan penngembangan

wawasan serta pengetahuan dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi UMKM berbasis ekonomi kreatif sendiri, diharapkan dapat mengatasi masalah atau hambatan yang di hadapinya sehingga dapat mengembangkan usaha mereka.
- b. Bagi pemerintah, diharapkan dapat ikut berperan dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu.
- c. Bagi peneliti dan akademik, sebagai tambahan ilmu dan informasi untuk penelitian selanjutnya pada bidang yang sama.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian ini berfokus untuk menganalisa strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Sebelum masuk ke pembahasan mengenai kajian pustaka yang berkaitan dengan pokok masalah penelitian ini, maka peneliti terlebih dahulu melampirkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema tersebut.

Adapun tujuan dalam mengkaji penelitian terdahulu ini ialah agar peneliti dapat menggunakan penelitian terdahulu ini sebagai bahan referensi dan sebagai bahan perbandingan untuk menghindari redundansi atau kemiripan dengan penelitian sebelumnya. Maka dari itu, berikut ini adalah hasil dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan tema yang diambil oleh peneliti, di antaranya sebagai berikut:

1. Seri Murnih dan Reka judul Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie sudah berjalan sangat baik karna mendapat respon yang baik dari pemerintah dan warga setempat. Hasil dari penelitian di atas diketahui bahwa ekonomi kreatif industri bordir di Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie sudah baik, terlihat dari 15 pengrajin didapati 9 pengrajin mengalami peningkatan pendapatan, 6 pengrajin dengan penghasilan stabil dari tahun tahun 2019 sampai 2020. Sedangkan hal dalam

perspektif ekonomi islam, para pengrajin telah memenuhi proses produksi, pemasaran dan kemitraan tapi dalam hal itu belum memenuhi pada indikator manajemen dan keuangan.⁸ Adapun persamaan dan perbedaan pada penelitian ini yaitu: persamaannya adalah Pada penelitian ini sama-sama melakukan penelitian tentang ekonommi kreatif dan perbedaanya yaitu pada penelitian diatas mengguna kan variabel analisis peran ekonomi kreatif sedangkan penelitian ini menggunakan variabel strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

2. Riyanti Idayu, Mohammad Husni, Suhadi mempunyai tujuan yaitu untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi dan menyusun strategi dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada pada Desa Nempol Kecamatan Mandawalangi Pandeglang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumntasi disajikan dalam bentuk data, dan dianalisis menggunakan analisis SWOT.⁹ Adapun persamaan dan perbedaan pada penelitian ini yaitu: persamaanya yaitu Sama-sama melakukan penelitian tentang trategi pengembang an usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian, penelitian di atas berlokasi pada Desa Nepol Kecamatan Mandalawangi sedangkan penelitian ini berlokasi pada Kecamatan Suli Kabupaten Luwu

⁸ Seri Murni dan Reka, “judul Analisis Peran Ekonmi Kretif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam“ Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie(2020).

⁹ Riyanti Idayu, Mohammad Husni, Suhadi ” *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nempol*

3. Handayani dan Aprilian dilakukan di Kabupaten Ogan Komering Ulu pada tahun 2019 dengan judul Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif. pada penelitian ini adapun hasilnya adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu jika dilihat secara individual faktor yang paling mempengaruhi ada dua yaitu faktor kurangnya permodalan dan faktor lemahnya kualitas sumber daya manusia, dan lemahnya jaringan usaha dan penetrasi pasar berpengaruh pada perkembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu.¹⁰ Adapun persamaan dan perbedaan pada penelitian ini yaitu: persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sedangkan perbedaannya adalah Penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2019 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2024.
4. Soegihartono tertuju pada Usaha Ardani Indonesia yang berlokasi di Jl. Sadewa 7 No. 3 Kota Semarang. Faktor-faktor pendukung keberhasilan usaha dari hasil penelitian yaitu kualitas produk, pelayanan yang baik, harga, produk yang sesuai dengan kebutuhan dan pemasaran yang baik. Faktor yang kedua yaitu faktor-faktor yang menghambat keberhasilan usaha yaitu merek, citra dan bahan baku, modal, produk. Dan yang ketiga, cara cara mempertahankan usaha yaitu meningkatkan kualitas dan menjaga kualitas produk, lokasi usaha,

¹⁰ Handayani dan Aprilian, “ Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu, (2019)

menambah model, promosi dan lain-lain.¹¹ Adapun persamaan dan perbedaan pada penelitian ini yaitu: persamaannya adalah Objek penelitian yang sama yaitu UMKM ekonomi kreatif sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya berlokasi di Usaha Ardani Indonesia yang beralamat kan di Jl. Sadewa 7 No.3 Kota Semarang sedangkan penelitian ini berlokasi pada Kecamatan Suli Kabupaten Luwu.

5. Tajuddin dan Nur Mayasari yang berjudul strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota palopo. Adapun hasilnya adalah: 1) gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Polopo saat ini belum mampu memberikan predikat khusus bagi Kota Polopo karena mereka memiliki keterbatasan serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. 2) strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota palopo yang dilakukan oleh pelaku UMKM ekonomi kreatif yakni perlunya sinergi antara pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan. 3) pandangan islam dalam ekonomi kreatif yakni usaha yang dilandasi dengan kreativitas dengan inovasi dengan memperbaharui sumber daya alam yang ada dengan jalan perdagangan Alquran.¹² Adapun persamaan dan perbedaan pada penelitian ini yaitu: persamaannya adalah sama-sama membahas tentang UMKM berbasis ekonomi kreatif. Perbedaannya yaitu

¹¹ Soegihartono, "Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia Sebagai UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif", (2020)

¹² Tajuddin, Nur Mayasari, Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo , Jurnal Of Islamic Managemen And Bussines, (2019) vol2, No. 1

penelitian sebelumnya merupakan jurnal penelitian, sedangkan penelitian ini merupakan penelitian skripsi.

B. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

kata strategi berasal dari Yunani “*stratego*”, yang berarti merencanakan sesuatu melalui pemberdayaan sumber daya secara efektif. Strategi adalah alternatif dalam mencapai suatu kesuksesan atau tujuan. Strategi dalam hal ini umumnya menggunakan ilmu penguatan politik, penguatan ekonomi, penguatan sosial budaya, kekuatan pertahanan dan keamanan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.¹³

Strategi merupakan landasan awal bagi sebuah organisasi dan elemen-elemen di dalamnya untuk menyusun langkah-langkah atau tindakan-tindakan dengan memperhitungkan faktor-faktor internal dan eksternal dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan. Penyusunan strategi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai.

Dalam sebuah organisasi, organisasi harus mampu berinteraksi dengan lingkungan dimana strategi tersebut akan dilaksanakan, sehingga strategi tersebut tidak bertentangan dengan keadaan lingkungan yang ada. Strategi merupakan perluasan misi guna menjembatani organisasi dengan lingkungannya. Itu

¹³ Salusu, Hak Putusan *stratejik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2006. 5

sebabnya suatu strategi mempunyai skema untuk mencapai sasaran apa yang akan dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.¹⁴

b. Manajemen Strategi

Manajemen strategi terbentuk dari dua kata yaitu manajemen dan strategi, dimana manajemen strategi merupakan ilmu dalam membuat (*formulating*), menerapkan dan mengevaluasi keputusan keputusan strategi antar fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan sebuah organisasi mempunyai tujuan yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan di mana organisasi itu berada. Menurut Supriyono dalam bukunya Amirullah manfaat menerapkan manajemen strategi sebagai berikut:

- 1) Manajemen strategi merupakan satu cara untuk mengantisipasi masalah-masalah dan kesempatan-kesempatan masa depan pada kondisi yang berubah dengan cepat.
- 2) Manajemen strategi dapat memberikan tujuan dan arah masa depan yang jelas bermanfaat pada semua karyawan.
- 3) Pada saat ini manajemen strategi banyak dipraktikkan di dalam industri karena tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang beresiko.
- 4) Manajemen strategi adalah kacamata yang bermanfaat untuk memonitor apa yang terjadi di perusahaan Memberikan informasi kepada manajer puncak di dalam perumusan tujuan akhir dari perusahaan dengan memperhatikan etika masyarakat dan lingkungan.

¹⁴ Supriatna, Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018) 34-35

- 5) Hasil penelitian menunjang bahwa strategi dapat membantu praktik-praktik manajemen.
- 6) Perusahaan yang menyusun strategi biasanya lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menyusun strategi.¹⁵

Beberapa tanggung jawab utama dari seorang manajer dalam mengimplementasikan strategi yang telah dipilih:

- 1) Manajer melakukan pembagian tugas-tugas beserta urutan kegiatan yang akan diambil untuk melaksanakan kebijakan dan strategi dengan cara yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
- 2) Menentukan siapa yang bertanggung jawab untuk tugas-tugas khusus utama yang harus diselesaikan.
- 3) Menetapkan struktur pokok organisasi tempat implementasi akan berlangsung, misalnya departemen fungsional atau divisi produk yang didesentralisasikan strategi serta menjamin tersedianya sumber daya itu bila diperlukan.
- 4) Menetapkan jenis-jenis prestasi yang diperlukan oleh satusatuan organisasi dan perorangan serta kapan kegiatan khusus harus diselesaikan
- 5) Menentukan motivasi pribadi dan sistem perangsang yang akan digunakan.

d. Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi memiliki lima tahap yaitu:

¹⁵ Amirullah, Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015) h.5-6

1) Analisis lingkungan

Analisis lingkungan perusahaan biasanya terdiri dari dua komponen pokok, yaitu lingkungan eksternal dan internal. Jenis lingkungan eksternal perusahaan meliputi: lingkungan umum, lingkungan industri, dan lingkungan operasional. Sedangkan yang termasuk dalam lingkungan internal adalah sumber daya, kemampuan dan kompetensi inti.

2) Misi dan tujuan perusahaan

Suatu organisasi yang besar maupun kecil sekalipun pasti memiliki misi. Misi menurut pengertiannya adalah suatu tujuan unik yang membedakannya dari perusahaan-perusahaan lain yang sejenis dan mengidentifikasi cakupan operasinya. Sama halnya dengan misi, tujuan adalah landasan utama untuk mencapai tujuan perusahaan, atau dengan kata lain tujuan adalah yang harus dicapai. Dengan demikian, setiap perusahaan perlu merumuskan misi maupun tujuan secara jelas.

3) Perumusan strategi

Agar dapat memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan, maka perumusan strategi harus sesuai dengan spesifikasi produk, pasar dan pemasarannya, sumber daya organisasi dan teknologi. Formulasi yang keliru akan memberikan dampak yang kurang baik bagi perusahaan sehingga pihak manajemen harus betul-betul memahami dan mencermati setiap kemungkinan yang akan terjadi.

4) Penerapan strategi

Penerapan strategi adalah sebuah tindakan pengelolaan bermacam-macam sumber daya organisasi dan manajemen yang mengarahkan dan mengendalikan pemanfaatan sumber-sumber daya perusahaan (keuangan, manusia, peralatan dan lain-lain) melalui strategi yang dipilih.

5) Evaluasi dan pengendalian

Bagian terakhir dari proses manajemen strategi adalah evaluasi dan pengendalian. Evaluasi merupakan suatu tahap dimana manajer mencoba menjamin bahwa strategi yang telah dipilih itu terlaksana dengan tepat dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menggunakan teori proses manajemen strategi untuk dijadikan indikator dalam penelitian ini.

e. Indikator Manajemen Strategi

1) Analisis Lingkungan

Proses memonitor, mengevaluasi, dan menyebarkan informasi dari lingkungan baik internal dan eksternal terhadap individu-individu yang terdapat dalam suatu organisasi.

2) Formulasi Strategi

Peningkatan strategi jangka panjang untuk membuat sebuah tata kelola manajemen yang efektif dari peluang maupun ancaman dengan mempertimbangkan kelebihan dan kelemahan dalam suatu organisasi.

3) Implementasi Strategi

Suatu tahap kebijakan dan strategi mempunyai berbagai aktivitas melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.

4) Evaluasi dan Kontrol

Proses kegiatan dan pencapaian hasil dari suatu organisasi yang dimonitor sehingga hasil yang telah tercapai dapat dibandingkan dengan hasil yang diharapkan.¹⁶

2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Beberapa pendapat tentang UMKM menurut dari instansi dan lembaga terkait antara lain yaitu kementerian negara koperasi dan usaha kecil menengah (Menekop dan UKM), menyatakan usaha kecil (UK), termasuk usaha mikro (UMI) merupakan entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan mempunyai penjualan tahun paling banyak Rp. 1.000.000.000, sementara itu, usaha menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang mempunyai kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 sampai Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. Sedangkan menurut badan pusat statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kualitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang mempunyai jumlah tenaga kerja 5 sampai 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja.

¹⁶ Philip Kotler, *Marketing Management* (Jakarta: Pen Hallindo, 1997), 8.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berdasarkan undang-undang No.20 tahun 2008 pasal 1 menjelaskan yang di maksud dengan :¹⁷

- 1) usaha mikro adalah usaha usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana di atur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang di lakukan oleh orang perorangan atau badan usha yang bukan merupakan dari anak perusahaan atau 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 tahunansebagaimana di atur dalam undang-undang ini.¹⁸usaha mikro, kecil, dan menengah adalah suatu usaha ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh badan atau perseorangan yang tidak memerlukan modal yang besar dalam pelaksanaannya dan bersifat produktif ang telah memenuhi kriteria yang telah di tetapkan oleh undang-undang.

¹⁷ Undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008, tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Pasal 1 ayat 1-

b. Kriteria UMKM

Berikut ini merupakan kriteria atau indikator dari usaha mikro, kecil, dan menengah:

- 1) Usaha mikro, memiliki kekayaan aset atau kekayaan bersih maksimal Rp.50.000.000.00 dengan omset tahunan maksimal berjumlah Rp.300.000.000.00.
- 2) Usaha kecil, memiliki kekayaan ase, atau kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000.00 dengan omset tahunan lebih Rp.300.000.000.00 sampai dengan Rp.2.500.000.000.00.
- 3) Usaha menengah, memiliki kekayaan aset atau keayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000.00 sampai dengan Rp.10.000.000.000.00 dengan omset tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000.00 sampai dengan 50.000.000.000.00.¹⁹

c. Indikator UMKM

Ada empat indikator UMKM yaitu :

- 1) Laba Laba merupakan hasil yang didapat sesudah dikurangi dengan modal produksi dan biaya-biaya lain.
- 2) Wilayah pemasaran Wilayah pemasaran adalah jangkauan daerah yang menjadi target proses jual beli.
- 3) Tenaga kerja Tenaga kerja adalah orang yang melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh atasan atau pemilik usaha.

¹⁹ Undang-undang Republik Indonesia No. 2 tahun 2008, tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Pasal 1 ayat 1-3.

- 4) Modal Modal adalah hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut.²⁰

d. Landasan Hukum Islam tentang UMKM

1) Al-Quran

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٠

Terjemahnya:

“Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”. (Q.S. Al-Jumu’ah/62:10).²¹

Maksud dari ayat ini adalah apabila salat wajib telah dilaksanakan di awal waktu dengan berjamaah di masjid; maka bertebaranlah kamu di bumi, kembali bekerja dan berbisnis; carilah karunia Allah, rezeki yang halal, berkah, dan melimpah dan ingatlah Allah banyak-banyak ketika salat maupun ketika bekerja atau berbisnis agar kamu beruntung, menjadi pribadi yang seimbang, serta sehat mental dan fisik.²²

2) Hadist

حَدَّثَنَا قَبِيصَةُ عَنْ سُفْيَانَ عَنْ أَبِي حَمْزَةَ عَنِ الْحَسَنِ عَنِ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ. (رواه الترمذي).

²⁰ Alyza, Suci Nur. *Pengaruh Faktor-faktor Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kec. Tambang Kampar*. (UIN SUSKA RIAU: Skripsi).

²¹ Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Unit Percetakan Al-Qur’an: Bogor, 2018), h. 811.

²² Hidayatul Insan bi Tafsiril Qur'an / Ustadz Marwan Hadidi bin Musa, M.Pd.I Referensi: <https://tafsirweb.com/10910-surat-al-jumuah-ayat-10.html>

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Qabishah dari Sufyan dari Abu Hamzah dari Al Hasan dari Abu Sa'id dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: “Seorang pedagang yang jujur dan dipercaya akan bersama dengan para Nabi, shiddiqun dan para syuhada”. (HR. Tirmidzi)²³

3. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah segala kegiatan ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan sesuatu yang baru dan memiliki nilai dan bersifat komersil. Istilah Ekonomi Kreatif di perbincangkan dan di kenal sejak Jhon Howkins menulis buku “Creative Economy. How People Make Money From Ideas. Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai suatu pengembangan konsep berdasarkan aset kreativitas, budaya, Warisan budaya serta lingkungan sebagai tumpuan masa depan.²⁴

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakan 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 indusri kreatif diyakini mampu bertahan ketika sektor lain dilanda berbagai krisis UKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. 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

²³ Abu Isa Muhammad bin Isa bin Saurah, *Sunan Tirmidzi*, Kitab. Al-Buyu', Juz. 3, No. 1213, (Dar al-Fikr: Beirut- Libanon, 1994), h. 5.

²⁴Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. (Jakarta:Rajawali Pers,2010)

kekayaan intelektual adalah harapan Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.²⁵

Berbicara ekonomi kreatif, maka sangat erat kaitannya dengan industri kreatif. Ekonomi kreatif terdiri dari *core kreatif industry*, *forward and backward linkage creative industry*. Industri kreatif merupakan bagian atau subistem dari ekonomi kreatif yang di sebut *core creative industry*. *Core creative industry* adalah industri kreatif yang memanfaatkan kreatifitas orang kreatif sebagai nilai tambah yang utama dalam penciptaannya. *Backward linkage creative industry* adalah industri yang menjadi input bagi *Core creative industry*, sedangkan *forward linkage industry* sebagai input bisnisnya.²⁶

4. Peningkatan Pendapatan

a. Pengertian Peningkatan Pendapatan

Peningkatan berasal dari tingkat yang berarti, upaya, menaikan, mempertinggi, cara, proses, perbuatan meningkatkan kualitas sesuatu (produk dll).²⁷ Peningkatan menurut Umi Chalsum adalah menaikkan derajat, menaikkan taraf, mempertinggi dan memperbanyak produksi.²⁸ Peningkatan berasal dari kata kerja “tingkat” yang berarti berusaha untuk naik dan mendapat awalan “pe” dan akhiran “kan” sehingga memiliki arti menaikan derajat, menaikan taraf atau mempertinggi sesuatu.²⁹ Dengan demikian peningkatan dapat diartikan sebagai

²⁵ Tadjuddin, Nur Mayasari, “Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo”, *Journal of Islamic Management and Bussines* (2019) Vol. 2, No. 1

²⁶ Maria Elka Pangestu, *Ekonomi kreatif: Kekuatan baru Indonesia Menuju 2025*, (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014), 18.

²⁷ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm 1198

²⁸ Umi Chalsum, et. al. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kashiko, 2006) hlm 665.

²⁹ W. J. S. Purwadaminto, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2004), hlm. 54

suatu usaha untuk menaikkan sesuatu dari yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi atau upaya memaksimalkan sesuatu ke tingkat yang lebih sempurna.

Selain itu menurut Riyanto menjelaskan bahwa peningkatan pendapatan adalah kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan modal untuk menghasilkan laba maksimal selama periode tertentu. Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan mengenai peningkatan pendapatan adalah kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.³⁰

b. Indikator Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan penggolongannya Badan Pusat Statistik (BPS) membedakan tingkat pendapatan penduduk ke dalam 4 kategori :³¹

- 1) Golongan yang berpenghasilan rendah yaitu pendapatan rata-rata yang diterima dibawah Rp1.500.000 perbulan.
- 2) Golongan berpenghasilan sedang yaitu pendapatan rata-rata yang diterima Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 perbulan.
- 3) Golongan berpenghasilan tinggi yaitu pendapatan rata-rata yang diterima Rp>2.500.000 – Rp3.500.000 perbulan.
- 4) Golongan berpenghasilan sangat tinggi yaitu pendapatan rata-rata yang diterima lebih dari Rp 3.500.000 perbulan

³⁰ Teguh Riyanto, “ Akuntabilitas Finansial Dalam Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD) Di Kantor Desa Perangat Selatan Kecamatan Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara, *Journal Administrasi Negara* Vol. 2 No. 1, 2015, h. 122

³¹ Liani Surya Rakasiwi & Achmad Kautsar pengaruh Faktor Demografi dan Sosial Ekonomi terhadap Status Kesehatan Individu di Indonesia, *Jurnal Kajian Ekonomi & Keuangan*, Vol. 5 No. 2, 2021, h 150.

5. Pendapatan

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).³² Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.³³

Menurut Soemarso, pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual.³⁴ Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan.

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat

³² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 185

³³ BN. Marbun, Kamus Manajemen, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 230

³⁴ Soemarso "Akuntansi Suatu Pengantar", Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat (2009, hal.54)

suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.³⁵

Pendapatan dapat berasal dari penjualan barang, pemberian jasa, penggunaan aset entitas oleh entitas lain yang menghasilkan bunga, royalti dan dividen. Pendapatan diukur pada nilai wajarnya dari pembayaran diterima atau dapat diterima ke dalam pencatatan jumlah dari banyak potongan dan potongan harga yang ditentukan entitas. Entitas biasanya menentukan jumlah dari pendapatan yang muncul pada transaksi dengan merujuk pada perjanjian antara entitas dan pembeli atau pengguna dari aset. Nilai wajar (*fair value*) adalah jumlah dimana sebuah aset bisa ditukarkan atau sebuah liabilitas lunas, antara yang diketahui sepenuhnya, yang secara sukarela dalam transaksi wajar.³⁶

Indikator-indikator pendapatan menurut Bramastuti dalam (Fitroh 2019) meliputi :³⁷

- a. Penghasilan yang diterima perbulan
- b. Pekerjaan

C. Kerangka Pikir

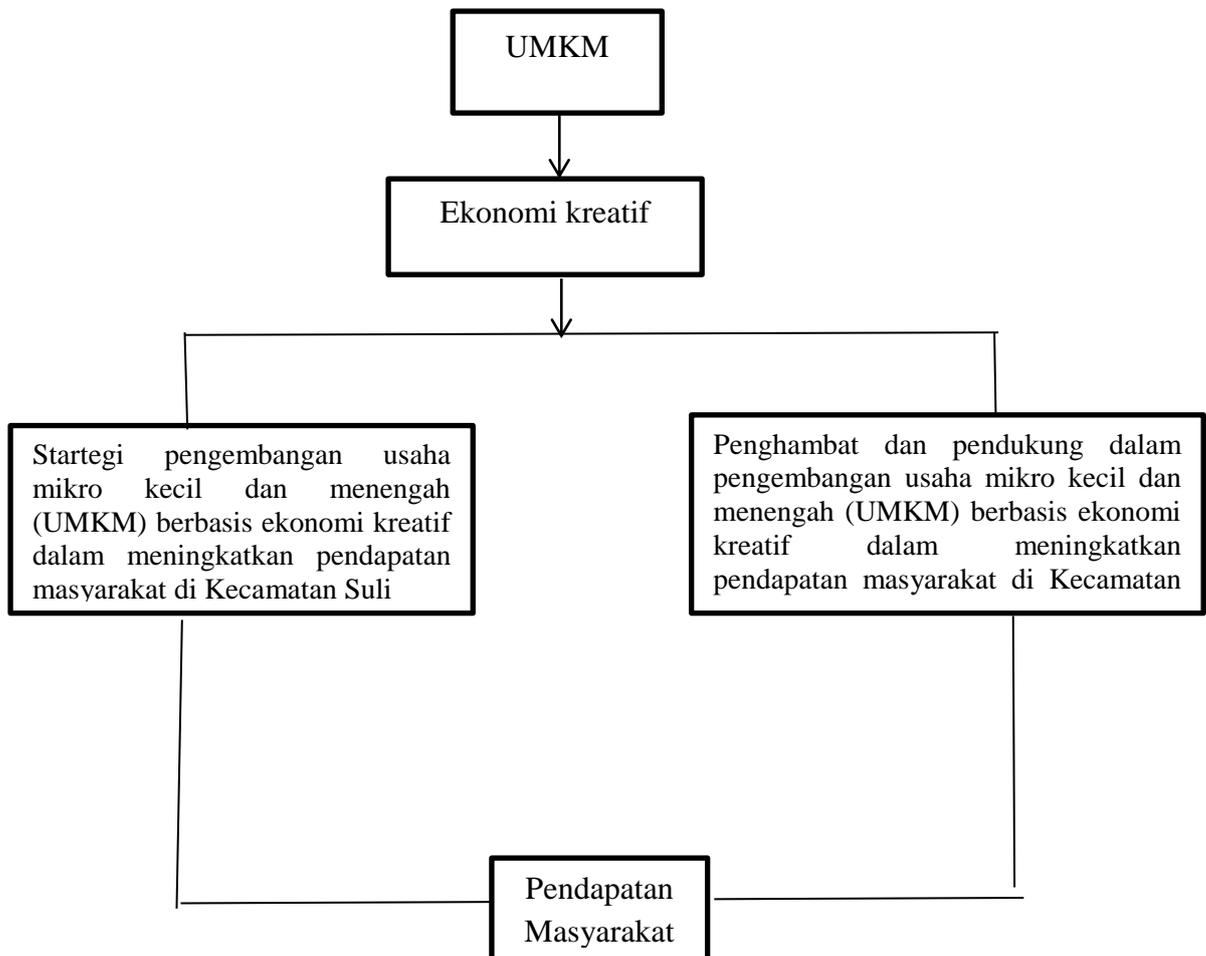
Kerangka pikir menjelaskan mengenai hubungan antara teori variabel dalam penelitian yang berupa diagram dan menjelaskan mengenai garis besar alur ekspedisi suatu riset.³⁸ Kerangka pikir dari penelitian ini dapat dilihat di bawa ini:

³⁵ Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.

³⁶ Bawamenewi, “*Indikator-Indikator Peningkatan Pendapatan*”, (Jakarta Utra 2019),11

³⁷ Fitroh, Mochammad Arif Awaludin. 2019. “*Pengaruh Pendapatan, Harga Dan Selera Masyarakat Terhadap Permintaan Kartu BRIZZI PT.Bank Rakyat Indonesia(Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Tulungagung).*”

³⁸ Abdul Pirol et al., *Pedoman Skripsi, dan Artikel Ilmiah*, (Palopo: IAIN Palopo, 2019).251



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Kerangka pikir di atas menjelaskan bahwa pada penelitian ini akan mendeskripsikan strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu dan Penghambat dan pendukung dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian Kualitatif-Deskriptif. Dimana penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang prosedurnya dapat menghasilkan sebuah data yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan yang berasal dari narasumber atau pelaku yang diamati. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif penonjolan proses penelitian serta pemanfaatan landasan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta lapangan.³⁹

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan mengukur secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang diambil pada kehidupan mereka. Metode penelitian Kualitatif umumnya memiliki jenis pendekatan yang beragam dibandingkan dengan metode penelitian kuantitatif. Di dalam penelitian kualitatif, proses dan prosedurnya mengandalkan data yang berupa gambar dan teks.

Sedangkan penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang diajukan untuk menjelaskan masalah-masalah yang ada pada objek yang sedang terjadi. Penelitian deskriptif juga disebut sebagai jenis penelitian yang statistik karena penelitian deskriptif dapat menggambarkan kondisi sebagaimana adanya. Biasanya, penelitian deskriptif digunakan peneliti untuk menghasilkan informasi

³⁹ Rukin “Metodologi Penelitian Kualitatif” (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia 2019). 6

yang berkenaan dengan hal-hal khusus dalam suatu komunitas. Dalam penelitian deskriptif meliputi hal-hal seputar pertanyaan seperti, kapan, bagaimana, apa, dan di mana. Penelitian deskriptif ini berguna untuk menggambarkan suatu keadaan yang terperinci dan akurat.⁴⁰

Penelitian kualitatif deskriptif ialah suatu bentuk pengelolaan data yang bersifat uraian, argumentasi dan pemaparan yang nantinya akan dianalisis. Dalam penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan gambaran yang di ambil melalui kumpulan-kumpulan data yang diperoleh setelah dilakukannya proses analisis sehingga dapat disusun secara sistematis yang berupa kata-kata tertulis.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini terletak di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2024.

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus pada penelitian ini adalah untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat.

D. Definisi Istilah

Dengan judul penelitian “strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat”, maka perlu terlebih dahulu diketahui mengenai beberapa istilah sebagai berikut:

⁴⁰ Nenny Ika Putri Simarmata, Abdurrozaq Hasibuan, Imam Rofiki, Sukarman Purba, Tasnim Tasnim, Efbertias Sitorus, Hery Pandapotan Silitonga, Eko Sutrisno, Bonaraj aPurba, Ritnawati Makbul, Efendi Sianturi, Erniati Bachtiar, Tuti Agustin, Edi Surya Negara, Janner Simarmata, *Metode Penelitian Untuk Perguruan Tinggi*, (Cet I; Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). 6-7

1. Strategi adalah rencana atau alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan atau organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.
2. Pengembangan ialah sebuah usaha agar dapat menambah atau meningkatkan kemampuan baik itu konseptual, teknik, dan moral yang sesuai dengan kebutuhan melalui pelatihan atau pendidikan.
3. Usaha mikro, kecil dan menengah ialah sebuah istilah yang tertuju pada jenis usaha yang berdiri sendiri dan dikelola oleh badan atau perseorangan yang tidak memerlukan modal yang besar dan dapat berguna untuk membuka serta memperluas lapangan pekerjaan.
4. Ekonomi kreatif adalah suatu konsep ekonomi di jaman yang baru ini dengan mengandalkan pengetahuan, kreativitas, dan ide atau gagasan yang dikelola oleh sumber daya manusia sehingga tercipta sebuah produk atau jasa baru yang bisa menguntungkan dan dapat digunakan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari.
5. Pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya.
6. Ekonomi masyarakat adalah kegiatan yang memusatkan tenaga produktif dan dilakukan oleh suatu atau beberapa orang dengan motif ekonomi yaitu untuk memaksimalkan output yang didapatkan dengan menggunakan input seminimal.

E. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif sehingga dapat diharapkan menghasilkan uraian dan penjelasan secara lebih mendalam baik ucapan, tulisan, sampai perilaku yang bisa di amati darai individu, msyarakat, hingga organisasi tertentu.

Penggunaan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan “strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat”.

F. Data dan Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer yang diperoleh secara langsung di lapangan dengan melakukan observasi terhadap peristiwa yang terjadi di masyarakat. Data primer berasal dari hasil wawancara dan observasi secara langsung diambil dari pelaku UMKM ekonomi kreatif yang menjadi informan dari penelitian ini.

Penelitian ini penulis menggunakan *pruposive sampling* dengan terlebih dahulu menentukan dari mana sumber datanya berasal. maksudya adalah memilih informan yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, agar masalah yang sedang diteliti dan informan yang dipilih sudah sesuai dengan syarat yang ada.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapat dari pihak kedua, yang dimaksud ialah informasi yang diperoleh dari buku, literatur perpustakaan, dokumen, surat kabar, internet dan literatur lainnya yang akan mendukung penelitian ini.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen atau yang disebut juga alat penelitian dalam penelitian kualitatif adalah penelitian itu sendiri. Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan *human instrumen* yang bertugas menentukan fokus dari penelitian, mengumpulkan data, menafsirkan data serta menarik kesimpulan. Maka dari itu peneliti menjadi kunci utama dalam penelitian kualitatif.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah saat peneliti terjun langsung kelapangan untuk melihat langsung perilaku dan tindakan serta aktifitas yang bersangkutan dengan objek penelitian. Di dalam bentuk pengamatan ini, peneliti melakukan berbagai hal diantaranya mengambil gambar, merekam ataupun mencatat secara detail apa-apa saja yang ada serta jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh narasumber dari tempat penelitian. Pada umumnya, metode observasi ini memiliki sifat open-ended yang artinya peneliti biasanya mengajukan berbagai macam pertanyaan-pertanyaan umum terhadap narasumber atau partisipan yang tentunya

narasumber tersebut diberi kebebasan untuk memberikan jawaban sesuai dengan pandangan mereka.

2. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan antara dua belah pihak untuk tujuan tertentu, yang dimana pihak pertama sebagai seseorang yang ingin memperoleh informasi dan pihak kedua sebagai tempat diajukannya. Wawancara dilakukan dalam memperoleh informasi secara langsung dari informan yang terkait mengenai permasalahan yang ada⁴¹. Teknik pengumpulan data dengan wawancara merupakan suatu teknik yang sering digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ilmiah. Kegiatan wawancara biasanya dilakukan dengan bertemu langsung antara pihak pertama dan pihak kedua. Namun, dalam proses wawancara tentunya memerlukan beberapa pedoman yang harus disiapkan agar proses wawancara yang dilakukan lebih terstruktur dan terarah. Adapun informan wawancara pada penelitian ini adalah 10 UMKM, 10 orang konsumen, akademisi dan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh hasil yang berupa kata-kata dalam bentuk tekstual. Dengan hasil dari dokumentasi maka peneliti akan memperoleh data yang berbobot. Proses pengumpulan data dengan cara dokumentasi dapat dilakukan dengan mengambil dokumen berupa koran, makalah, laporan kantor, buku serta mengambil gambar secara langsung dari tempat penelitian.

⁴¹ Umma Sekaran, Roger Biugie, Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6 (Jakarta Selatan:Salembah Empat,2019),132

I. Pemeriksa Keabsahan Data

Suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya jika dilakukan secara ilmiah. Prosedur, penyusunan hingga pada pelaksanaan harus memenuhi standar keilmiaan. Hasil yang diperoleh dari penelitian pun harus melalui tahap validasi, untuk melakukan tahap validasi dari hasil penelitian serta dapat di uji keabsahan datanya, maka dibutuhkan suatu upaya pengabsahan hasil penelitian yang di sebut *Triangulasi*.

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain Peneliti menggunakan cara *Triangulasi* dalam menguji keabsahan data serta memanfaatkan sesuatu diluar objek penelitian guna keperluan pengecekan serta dijadikan sebagai pembandingan. *Triangulasi* yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu *Triangulasi* sumber, *Triangulasi* teknik pengumpulan data dan *Triangulasi* waktu

1. *Triangulasi* sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data yang sudah di peroleh melalui beberapa sumber.

2. *Triangulasi* teknik pengumpulan data

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya data yang didapatkan dengan cara wawancara, kemudian dicek dengan cara observasi atau dokumentasi.

3. *Triangulasi* waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan ulang kepada data di lain waktu atau dalam situasi yang berbeda. Kadangkala hasil

pada wawancara dalam suatu waktu jika diulang kembali sering kali berbeda , sehingga membutuhkan pengecekan ulang. Jika hasil uji menghasilkan data yang berbeda maka akan dilakukan secara berulang-ulang hingga dapat di temukan data yang sesungguhnya.

J. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu metode untuk menganalisis dengan menggunakan kata-kata untuk menjelaskan peristiwa-peristiwa atau data yang dihasilkan.⁴² Penelitian ini memakai prosedur yang mempunyai ciri-ciri dan memiliki nilai keilmiahnya yang bisa digunakan peneliti untuk mengumpulkan data.

- a. Reduksi data yaitu. kegiatan yang dilakukan meliputi kegiatan dalam memilih, menyederhanakan, menggolongkan, dan menajamkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang sesuai dengan kebutuhan. Data berupa hasil wawancara dari para responden akan dikaji ulang dalam bentuk tabulasi untuk mendapatkan jawaban dari pokok permasalahan. Selain data wawancara, data dari hasil observasi dan dokumentasi pun dikumpulkan menjadi satu sebagai bukti validitas dari hasil penelitian.
- b. Penyajian Data merupakan uraian suatu data yang penyajiannya berbentuk teks yang singkat dan bersifat naratif.⁴³ Data hasil wawancara dari para

⁴² Suharjo Drajat. *Metodologi Penelitian Dan Penulisan Laporan Ilmiah*. (Yogyakarta: UII Press, 2003).

responden yang telah dikaji dalam bentuk tabulasi akan disusun berdasarkan permasalahan sehingga memudahkan peneliti untuk mengambil suatu simpulan. Sedangkan data hasil observasi dan dokumentasi disatukan dalam file lampiran hasil penelitian.

- c. Verifikasi dan Konklusi merupakan pengambilan suatu kesimpulan dalam sebuah penelitian, namun sebelum pengambilan kesimpulan akan dilakukan verifikasi terlebih dahulu dan apabila kesimpulan yang diambil peneliti didukung oleh data-data yang valid, maka kesimpulan dianggap layak. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini yakni membuat penarikan kesimpulan dari data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah disajikan untuk mendapatkan kesimpulan mengenai pokok permasalahan.

⁴³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. XIII; Bandung: Alfabet, 2019), h.249.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Startegi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu

a. Strategi Pengembangan UMKM

Menggali strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan. Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM Kecamatan Suli apa yang menginspirasi anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif? beliau juga mengatakan bahwa:

“Dulu saya itu hanya berjualan ketika ada pesanan saja dan titip di toko atau warung tapi melihat perkembangan zaman ekonomi kreatif menggunakan internet dan digital saya memberanikan diri untuk membuat usaha ini”.⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Rahmawati memulai bisnis berbasis ekonomi kreatif terinspirasi dari perkembangan internet dan digital dalam mengembangkan usaha seiring zaman. selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina yang merupakan UMKM ekonomi kreatif di Kecamatan Suli juga menambahkan pendapatnya mengenai apa yang menginspirasi anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Awalnya saya hanya berjualan di pasar seiring perkembangan teknologi saya mulai mengubah konsep usaha agar lebih berkembang”.⁴⁵

⁴⁴ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁴⁵ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa hal yang menginspirasi ibu untuk mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif adalah mengikuti perkembangan teknologi agar lebih berkembang. Selanjutnya hasil wawancara dengan Ibu Jumriana beliau juga menambahkan pendapatnya mengenai apa yang menginspirasi anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif? beliau juga mengatakan bahwa:

“saya hanya mengikuti perkembangan zaman dan trend yang ada di kalangan masyarakat.”⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa hal yang menginspirasi ibu untuk berbasis ekonomi kreatif adalah mengikuti trend dan perkembangan zaman. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti Mengenai apa yang menginspirasi anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif? beliau juga mengatakan bahwa:

“Seiring perkembangan yang ada sekarang mengharuskan pelaku usaha untuk kreatif dalam menjalankan usahanya”.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa hal yang menginspirasi ibu untuk berbasis ekonomi kreatif adalah mengikuti perkembangan zaman. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Aryani selaku UMKM Kecamatan Suli apa yang menginspirasi anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif? beliau juga mengatakan bahwa:

“Awalnya saya menjual di pasar dan dari rumah kerumah. Akhirnya sudah banyak yang tahu tentang produk saya jadi saya membuka toko”.⁴⁸

⁴⁶ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁴⁷ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁴⁸ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa hal yang menginspirasi ibu untuk berbasis ekonomi kreatif adalah bertambahnya pelanggan sehingga mengharuskan untuk mengembangkan usaha. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska yang merupakan UMKM ekonomi kreatif di Kecamatan Suli juga menambahkan pendapatnya mengenai apa yang menginspirasi anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Inspirasinya selain bahan-bahan yang mudah didapatkan peminatnya juga banyak usaha ini termasuk turun temurun dari orang tua”.⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa hal yang menginspirasi ibu untuk memulai ekonomi kreatif adalah jenis usahanya yang menggunakan bahan yang mudah didapatkan sehingga usahanya perlu dikembangkan. Adapun hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa yang menginspirasi anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif? Beliau mengatakan bahwa :

“Saya dulu hanya berjualan di toko saja karena belum tau cara memasarkan produk secara online karena sering nonton live produk sehingga saya juga ikut berinovasi ekonomi kreatif dalam pengembangan usaha”.⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa hal yang menginspirasi ibu untuk memulai usaha bisnis ekonomi kreatif adalah adanya fitur live pada toko online sehingga beliau mencoba mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif.

⁴⁹ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁵⁰ Wawancara Ibu Sitti, UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati mengenai bagaimana strategi yang anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing? beliau juga mengatakan bahwa:

“Kemasan dan label yang berbeda serta mempertahankan cita rasa. Saya juga berinovasi membuat produk dengan berbagai cita rasa yang baru di banding pesaing”.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa strategi yang digunakan untuk membedakan dengan pesaing adalah kemasan yang kreatif serta menjaga kualitas rasa produk sehingga berebeda denga pesaing. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina mengenai bagaimana strategi yang anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing? beliau juga mengatakan bahwa:

“Saya berinovasi produk baru yang berbeda dari pesaing terus saya menambahkan label usaha sebagai penanda bahwa itu produk saya”⁵²

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa strategi yang digunakan untuk membedakan dengan pesaing adalah berinovasi denga produk baru serta membuat label produk atau usaha sehingga menjadi pembeda dengan pesaing lainnya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana mengenai bagaimana strategi yang anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing? beliau juga mengatakan bahwa:

“dari segi produk yang berbeda sehingga harus terus berinovasi membuat produk baru yang berbeda dengan lainnya serta cita rasa yang khas”⁵³

⁵¹ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁵² Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁵³ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa strategi yang digunakan untuk membedakan dengan pesaing adalah membuat produk baru yang berbeda dnegan pesaing serta menjaga kualitas cita rasa produk yang memiliki ciri khas. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti Mengenai bagaimana strategi yang anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing? beliau juga mengatakan bahwa:

“Tentunya dengan terus melakukan inovasi produk baru yang berbeda dengan pesaing serta menjaga kualitas rasa dan tampilan”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa strategi yang digunakan untuk membedakan dengan pesaing adalah inovasi produk baru dan menjaga kualitas tampilan serta rasa produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani mengenai bagaimana strategi yang anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing? beliau juga mengatakan bahwa:

“Sebenarnya jualan semua sama cuman bagian isian produknya yang membedakan memiliki varian isian yang berbeda”.⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa strategi yang digunakan untuk membedakan dengan pesaing adalah varian isian atau rasa produk yang unik dibanding peesaing. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska mengenai bagaimana strategi yang anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing? beliau juga mengatakan bahwa:

“Rasa duriannya banyak dan tekstur yang lembut”.⁵⁶

⁵⁴ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁵⁵ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁵⁶ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa strategi yang digunakan untuk membedakan dengan pesaing adalah varian dan tekstur produk yang lembut. Adapun hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera mengenai bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa? beliau juga mengatakan bahwa:

“Membuat produk baru serta memanfaatkan sosial media dalam memasarkan produk kemudian bekerja sama dengan beberapa kurir dalam hal pelayanan delivery”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui ibu Hj Nadera mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa dengan memanfaatkan sosial media dalam memasarkan dan memperkenalkan produk serta bekerja sama dengan kurir dalam pelayanan delivery. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Rahmawati mengenai bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa? beliau juga mengatakan bahwa:

“Saya aktif menggunakan sosial media dalam hal pemasaran. Menjaga kualitas produk dan pelayanan di toko offline”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui ibu Rahmawati mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa dengan aktif menggunakan sosial media untuk pemasaran secara online serta menjaga kualitas pelayanan dan produk di toko offline. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina mengenai bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa? beliau juga mengatakan bahwa:

⁵⁷ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁵⁸ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

“Untuk menunjang kepuasan konsumen saya rutin promosi online serta mendaftarkan produk di aplikasi drive karena untuk di Luwu sendiri belum ada Grab dan Gojek yang masuk untuk pelayanan delivery”.⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui ibu.. mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa dengan menjaga kepuasan konsumen dan mendaftarkan produk di aplikasi pengantaran Drive untuk di Luwu sehingga konsumen mudah memesan dan pelayanan delivery. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana mengenai bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa? beliau juga mengatakan bahwa:

“Menjaga kualitas baik dari segi bahan dan rasa serta memperbaiki tampilan produk agar lebih menarik”.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui ibu Sitti mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa dengan menjaga kualitas pelayanan dari segi bahan yang berkualitas, mempertahankan kualitas rasa serta membuat tampilan produk yang menarik. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu. mengenai bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa? beliau juga mengatakan bahwa:

“Menjaga kualitas bahan serta dari segi pelayanan lebih ditingkatkan agar konsumen merasa puas”.⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui ibu Sitti mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa dengan menjaga kualitas bahan dan pelayanan sehingga menjaga kepuasa konsumen. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu

⁵⁹ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁶⁰ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 1 Mei 2025

⁶¹ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Nike Ariani mengenai bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa? beliau juga mengatakan bahwa:

“Dari segi lokasi toko kemudian membuat rasa yang berbeda biar bisa lebih berkembang kedepannya. Kalau ada inovasi baru kita coba dan kembangkan lagi produknya.”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui ibu Nike Ariani mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa dengan lokasi toko yang strategis yang mudah di jangkau serta mempertahankan kualitas cita rasa. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska mengenai bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa? beliau juga mengatakan bahwa:

“Fokus pada pasar, mengembangkan resep unik, presentasi yang menarik”.⁶³

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui ibu Riska mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa dengan fokus pada pemasaran dan membuat produk yang unik dan menarik.

Adapaun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati mengenai Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya? beliau juga mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan teknologi digital seperti sosial media untuk membagikan konten produk dan pengantaran produk di platform Draiv Belopa karena disini belum ada gojek atau grab.”⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya menggunakan kontem digital dalam

⁶² Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁶³ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁶⁴ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

pemasaran serta platform Draiv sebagai mitra delivery produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina mengenai apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya? beliau juga mengatakan bahwa:

“Saya mempromosikan usaha dan produk saya menggunakan teknologi digital seperti sosial media”⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya menggunakan sosial media dalam memasarkan produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana mengenai apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya? beliau juga mengatakan bahwa:

“saya menggunakan teknologi digital dengan melakukan pemasaran di media sosial baik itu facebook dan instagram”⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya menggunakan marketplace online seperti sosial media dalam memasarkan produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti mengenai apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya? beliau juga mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan teknologi digital dalam hal pemasaran produk di beberapa media sosial. Serta pembayaran juga menggunakan beberapa aplikasi digital. Mesin kasir juga diformulasi dengan menggunakan struk belanja”⁶⁷.

⁶⁵ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁶⁶ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁶⁷ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya menggunakan sosila media sebagai pemasaran serta penguunaan aplikasi digital pembayaran dan mesin kasir agar transaksi lebih mudah dan akurat. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani mengenai Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya? beliau juga mengatakan bahwa:

“Saya biasa menggunakan aplikasi Whatsapp dan sosial media lainnya karena di produk terdapat informasi pemesanan melalui sosial media kami”.⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya menggunakan aplikasi sosial media dalam menerima pesanan secara online. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska mengenai apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya? beliau juga mengatakan bahwa:

“Iya, cara penerapannya menjaga etika privasi dan keamanan dalam berinteraksi dengan menggunakan metode pembayaran dompet digital”.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya menggunakan metode pembayaran dompet digital via transfer maupun aplikasi dana. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera mengenai apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya? beliau juga mengatakan bahwa:

⁶⁸ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁶⁹ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

“ya saya menggunakan teknologi digital sosail media dalam pemasaran serta media pembayaran menggunakan Qris”⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya menggunakan penggunaan sosial media dan penggunaan Qris sebagai metode pembayaran selain cash

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati mengenai apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda? beliau juga mengatakan bahwa:

“Setau saya ada program dari pemerintah tapi belum saya ikuti karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah”.⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa program pemerintah berupa pelatihan bagi UMKM belum maksimal sosialisasi kepada UMKM sehingga beberapa UMKM belum mengikuti program tersebut. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina mengenai apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda? beliau juga mengatakan bahwa:

“Belum ada program atau pelatihan saya hanya belajar melalui sosial media”.⁷²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Herlina.belum mengikuti program pelatihan formal. Beliau belajar secara otodidak melalui sosail media. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana mengenai apakah ada

⁷⁰ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁷¹ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁷² Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda? beliau juga mengatakan bahwa:

“Saya pernah mengikuti pendampingan umkm di desa yang dilakukan oleh pemerintah”.⁷³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu. pernah mengikuti program pelatihan UMKM yang di adakan oleh pemerintah Kabupaten Luwu dalam membantu pengembangan usaha UMKM di Kabupaten Luwu. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti mengenai apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda? beliau juga mengatakan bahwa:

“Untuk saat ini saya belum pernah mengikuti pendampingan usaha karena saya belajar otodidak hanya belajar melalui media sosial untuk melihat sesuatu yang trend”.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Sitti belum mengikuti program pelatihan formal. Beliau belajar secara otodidak melalui sosail media. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani mengenai apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda? beliau juga mengatakan bahwa:

“Tidak ada. Saya belum pernah ikut pelatihan atau pendampingan”.⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Nike Ariani belum mengikuti program pelatihan formal baik dari pemerintah maupun pelatihan

⁷³ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁷⁴ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁷⁵ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

lainnya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska mengenai apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda? beliau juga mengatakan bahwa:

“Belum pernah mengikuti pelatihan atau pendampingan”.⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Riska belum pernah mengikuti pelatihan maupun pendampingan. Adapun hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera mengenai apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda? beliau juga mengatakan bahwa:

“Sampai saat ini saya belum mengikuti pelatihan atau pendampingan”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha belum pernah di ikuti oleh ibu.. sebagai upaya pengembangan.

b. Kendala dan Hambatan UMKM

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saja kendala utama yang anda hadapi dalam mengembangkan usaha?

“Kendala utama saya yaitu persaingan ketat dengan toko-toko besar yang kian banyak”.⁷⁸

⁷⁶ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁷⁷ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁷⁸ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala utama yang di alami ibu Rahmawati adalah adanya toko besar seperti toko oleh-oleh yang menjual produk sejenis sehingga konsumen lebih tertarik ke toko besar untuk berbelanja. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saja kendala utama yang anda hadapi dalam mengembangkan usaha?

“Kurangya literasi media seperti membuat konten kreatif mengenai usaha dan produk saya belum terlalu paham cara mengedit untuk pemasaran yang maksimal”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang alami ibu Herlina dalam mengembangkan usaha adalah kurangnya pemahaman dalam membuat konten atau media pemasaran berbasis digital sehingga perlunya UMKM dalam membuat pemasaran kreatif di era digital. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saja kendala utama yang anda hadapi dalam mengembangkan usaha?

“Dari segi pemasaran perlu lebih belajar lagi mengenai marketing yang inovatif agar konsumen tertarik membeli produk”.⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang di alami ibu Jumriana dalam mengembangkan usaha adalah kurangnya pengetahuan marketing dalam memasarkan produk sehingga konsumen kurang tertarik dalam membeli produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saja kendala utama yang anda hadapi dalam mengembangkan usaha?

⁷⁹ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁸⁰ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

“Kendala utama saya adalah modal karena rencana untuk membuka cabang serta kenaikan harga bahan yang terus meningkat”.⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang di alami ibu Rahmawati dalam mengembangkan usaha adalah dari segi permodalan dalam menambah cabang usaha serta adanya kenaikan harga bahan baku produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saja kendala utama yang anda hadapi dalam mengembangkan usaha?

“Kendala utama saya yaitu banyaknya pesaing dengan produk yang sejenis di sekitaran Kecamatan Suli”.⁸²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang di alami ibu Nike Ariani dalam mengembangkan usaha adalah banyaknya pesaing bisnis yang menjual produk yang sama sehingga perlu di tingkatkannya inovasi dalam produk dan pemasaran. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saja kendala utama yang anda hadapi dalam mengembangkan usaha?

“Adanya musiman pembeli kadang kalau mendekati hari-hari besar ramai kadang juga sepi. Jadi perlu memaksimalkan pemasaran”.⁸³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang di alami ibu Riska dalam mengembangkan usaha adalah kurang stabil dalam hal penjualan yang menggunakan sistem konsumen musiman yang hanya ramai ketika hari-hari besar. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di

⁸¹ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁸² Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁸³ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Kecamatan Suli mengenai apa saja kendala utama yang anda hadapi dalam mengembangkan usaha?

“Persaingan yang ketat, masalah SDM, dan modal”.⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang di alami ibu dalam mengembangkan usaha adalah persaingan ketat dengan UMKM lain yang menjual produk sejenis, masalah sumber daya manusia yang bekerja dan kurangnya sumber modal dalam menjalankan usaha. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

“Bekerja sama dengan beberapa tempat oleh-oleh yang lebih besar dalam penjualan produk”⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang di alami ibu Rahmawati dalam mengembangkan usaha beliau mengatasinya dengan menjalin kerjasama dengan toko-toko besar dengan menitipkan produk yang ia jual sehingga dapat memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan penjualan. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

“Merekrut karyawan yang mampu di bidang tersebut seperti mengedit dan buat konten pemasaran di sosial media”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang di alami ibu Herlina dalam mengembangkan usaha beliau mengatasinya dengan merekrut

⁸⁴ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁸⁵ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁸⁶ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

karyawan yang paham di bidang media pemasaran dan digital yang mampu membuat konten pemasaran menarik mengenai produk sehingga konsumen tertarik. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

“Saya belajar dari internet, nonton youtube dan konten mengenai digital marketing yang efisien menarik konsumen”.⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang dialami ibu Jumriana dalam mengembangkan usaha beliau mengatasinya dengan belajar secara otodidak mengenai pemasaran yang efektif dan inovatif di sosial media lainnya sehingga mempermudah dalam membuat ide-ide pemasaran. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

“Mengambil pembiayaan di Lembaga keuangan syariah agar lebih ringan dan bekerja sama dengan penyedia bahan baku yang murah tapi kualitas terjamin”.⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang dialami ibu Sitti dalam mengembangkan usaha beliau mengatasinya dengan mengambil pembiayaan di lembaga keuangan syariah maupun lembaga keuangan lainnya untuk menambah permodalan dalam mengembangkan usaha serta bekerjasama dengan penyedia bahan baku lokal. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

⁸⁷ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁸⁸ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

“Selalu berinovasi membuat produk baru yang belum dimiliki pesaing”.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang dialami ibu Riska dalam mengembangkan usaha beliau mengatasinya dengan berinovasi menggunakan produk baru yang belum dimiliki pesaing sehingga konsumen tertarik. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

“Berusaha untuk memutar hasil penjualan yang kadang sepi agar terjadi keberlangsungan usaha secara terus menerus serta meningkatkan pemasaran”.⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang dialami ibu Riska dalam mengembangkan usaha beliau mengatasinya dengan mengatur keberlangsungan usaha dan meningkatkan marketing agar tetap stabil penjualan usaha. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

“Fokus pada perencanaan yang matang, manajemen keuangan yang bijak dan jangan putus asa”.⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kendala yang dialami ibu dalam mengembangkan usaha beliau mengatasinya dengan manajemen usaha baik di bidang keuangan maupun sumber daya manusia.

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

“Saya tidak tau masalah kebijakan atau regulasi”.⁹²

⁸⁹ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁹⁰ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁹¹ Wawancara ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 1 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Rahmawati selaku UMKM kurang paham mengenai kebijakan atau regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah yang mempengaruhi keberlangsungan maupun perkembangan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

“Saya rasa tidak ada”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli tidak ada kebijakan atau regulasi dari pemerintah yang menghambat perkembangan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

“Saya rasa tidak ada hanya bila ada kebijakan baru dari pemerintah perlu adaptasi lagi”.⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli tidak ada yang menghambat usahanya baik kebijakan atau regulasi dari pemerintah, tapi apabila ada regulasi atau kebijakan baru perlu adaptasi lagi menyesuaikan dengan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

“Saya rasa tidak ada karena bila ada kebijakan baru biasanya pemerintah melakukan sosialisasi”.⁹⁵

⁹² Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁹³ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁹⁴ Wawancara Ibu Jumriani UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

⁹⁵ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli tidak ada regulasi atau kebijakan pemerintah yang menghambat usahanya. Apabila ada kebijakan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah biasanya ada sosialisasi di media sosial maupun secara langsung. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

“Tidak ada untuk sekarang”.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli merasa tidak ada kebijakan atau regulasi yang menghambat perkembangan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

“Saya tidak terlalu tau perosalan itu”.⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli kurang mengetahui kebijakan atau regulasi yang menghambat perkembangan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

“Tidak ada sampai saat ini”.⁹⁸

⁹⁶ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁹⁷ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

⁹⁸ Wawancara Ibu UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli merasa tidak ada kebijakan atau regulasi yang menghambat perkembangan usahanya.

c. Faktor Pendukung UMKM

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda?

“Adanya dukungan dari keluarga membantu dalam menjalankan usaha serta dukungan pemerintah yang sering mengadakan event besar sehingga kesempatan memperkenalkan produk bisa saya lakukan”.⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya dukungan keluarga dan pemerintah yang sering mengadakan event UMKM sehingga dapat dimanfaatkan sebagai ajang memperkenalkan produk dan usahanya di event tersebut. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda?

“Tentunya keluarga mendukung dan membantu kemudian pemerintah juga mendukung sering bikin acara besar jadi kesempatan untuk menjual produk”.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya dukungan pemerintah dalam mengadakan event besar. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda?

⁹⁹ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁰⁰ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

“Adanya bantuan dari pemerintah. Saya mendapatkan bantuan modal bagi UMKM di Kabupaten Luwu yang sangat membantu saya dalam pengembangan usaha”.¹⁰¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya dukungan pemerintah dari segi permodalan sehingga membantu dalam mengembangkan usaha. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda?

“Adanya bantuan dari pemerintah yang sering mengadakan pameran UMKM pada waktu-waktu tertentu seperti hari jadi Kota Belopa atau Luwu. Kadang juga ada event besar seperti baru ini kan pilkada ada kampanye akbar jadi kesempatan menjual produk saat kampanye bikin stand penjualan”.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya dukungan pemerintah dalam mengadakan event besar sehingga UMKM dapat membuat stand usaha di event tersebut. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda?

“Adanya dukungan dari keluarga dan pemerintah dalam membantu UMKM”.¹⁰³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya dukungan keluarga dan pemerintah sehingga membantu dalam perkembangan usaha. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda?

“Dukungan keluarga tentunya yang membantu memasarkan ke keluarga lain atau teman kerjanya mengenai produk kami”.¹⁰⁴

¹⁰¹ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁰² Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁰³ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁰⁴ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya dukungan keluarga yang membantu memperkenalkan dan memasarkan produk dan usahanya ke orang lain sehingga hal ini membantu perkembangan usaha dari segi pemasaran. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda?

“Dukungan keluarga dan tekad yang kuat untuk sukses”.¹⁰⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya dukungan keluarga dan tekad yang kuat untuk sukses dalam berwirausaha. Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

“Untuk saat ini saya hanya kemitraan dengan toko oleh-oleh yang besar untuk menitipkan produk saya agar lebih dikenal di daerah lain”.¹⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya kerjasama dengan toko oleh-oleh besar untuk menitipkan produknya sehingga jangkauan konsumen dan pemasaran produk lebih luas. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

“Untuk saat ini belum ada kemitraan atau kerjasama”.¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa belum adanya kemitraan dan kerja sama dengan pihak lain dalam mengembangkan usahanya.

¹⁰⁵ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁰⁶ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁰⁷ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

“Untuk saat ini belum ada kemitraan atau kerja sama dengan pihak lain”¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa belum adanya kemitraan dan kerja sama dengan pihak lain dalam mengembangkan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

“Belum ada sampai saat ini karena masih berdiri sendiri”.¹⁰⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa belum adanya kemitraan dan kerja sama dengan pihak lain dalam mengembangkan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

“Untuk saat ini belum ada kemitraan hanya kerjasama dengan pemasok bahan baku dengan masyarakat lokal seperti gula merah”¹¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya kerja sama dengan pihak pemasok bahan baku yang merupakan masyarakat lokal sehingga dapat mengembangkan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

“Tidak ada hanya sendiri saja”.¹¹¹

¹⁰⁸ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁰⁹ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹¹⁰ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹¹¹ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa belum adanya kemitraan dan kerja sama dengan pihak lain dalam mengembangkan usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

“Tidak ada karena hanya mengandalkan usaha sendiri”¹¹²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa belum adanya kemitraan dan kerja sama dengan pihak lain dalam mengembangkan usahanya. Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

“Sangat membantu memasarkan produk karena akses informasi yang cepat menyebar melalui media sosial”.¹¹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran media sosial sangat membantu dalam memasarkan produk karena kecepatan akses informasi yang cepat dan luas oleh masyarakat. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

“Sangat membantu memasarkan dan memperkenalkan produk secara luas”¹¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran media sosial sangat membantu dalam memasarkan produk karena jangkauan media sosial yang luas. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

¹¹² Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹¹³ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹¹⁴ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

“Sangat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen serta informasi lokasi mengenai toko offline kami bagi yang mau membeli secara langsung”¹¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran media sosial sangat membantu dalam memasarkan produk serta memberi informasi mengenai toko offline. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

“Sangat membantu memasarkan produk ke masyarakat luas serta menerima pesanan online dari sosial media”¹¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran media sosial sangat membantu dalam memasarkan produk serta dengan media sosial ibu Sitti dapat menerima pesanan online yang bersumber dari media sosial. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

“Sangat membantu memasarkan produk, dengan adanya pemasaran di sosial media kami biasanya mendapat pesanan online untuk kue-kue bila ada acara”¹¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran media sosial sangat membantu dalam memasarkan produk dan menerima pesanan secara online. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

¹¹⁵ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹¹⁶ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹¹⁷ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

“Sangat berperan karena meningkatkan penjualan dan pendapatan”.¹¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran media sosial sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan serta penjualan meningkat melalui media sosial. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

“Sangat membantu karena memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, dan memperluas jangkauan pemasaran”.¹¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa peran media sosial sangat membantu dalam memasarkan produk secara luas dan menambah interaksi dengan konsumen melalui media sosial.

d. Dampak Terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan UMKM di Kecamatan Suli

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

“Dampaknya sangat baik dalam hal ini pemasaran online melalui market place dan media sosial sehingga pendapatan meningkat”.¹²⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dampak dari strategi yang dijalankan dalam mengembangkan usahanya adalah meningkatnya pemasaran melalui beberapa market place di sosial media yang mengakibatkan pendapatan ikut meningkat. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina

¹¹⁸ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹¹⁹ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹²⁰ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

“Dampaknya dengan rajin memposting di sosial media mengenai produk jadi masyarakat tau akan produk saya dan datang membelinya pendapatan meningkat”.¹²¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dampak dari marketing dan rutin memposting di media sosial adalah masyarakat menjadi tau produk dan usahanya sehingga jumlah penjualan meningkat. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

“Dengan adanya strategi marketing membuat pendapatan bertambah karena produk lebih banyak dikenal masyarakat”.¹²²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dampaknya pendapatan meningkat karena usaha dan produk diketahui masyarakat secara luas. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

“Dengan adanya strategi pengembangan pendapatan meningkat serta pelanggan juga bertambah seiring waktu yang melakukan repeat order”.¹²³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dengan adanya strategi pengembangan pendapatan meningkat dan pelanggan bertambah melakukan pembelian kembali. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku

¹²¹ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹²² Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹²³ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

“Strategi pemasaran dan inovasi produk dapat meningkatkan pendapatan karena lebih mudah dikenal oleh masyarakat”.¹²⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dengan adanya strategi pengembangan inovasi produk dan pemasaran produk dan usaha mudah dikenal oleh masyarakat. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

“Alhamdulillah berkembang dengan volume penjual meningkat”.¹²⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dengan adanya strategi pengembangan volume penjualan meningkat sehingga mampu juga meningkatkan pendapatan. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

“Memperluas jaringan, memperluas pasar dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan”.¹²⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dengan adanya strategi pengembangan pendapatan meningkat dan pelanggan bertambah karena adanya media sosial dalam memperluas jaringan pemasaran. Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

¹²⁴ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹²⁵ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹²⁶ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

“Karyawan saya Sebagian ada dari keluarga maupun tetangga jadi bisa sedikit membantu perekonomian mereka dengan mempekerjakannya”.¹²⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa usahanya mampu berkontribusi ke keluarga maupun ke masyarakat dalam hal membuka lapangan pekerjaan ke keluarga maupun tetangga sekitar. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

“Membuka lapangan pekerjaan bagi keluarga dan masyarakat sekitar yang memiliki kemampuan sesuai dengan usaha saya”.¹²⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa usahanya mampu berkontribusi ke keluarga maupun ke masyarakat dalam hal membuka lapangan pekerjaan ke keluarga maupun tetangga sekitar sehingga perekonomian mereka dapat teratasi dengan bekerja di usahanya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

“Alhamdulillah dengan adanya usaha saya membantu masyarakat dan keluarga saya jadikan karyawan untuk bantu-bantu usaha saya”.¹²⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa usahanya mampu berkontribusi ke keluarga maupun ke masyarakat dalam hal membuka lapangan pekerjaan. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

¹²⁷ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹²⁸ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹²⁹ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

“Alhamdulillah beberapa tetangga dan keluarga juga menjadi karyawan disini jadi membantu mengurangi pengangguran”.¹³⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa usahanya mampu berkontribusi ke keluarga maupun ke masyarakat dalam hal membuka lapangan pekerjaan ke keluarga maupun tetangga sekitar sehingga mengurangi pengangguran. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

“Alhamdulillah membuka lapangan pekerjaan bagi keluarga maupun tetangga. Ada yang bekerja sebagai kasir maupun bagian dapur”.¹³¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa usahanya mampu berkontribusi ke keluarga maupun ke masyarakat dalam hal membuka lapangan pekerjaan ke keluarga maupun tetangga sekitar yang bekerja di usahanya sebagai kasir maupun bagian dapur. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

“Dengan adanya usaha saya bisa memperkerjakan keluarga maupun tetangga. Yang pintar memasak bisa di bagian dapur produksi kue, ada juga yang bagian susun produk di rak etalase”.¹³²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa usahanya mampu berkontribusi ke keluarga maupun ke masyarakat dalam hal membuka lapangan pekerjaan ke keluarga maupun tetangga sekitar yang mempunyai kemampuan yang dapat menunjang usahanya berkembang. Selanjutnya hasil wawancara

¹³⁰ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹³¹ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹³² Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

denga ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

“Usaha ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama bagi saya tapi juga menciptakan lapangan kerja, juga meningkatkan kesejahteraan bagi keluarga”¹³³.

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa usahanya mampu berkontribusi ke keluarga maupun ke masyarakat dalam hal membuka lapangan pekerjaan ke keluarga maupun tetangga sekitar sehingga dapat membantu perekonomian yang ada. Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Sebelumnya pendapatan begitu-begitu saja tidak berkembang karena produk tidak dikenal orang sekarang karena media informasi yang cepat produk sudah mulai dikenal orang sehingga pendapatan meningkat”¹³⁴.

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dengan adanya ekonomi kreatif dalam hal pemasaran di media sosial membuat pendapatan meningkat karena mudahnya akses informasi yang ada. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Sebelumnya usaha saya kurang dikenal apalagi banyak produk pesaing setelah memasarkan secara online dan update informasi usaha saya berkembang dan pendapatan meningkat”¹³⁵

¹³³ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹³⁴ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹³⁵ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa sebelum adanya ekonomi kreatif usaha dan produknya kurang dikenal dibanding produk pesaing. Setelah menjalankan ekonomi kreatif dibidang marketing sosial media masyarakat mulai mnegtahui usaha dan produknya sehingga pendapatan meningkat. Selanjutnya hasil wawancara denga ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Sebelum saya mengenal usaha berbasis kreatif saya hanya menjual di toko saja tanpa belajar hal lain yang dapat menunjang perkembangan usaha saya setelah mempelajarinya ternyata banyak cara yang bisa dilakukan supaya usaha berkembang dalah satunya menjual online”.¹³⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa sebelum adanya ekonomi kreatif usaha dan produknya kurang dikenal dibanding produk pesaing. Setelah menjalankan ekonomi kreatif dibidang sosial media masyarakat mulai mengetahui usaha dan produknya sehingga pendapatan meningkat karena adanya pemesanan online. Selanjutnya hasil wawancara denga ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Sebelumnya pendapatan saya menurun pas covid dulu setelah belajar cari tau bgaimana supaya bisa bangkit jadi sekarang perlahan mulai stabil meskipun kadang naik turun tapi pendapatan lebih meningkat dibandingkan dlu karena pemasaran yang efektif”.¹³⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa sebelum adanya ekonomi kreatif usaha pendapatan menurun di jaman covid-19. Setelah

¹³⁶ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹³⁷ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 1 Mei 2025

menjalankan ekonomi kreatif dibidang marketing sosial media masyarakat mulai mengetahui usaha dan produknya sehingga pendapatan meningkat karena pesanan online. Selanjutnya hasil wawancara denga ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Sebelumnya karena masih gptek belum tau ini itu jadi usaha saya masih kurang berkembang setelah mempelajari dan menerapkan ekonomi kreatif terjadi peningkatan pendapatan”.¹³⁸

Selanjutnya hasil wawancara denga ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Sebelumnya hanya menjual di toko saja pembeli datang secara langsung sekarang sudah bisa menerima pesanan secara online jadi meningkat penjualan”.¹³⁹

Selanjutnya hasil wawancara denga ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“membawa peningkatan signifikan dalam kondisi ekonomi”.¹⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa sebelum adanya ekonomi kreatif usaha dan produknya kurang dikenal dibanding produk pesaing. Setelah menjalankan ekonomi kreatif dibidang marketing sosial media masyarakat mulai mngetahui usaha dan produknya sehingga pendapatan meningkat

¹³⁸ Wawancara Ibu Nike Ariana UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹³⁹ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁴⁰ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

e. Evaluasi dan Pengembangan ke Depan

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana cara anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

“Saya selalu melakukan pengawasan dan melakukan evaluasi untuk mengatasi kendala agar perkembangan usaha terus meningkat”.¹⁴¹

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana cara anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

“Saya selalu bertanya kepada karyawan apakah ada kendala apabila ada segera di evaluasi segera mungkin dan saya rutin melakukan pengawasan juga”.¹⁴²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa UMKM rutin melakukan evaluasi terhadap usahanya serta karyawan untuk mengatasi apabila terjadi kendala bisa di minimalisir kedepannya. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana cara anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

“Setiap bulan saya selalu merekap dan diskusi bersama karyawan saya mengenai kendala atau perkembangan usaha saya”.¹⁴³

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana cara anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

“Setiap akhir bulan saya evaluasi usaha dan karyawan apakah mines atau tidak jadi apabila ada kekurangan bisa diantisipasi di bulan berikutnya”¹⁴⁴

¹⁴¹ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁴² Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁴³ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa UMKM mengadakan evaluasi tiap bulannya merekap dan melakukan diskusi kepada karyawan untuk mengetahui kekurangan usaha. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana cara anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

“selalu mengevaluasi karyawan dan mengadakan diskusi tiap harinya biar tidak ada kesalahan teknis maupun kendala yang ada”.¹⁴⁵

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana cara anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

“Setiap hari saat buka dan saat mau tutup selalu cek toko dan evaluasi”.¹⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa evaluasi dilakukan tiap hari untuk memonitor hasil penjualan dan berdiskusi dengan karyawan. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai bagaimana cara anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

“Mempertimbangkan konsistensi strategi, kesesuaian dengan lingkungan pasar pengukuran kinerja”.¹⁴⁷

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

“Rencananya mau daftarkan toko dan produk di market place yang lebih besar seperti tiktok shop dan shopee melihat perkembangannya sekarang konsumen banyak menggunakan itu”.¹⁴⁸

¹⁴⁴ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁴⁵ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁴⁶ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁴⁷ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

“Rencananya mau punya toko online dan kalau bisa bekerja sama dengan toko besar seperti indomaret atau alfamidi untuk penjualan produk tentunya di iringi dengan perubahan packaging agar lebih aman dan menarik”.¹⁴⁹

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

“Insya allah kalau ada rejeki mau buka cabang agar lebih luas jangkauannya di daerah lain”.¹⁵⁰

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

“Rencananya mau punya toko di beberapa market place seperti shoope atau tokopedia biar orang luar daerah juga dapat merasakan beberapa produk yang tentunya aman untuk pengiriman dan dikonsumsi luar daerah”.¹⁵¹

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

“Rencananya mau mengganti packaging produk biar lebih menarik dan dapat dikirim ke luar kota lebih aman”.¹⁵²

¹⁴⁸ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁴⁹ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁵⁰ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁵¹ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁵² Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

“Mempertahankan dari segi kualitas rasa agar pelanggan tetap repeat order”¹⁵³

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

“Memperluas tempat usaha, dan menambah jenis makanan yang akan diproduksi”.¹⁵⁴

Adapun hasil wawancara dengan ibu Rahmawati selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Selalu berusaha belajar dan mengupdate trend yang ada”.¹⁵⁵

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Herlina selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Selalu belajar mengikuti perkembangan zaman agar usaha juga berkembang tidak ketinggalan”.¹⁵⁶

¹⁵³ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁵⁴ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁵⁵ Wawancara Ibu Rahmawati UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁵⁶ Wawancara Ibu Herlina UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Jumriana selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Jangan pernah berhenti belajar dan jangan takut mencoba hal baru”¹⁵⁷

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Sitti selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Selalu menggali ide kreatif agar tidak ketinggalan zaman”.¹⁵⁸

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Nike Ariani selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Selalu berinovasi dan belajar mengikuti trend di masyarakat agar selalu update”.¹⁵⁹

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Menjaga kualitas produk dan memperhatikan kepuasan konsumen”.¹⁶⁰

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hj Nadera selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

“Jangan menyerah dan putus asa”.¹⁶¹

¹⁵⁷ Wawancara Ibu Jumriana UMKM Kecamatan Suli, 11 Mei 2025

¹⁵⁸ Wawancara Ibu Sitti UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁵⁹ Wawancara Ibu Nike Ariani UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁶⁰ Wawancara Ibu Riska UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

¹⁶¹ Wawancara Ibu Hj Nadera UMKM Kecamatan Suli, 12 Mei 2025

2. Hasil Wawancara untuk Pemerintah Daerah (Dinas Koperasi, Perdagangan, dan Pariwisata Kabupaten Luwu)

a. Program dan Kebijakan untuk Pengembangan UMKM

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Prindustrian Kabupaten Luwu mengenai apa program yang telah dijalankan pemerintah dalam mendukung UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Basis Pengembangan UMKM dan prdouk”.¹⁶²

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu mengenai Apa program yang telah dijalankan pemerintah dalam mendukung UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Program pemerintah mempunyai program begitu banyak di Kabupaten Luwu, ada koperasi merah putih di desa yang melibatkan UMKM di setiap desa, juga ada bantuan-bantuan untuk perencanaan kedepan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Luwu”.¹⁶³

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu bagaimana pemerintah membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka?

“Pemberian modal, pelatihan, pengembangan usaha”.¹⁶⁴

¹⁶² Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Industri Kabupaten Luwu,

¹⁶³ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁶⁴ Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu mengenai bagaimana pemerintah membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka?

“Membantu fasilitasi pengambilan dana pembiayaan di bank, mengadakan pelatihan dan pengembangan UMKM, peninjauan pengembangan pasar, kemudahan usaha memberikan fasilitas mereka seperti NIB dan sertifikat halal dan membantu mempromosikan branding produk mereka”¹⁶⁵

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu apakah ada program pembiayaan atau subsidi bagi UMKM di Kecamatan Suli?

“kalau dari dinas ksendiri hanya memfasilitasi UMKM ke bank untuk mengajukan pinjaman modak usaha”¹⁶⁶

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu apakah ada program pembiayaan atau subsidi bagi UMKM di Kecamatan Suli?

“ada”¹⁶⁷

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu apakah ada pelatihan khusus bagi UMKM terkait pemasaran digital, inovasi produk, atau manajemen usaha?

“ada”¹⁶⁸

¹⁶⁵ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁶⁶ Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁶⁷ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu apakah ada pelatihan khusus bagi UMKM terkait pemasaran digital, inovasi produk, atau manajemen usaha?

“Pelatihan khusus untuk UMKM yaitu semacam pelatihan pengembangan secara digital, melaksanakan pameran di luar daerah dnegan membawa produk dari pelaku UMKM”¹⁶⁹

b. Tantangan dalam Pembinaan UMKM

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu apa kendala utama yang dihadapi dalam pembinaan dan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Akses permodalan untuk UMKM, literasi keuangan dan kapasitas SDM rendah”.¹⁷⁰

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu apa kendala utama yang dihadapi dalam pembinaan dan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“kendala pada akses modal, keterbatasan keterampilan, akses pasar teknologi dan relugasi”¹⁷¹

¹⁶⁸ Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁶⁹ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁷⁰ Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁷¹ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu bagaimana pemerintah mengatasi kendala tersebut?

“Memfasilitasi pelaku usaha dalam hal perizinan, pelatihan dan membantu dalam segi bantuan permodalan baik bantuan dari pemerintah maupun membantu memfasilitasi modal di bank”.¹⁷²

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu bagaimana pemerintah mengatasi kendala tersebut?

“Dengan mengadakan pelatihan dan memberikan fasilitasi pembiayaan, pengenalan pasar dengan cara memasarkan produk di luar sulawesi agar orang luar tau bahwa ada produk khas Kabupaten Luwu khususnya di Kecamatan Suli”¹⁷³

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu apakah ada rencana atau kebijakan baru untuk mendukung UMKM lebih efektif?

“memberikan bantuan modal, memeberikan kemudahan dalam perizinan usaha dan nomor induk usaha”¹⁷⁴

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu apakah ada rencana atau kebijakan baru untuk mendukung UMKM lebih efektif?

¹⁷² Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁷³ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁷⁴ Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

“dengan cara memberikan promosi dan pelatihan pengembangan usaha mereka”¹⁷⁵

c. Evaluasi dan Pengembangan ke Depan

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu sejauh mana dampak program pemerintah terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Suli

“Secara cukup berkembang, kita lihat di Kecamatan Suli bertambah UMKM yang menjual gembung dan banyak oeminat baik dalam maupun luar daerah”.¹⁷⁶

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu sejauh mana dampak program pemerintah terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Suli

“Sudah sangat cukup jauh khususnya di Suli sering mengadakan khususnya kue bage dan gembung khas Suli”¹⁷⁷

Adapun hasil wawancara dengan ibu Ratnasari selaku selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Luwu apa strategi pemerintah ke depan untuk meningkatkan ekonomi kreatif berbasis UMKM?

“Pemerintah memperluas program pelatihan digital bagi pelaku usaha ekonomi kreatif seperti pembuatan toko online, pemasaran online dan manajemen hak intelektual”.¹⁷⁸

¹⁷⁵ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁷⁶ Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁷⁷ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁷⁸ Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Hasriani, S.T selaku personal koperasi ahli muda Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu apa strategi pemerintah ke depan untuk meningkatkan ekonomi kreatif berbasis UMKM?

“Memahami pemasaran secara digital karena pemasaran digital itu lebih luas”.¹⁷⁹

3. Hasil Wawancara untuk Akademisi atau Pakar UMKM

Adapun Hasil wawancara bersama Pak Akbar Sabani, S.E., M.E mengenai bagaimana tren pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya di daerah seperti Kecamatan Suli?

“Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif merupakan pendekatan yang memadukan inovasi, kreativitas, dan nilai tambah dalam produk atau jasa untuk meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah. strategi yang dapat diterapkan peningkatan kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi digital, kolaborasi dan kemitraan, inovasi produk dan diversifikasi, akses permodalan kreatif, pemasaran dan branding kreatif, regulasi dan dukungan pemerintah”¹⁸⁰

Selanjutnya hasil wawancara bersama Pak Akbar Sabani, S.E., M.E mengenai faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan UMKM?

“Faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bervariasi tergantung konteks lokal dan sektor usaha, namun secara umum faktor-faktor utama meliputi akses permodalan, sumber daya manusia (SDM), inovasi dan teknologi, akses pasar, dukungan pemerintah dan regulasi, jaringan dan kemitraan, UMKM

¹⁷⁹ Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu

¹⁸⁰ wawancara Pak Akbar Sabani, S.E., M.E selaku pakar UMKM

yang mampu mengelola keuangan secara profesional cenderung lebih bertahan dan berkembang”.¹⁸¹

Selanjutnya hasil wawancara bersama Pak Akbar Sabani, S.E., M.E mengenai bagaimana peran teknologi digital dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM?

“Pendidikan dan pelatihan memiliki peran krusial dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar lebih inovatif. Berikut adalah beberapa peran utamanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, mendorong Inovasi produk dan layanan, adaptasi teknologi digital, meningkatkan akses ke informasi dan jaringan, menumbuhkan mentalitas wirausaha dan inovatif, mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan”.¹⁸²

Selanjutnya hasil wawancara bersama Pak Akbar Sabani, S.E., M.E mengenai apa strategi terbaik yang sebaiknya diterapkan oleh pelaku UMKM agar usahanya lebih berkembang?

“Pendampingan UMKM berbasis ekonomi kreatif membutuhkan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan. Berikut adalah kebijakan atau model pendampingan yang terbukti paling efektif model triple helix (Pemerintah - Akademisi - Industri), inkubasi bisnis kreatif, pendampingan berbasis komunitas, model business coaching & monitoring berkelanjutan”.¹⁸³

Sesi mentoring individual, target dan evaluasi berkala, penyesuaian strategi bisnis secara dinamis. Efektivitas: Cocok untuk UMKM yang siap *scale-up*. Selanjutnya hasil wawancara bersama Pak Akbar Sabani, S.E., M.E mengenai apa saran Anda bagi pemerintah dan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ke depan?

“Rekomendasi Kebijakan Pemerintah: subsidi dan akses pembiayaan khusus UMKM kreatif, pusat kreatif daerah (*creative hub*) di tiap kota/kabupaten,

¹⁸¹ wawancara Pak Akbar Sabani, S.E., M.E selaku pakar UMKM

¹⁸² wawancara Pak Akbar Sabani, S.E., M.E selaku pakar UMKM

¹⁸³ wawancara Pak Akbar Sabani, S.E., M.E selaku pakar UMKM

kurikulum kewirausahaan kreatif sejak sekolah menengah dan universitas dan kemitraan global untuk ekspor produk kreatif”.¹⁸⁴

Adapun Hasil wawancara dari salah satu akademisi Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M menyampaikan pendapatnya mengenai Bagaimana tren pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya di daerah seperti Kecamatan Suli? beliau mengatakan bahwa

“Sebagai seorang akademisi yang telah mengamati dan berinteraksi dengan berbagai komunitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), saya melihat bahwa geliat ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya di wilayah seperti Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu, merupakan fenomena sosial yang tidak bisa dilepaskan dari dinamika budaya, teknologi, dan semangat kemandirian masyarakat lokal. UMKM di daerah ini tidak hanya tumbuh sebagai respon atas kebutuhan ekonomi, tetapi juga mencerminkan ekspresi identitas kolektif masyarakat melalui produk-produk khas yang berbasis pada kearifan lokal”.¹⁸⁵

Selanjutnya mengenai Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan UMKM? Beliau mengatakan bahwa

“Pengalaman-pengalaman yang saya temui menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM tidak sekadar ditentukan oleh modal atau infrastruktur fisik, tetapi lebih dalam lagi oleh kesadaran dan daya juang pelaku usaha dalam merespon perubahan zaman. Faktor-faktor seperti kreativitas, kemampuan adaptasi terhadap teknologi, dan adanya ruang belajar bersama menjadi modal sosial yang sangat menentukan arah perkembangan UMKM. Saya menyaksikan betapa pelaku usaha yang mendapat pelatihan, pendampingan, dan dukungan jaringan komunitas mampu melampaui sekat-sekat keterbatasan, bahkan bertransformasi menjadi agen perubahan di lingkungannya.”¹⁸⁶

¹⁸⁴ wawancara Pak Akbar Sabani, S.E., M.E selaku pakar UMKM

¹⁸⁵ Wawancara Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M selaku pakar UMKM

¹⁸⁶ Wawancara Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M selaku pakar UMKM

Selanjutnya mengenai Apa tantangan terbesar yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi ekonomi kreatif? Beliau mengatakan bahwa

“Tantangan terbesar justru terletak pada keberanian untuk meninggalkan zona nyaman tradisional menuju praktik usaha yang lebih inovatif Banyak pelaku UMKM yang masih belum sepenuhnya menyadari potensi ekonomi kreatif sebagai kekuatan penggerak, karena belum tersedia ekosistem pendukung yang Solid baik dari sisi knowledge, akses digital, maupun regulasi pemerintah yang proaktif”.¹⁸⁷

Bagaimana peran pendidikan dan pelatihan dalam mendukung UMKM agar lebih inovatif? Beliau mengatakan bahwa:

“Dalam fenomena ini, saya menangkap adanya kesenjangan antara potensi yang besar dan kenyataan lapangan yang belum terfasilitasi secara maksimal. Dalam konteks ini, pendekatan kolaboratif yang melibatkan pemerintah, komunitas bisnis, dan kalangan akademisi menjadi sangat penting. Pendidikan dan pelatihan tidak bisa hanya bersifat teknis, tetapi juga harus menggugah kesadaran akan pentingnya inovasi dan keberlanjutan usaha”.¹⁸⁸

Apa saran Anda bagi pemerintah dan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ke depan?

Teknologi digital dan pemasaran berbasis nilai-nilai lokal harus dijadikan instrumen pemberdayaan, bukan sekadar alat promosi. Disini saya melihat UMKM bukan hanya entitas ekonomi, tetapi sebagai narasi sosial tentang daya lenting, kreativitas, dan semangat gotong royong masyarakat Indonesia. Maka dari itu, strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif harus dimaknai tidak semata sebagai agenda kebijakan ekonomi, melainkan sebagai gerakan kultural yang menghimpun energi sosial masyarakat menuju kemandirian dan daya saing bangsa.¹⁸⁹

¹⁸⁷ Wawancara Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M selaku pakar UMKM

¹⁸⁸ Wawancara Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M selaku pakar UMKM

¹⁸⁹ Wawancara Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M selaku pakar UMKM

4. Hasil Wawancara untuk Konsumen UMKM

a. Persepsi Konsumen mengenai UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif

Adapun hasil wawancara dengan Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“karena cita rasa dari produk lokal memiliki ciri khas berbeda dengan merek besar”.¹⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa alasan utama konsumen memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar karena memiliki cita rasa yang khas produk lokal berbeda dengan merek besar. Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Biasanya harga lebih murah tetapi cita rasa dapat bersaing dengan produk merek besar”.¹⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa alasan utama konsumen memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar karena harga yang lebih murah tetapi cita rasa berkualitas di banding merek besar. Selanjutnya hasil wawancara dengan Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Lebih ingin memajukan produk lokal khas daerah dibanding brand besar”.¹⁹²

¹⁹⁰ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

¹⁹¹ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Ingin mengembangkan produk lokal apalagi khas daerah sendiri dibanding merek besar”¹⁹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa alasan utama konsumen memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar karena konsumen ingin memajukan produk lokal khas daerah di banding merek besar lainnya. Selanjutnya hasil wawancara dengan Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Karena tempatnya bersih produknya berkualitas dan tahan lama”¹⁹⁴

Selanjutnya hasil wawancara dengan Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Karena kue Gambung itu cocok dijadikan cemilan saat minum kopi dan teh”¹⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa alasan memilih produk UMKM dibanding merek besar karena kualitas rasa dan bahan yang baik sehingga konsumen merasa puas. Selanjutnya hasil wawancara dengan Aca selaku

¹⁹² Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

¹⁹³ Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

¹⁹⁴ Wawancara Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli

¹⁹⁵ Wawancara Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli

konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Karena menurut saya dengan memilih produk lokal bisa membantu mempromosikan kue khas dari daerah kita”.¹⁹⁶

Selanjutnya hasil wawancara dengan Widya selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Karena rasanya enak”¹⁹⁷

Selanjutnya hasil wawancara dengan Trisnawati selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa alasan utama anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

“Karena kue Gambung adalah kue tradisional kue yang sangat lembut yang kedua juga bermacam rasa”.¹⁹⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa konsumen memilih produk UMKM karena cita rasa produk yang enak berebda dengan produk merek besar. Adapun hasil wawancara dengan Afnia selaku UMKM di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Memanfaatkan teknologi digital jadi konsumen lebih mudah menjangkau produk UMKM”.¹⁹⁹

¹⁹⁶ Wawancara Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli

¹⁹⁷ Wawancara Widya selaku konsumen di Kecamatan Suli

¹⁹⁸ Wawancara Trisnawati selaku konsumen di Kecamatan Suli

¹⁹⁹ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Lebih mudah menjangkau informasi produk karena adanya teknologi dan sosial media”²⁰⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa keunggulan yang konsumen rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif adalah lebih mudah menjangkau dan mengetahui informasi mengenai produk UMKM. Selanjutnya hasil wawancara dengan Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“banyak inovasi produk baru dan desain produk yang menarik”²⁰¹

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Kreatif dalam hal produk serta dapat bersaing dengan produk lainnya”²⁰²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa keunggulan yang konsumen rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif adalah inovasi produk yang baru dan desain produk yang menarik konsumen. Selanjutnya hasil wawancara dengan Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

²⁰⁰ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁰¹ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁰² Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

“Keunggulannya yaitu memanfaatkan teknologi digital jadi sebagai konsumen seperti saya lebih mudah menjangkau produk UMKM”²⁰³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa keunggulan yang konsumen rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif adalah produk yang kreatif yang dapat bersaing dengan produk lainnya dan lokasi mudah dijangkau. Selanjutnya hasil wawancara dengan Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Keunggulannya tidak hanya memiliki satu jenis kue saja”.²⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa konsumen merasakan keunggulan produk dari segi produk yang di perjual belikan beraneka macam sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Keunggulannya mungkin pada pemasaran sudah bisa melalui media sosial”.²⁰⁵

Selanjutnya hasil wawancara dengan Widya selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

²⁰³ Wawancara Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁰⁴ Wawancara Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁰⁵ Wawancara Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli

“Keunggulannya mungkin pada pemasaran di media sosial mereka memperkenalkan produk dari jenis sampai harga sehingga pelanggan seperti saya bisa langsung memilih sebelum ke toko kue Gambung”.²⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa keunggulan yang dirasakan konsumen adalah dengan adanya pemasaran online konsumen mendapatkan informasi mengenai detail produk dari segi harga dan jenis produk sehingga konsumen dapat mengetahuinya apabila ke toko offline. Selanjutnya hasil wawancara dengan Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa keunggulan yang anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

“Dengan desain yang menarik dapat memanfaatkan teknologi digital ekonomi kreatif dapat mendorong inovasi dan kreatifitas untuk memperluas peluang besar bagi UMKM”.²⁰⁷

Adapun hasil wawancara dengan Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

“Sudah sesuai karena ada harga ada kualitas. Harga produk mungkin lebih mahal karena pakai bahan baku yang berkualitas”.²⁰⁸

Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

“harga yang lebih mahal mungkin karena bahan baku yang digunakan berkualitas tinggi jadi harganya juga naik tetapi cita rasa produk juga enak”.²⁰⁹

²⁰⁶ Wawancara Widya selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁰⁷ Wawancara Mega selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁰⁸ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁰⁹ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan adalah sudah sesuai adanya harga dan kualitas sejalan. Apabila ada harga produk yang lebih tinggi maka kualitas produk dapat terjamin dari segi bahan, rasa dan tampilan. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

“Sesuai ada harga ada kualitas tetapi juga ada yang murah tapi kualitas rasa tetap enak”.²¹⁰

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

“Ada mahal tapi bahan yang berkualitas tetapi ada juga yang murah tapi kualitas dapat bersaing dengan produk yang memiliki harga lebih tinggi”.²¹¹

Selanjutnya hasil wawancara dengan Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

“Sangat sesuai”.²¹²

Selanjutnya hasil wawancara dengan Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

²¹⁰ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²¹¹ Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

²¹² Wawancara Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli

“sesuai”²¹³

Selanjutnya hasil wawancara dengan Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

“Menurut saya harga sudah sesuai dengan rasa”.²¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan adalah tetapi adapula produk UMKM yang memiliki harga murah tapi kualitas bahan dan rasa juga berkualitas.

b. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Adapun hasil wawancara dengan ibu Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“Beberapa UMKM memasarkan produk memakai media sosial seperti facebook dan sosial media lainnya jadi informasi produk UMKM lebih mudah di dapatkan seperti harga dan menunya”.²¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM adalah mudah mendapatkan informasi produk melalui sosail media berupa harga tiap menu dan produk apa saja yang tersedia. Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

²¹³ Wawancara Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli

²¹⁴ Wawancara Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli

²¹⁵ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

“Lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk baik itu yang ready atau yang habis, harga produk dan tutup bukanya usaha itu jadi konsumen dapat informasi tanpa datang langsung ke lokasi”.²¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM adalah mudah mendapatkan informasi produk melalui sosail media tanpa perlu datang ke lokasi usaha secara langsung. Efesien waktu dalam melakukan transaksi pembelian. Selanjutnya hasil wawancara dengan Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“Lebih mudah dapat informasi karena banyak yang menggunakan sosial media dalam mepromosi produk jadi konsumena tau harga dan produk baru dari usaha tersebut”.²¹⁷

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“Lebih mudah memasarkan produk jadi konsumen mudah untuk mengetahui produk tersebut melalui sosial media”.²¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM adalah mudah mendapatkan informasi produk melalui sosail media tanpa perlu datang ke lokasi usaha secara langsung. Adanya konsumen yang cenderung menggunakan sosial media dapat meningkatkan promosi UMKM melalui market place sosial media. Selanjutnya hasil wawancara

²¹⁶ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

²¹⁷ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²¹⁸ Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

dengan Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“sangat berpengaruh karena beberapa usahaku jamu memasarkan produknya melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp.”²¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM adalah mudah melakukan transaksi pembelian melalui pemesanan online

Selanjutnya hasil wawancara dengan Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“Sangat berpengaruh karena media sosial itu sudah menjadi tempat pemasaran untuk masyarakat yang mempunyai usaha”.²²⁰

Selanjutnya hasil wawancara dengan Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“Sosial media sangat berpengaruh dalam perkembangan setiap usaha kue gembung yang ada di kecamatan Suli Karena tanpa adanya sosial media orang yang jauh dari daerah kecamatan Suli bisa mengetahui adanya produk kue gembung khas dari Luwu”.²²¹

Selanjutnya hasil wawancara dengan Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

²¹⁹ Wawancara Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli

²²⁰ Wawancara Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli

²²¹ Wawancara Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli

“sangat berpengaruh karena media sosial sudah menjadi tempat penjualan setiap toko mau itu kue barang dan lain-lainnya”

Berdasarkan hasil wawancara di atas konsumen merasakan pengaruh adanya sosial media dalam pemasaran online sehingga masyarakat luas mengetahui produk yang dipasarkan UMKM. Selanjutnya hasil wawancara dengan Widya selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“sangat berpengaruh bagi saya apalagi kalau kita memasukkan ke media plafon jadi orang-orang bisa mengenal kue-kue tradisional yang ada di Sulawesi Selatan yang ada di kecamatan Suli karena banyak mobil yang membawa orang-orang yang ingin bepergian jauh jadi mereka mampir untuk membeli oleh-oleh.”²²²

Selanjutnya hasil wawancara dengan Mega selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

“Dengan desain yang menarik dapat memanfaatkan teknologi digital ekonomi kreatif dapat mendorong inovasi dan kreatifitas untuk memperluas peluang besar bagi UMKM”²²³

Adapun hasil wawancara dengan Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

“Iya karena inovasi produk baru membuat konsumen penasaran dengan rasa dan tampilannya sehingga tertarik untuk membeli”.²²⁴

²²² Wawancara Widya selaku konsumen di Kecamatan Suli

²²³ Wawancara Mega selaku konsumen di Kecamatan Suli

²²⁴ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui inovasi dalam produk UMKM dalam keputusan pembelian konsumen dengan adanya inovasi produk baru dapat menarik konsumen yang penasaran dengan produk tersebut karena belum dimiliki oleh penjual lain. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

“Iya karena adanya produk baru konsumen jadi tertarik mencoba dan tidak merasa bosan dengan menu yang itu itu saja”.²²⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui inovasi dalam produk UMKM dalam keputusan pembelian konsumen adanya inovasi produk baru sangat membantu menghindari kebosanan konsumen mengenai produk yang UMKM jual. Selanjutnya hasil wawancara dengan Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

“Iya banyaknya pesaing adanya inovasi produk baru menjadi pembeda dengan usaha lainnya”.²²⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui inovasi dalam produk UMKM dalam keputusan pembelian konsumen adanya inovasi produk baru membantu konsumen dalam membedakan produk dengan UMKM lainnya. Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

²²⁵ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

²²⁶ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

“Salah satunya adalah inovasi produk tetapi tidak terlepas dari kualitas produk dan kualitas pelayanan juga menjadi faktor”.²²⁷

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

“Jenis kuenya yang bermacam-macam jenis”.²²⁸

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

“Yaitu pada jenis-jenis kue yang beragam dan jenis rasa yang bermacam-macam”.²²⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa inovasi produk bukan menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen tetapi ada faktor penunjang lain seperti kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Widya selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

“Jenis kuenya mempunyai banyak jenis sehingga saya tertarik untuk membeli dan rasa yang enak”

Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Trisnawati selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

²²⁷Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

²²⁸Wawancara Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli

²²⁹Wawancara Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli

“Dari rasa yang memiliki banyak jenis sehingga banyak masyarakat tertarik”.²³⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa inovasi produk menjadi faktor dalam keputusan pembelian. Dengan adanya beragam jenis produk membuat konsumen banyak pilihan sehingga tidak bosan. Adapun hasil wawancara dengan Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Penting karena sertifikasi halal dan BPOM membuat konsumen merasa aman membeli produk tersebut”.²³¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM sangat penting bagi konsumen untuk menjamin keamanan konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Penting karena sertifikasi halal dan BPOM konsumen jadi merasa aman mengkonsumsi dan membelinya apalagi penduduk mayoritas muslim”.²³²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM sangat penting untuk konsumen yang beragama muslim menjamin kehalalan produk serta keamanan dari segi kesehatan bagi konsumen. Selanjutnya hasil wawancara

²³⁰ Wawancara Trisnawati selaku konsumen di Kecamatan Suli

²³¹ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²³² Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

dengan Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Penting karena adanya BPOM konsumen merasa aman dari kandungan berbahaya dan sertifikasi halal membuat konsumen yang beragama islam merasa aman untuk konsumsi”,²³³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM penting untuk menjamin produk tersebut aman dari bahan berbahaya dan untuk konsumen beragama muslim pentingnya sertifikat halal untuk menjamin kualitas produk. Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Penting karena dengan adanya legalitas dan surat surat lainnya berarti produk itu sudah di akui dan sudah aman untuk konsumen”.²³⁴

Selanjutnya hasil wawancara dengan Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Penting karena sertifikat halal dan BPOM membuat konsumen merasa aman membeli produk tersebut”.²³⁵

²³³ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²³⁴ Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

²³⁵ Wawancara Cita selaku konsumen di Kecamatan Suli

Selanjutnya hasil wawancara dengan Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Jelas sangat penting apalagi kita sebagai orang muslim”.²³⁶

Selanjutnya hasil wawancara dengan Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Itu sangat penting agar pelanggan tidak merasa takut membeli karena sudah mengetahui produk tersebut sudah halal dan BPOM”.²³⁷

Selanjutnya hasil wawancara dengan Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

“Sangat penting apalagi saya sebagai orang Islam harus menjamin kehalalan bahan pada pembuatan kue tersebut”.²³⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM penting untuk menjamin produk tersebut aman dari bahan berbahaya dan untuk konsumen

c. Saran untuk Pengembangan UMKM

Adapun hasil wawancara dengan ibu .. selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

²³⁶ Wawancara Riska selaku konsumen di Kecamatan Suli

²³⁷ Wawancara Aca selaku konsumen di Kecamatan Suli

²³⁸ Wawancara Widya selaku konsumen di Kecamatan

“Dari segi pelayanan dan upgrade produk baru agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ada”.²³⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa saran yang diberikan konsumen perlu diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen adalah mengupgrade produk terbaru untuk mengatasi kebosanan konsumen mengenai produk yang ada di usaha di UMKM. Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

“Inovasi produk baru dan tempat yang menarik sehingga konsumen tertarik untuk datang dan membeli di usaha tersebut”.²⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa saran yang diberikan konsumen perlu diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen adalah membuat tempat usaha lebih menarik karena selain penjualan melalui online juga banyak konsumen yang melakukan pembelian secara offline. Selanjutnya hasil wawancara dengan Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

“Sering membuat produk baru agar menjadi pencetus dibanding usaha pesaing”.²⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa saran yang diberikan konsumen perlu diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen adalah membuat produk baru lebih awal di banding pesaing.

²³⁹ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁴⁰ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁴¹ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

“Kemasan produk harus inovatif agar konsumen tertarik dan cara mempromosikan juga harus kreatif agar mudah dikenal masyarakat”.²⁴²

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa saran yang diberikan konsumen perlu diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen adalah kemasan yang kreatif sehingga menarik perhatian konsumen sebagai pembeda dengan produk pesaing.

Adapun hasil wawancara dengan Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai bagaimana anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

“Dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi saya rasa UMKM akan berkembang kedepannya apabila berinovasi”.²⁴³

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa menurut konsumen prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya dapat berkembang apabila UMKM mengikuti perkembangan zaman dan gterus berinovasi. Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai bagaimana anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

“Seiring perkembangan zaman dan banyaknya inovasi produk kedepan membuat UMKM lebih tertantang untuk berinovasi”.²⁴⁴

²⁴² Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁴³ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁴⁴ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kedepannya akan lebih menantang bagi perkembangan UMKM oleh karena itu UMKM harus mengikuti perkembangan teknologi dan trend agar tidak ketinggalan zaman. Selanjutnya hasil wawancara dengan Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai bagaimana anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

“Akan mudah berkembang apabila lebih kreatif dan mengikuti perkembangan teknologi digital”.²⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kedepannya akan lebih menantang bagi perkembangan UMKM oleh karena itu UMKM harus terus mengasah kreatifitasnya dalam mengembangkan produk dan usahanya agar tidak kalah dengan pesaing. Selanjutnya hasil wawancara dengan Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai bagaimana anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

“Akan berkembang dengan baik asalkan pelaku usaha juga ikut terus mempelajari perkembangan kedepannya”.²⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kedepannya Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kedepannya akan lebih menantang bagi perkembangan UMKM oleh karena itu UMKM harus terus mengasah kreatifitasnya dalam mengembangkan produk.

²⁴⁵ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁴⁶ Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

Adapun hasil wawancara dengan Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

“Membantu UMKM memperkenalkan produk lokal ke daerah lainnya”.²⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa harapan konsumen terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal adalah membantu UMKM dalam memperkenalkan produk lokal ke daerah lainnya agar lebih luas informasi produk lokal khas Kabupaten Luwu. Selanjutnya hasil wawancara dengan Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

“Membantu UMKM dalam segi bantuan modal dan promosi produk lokal”.²⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa harapan konsumen terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal adalah membantu dari segi bantuan modal usaha bagi UMKM dan mengenalkan produk UMKM kepada masyarakat luas baik lokal maupun masyarakat di luar daerah. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

“Memberi bantuan modal dan melakukan pelatihan terhadap UMKM agar mengikuti perkembangan zaman tidak gagap teknologi”.²⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa harapan konsumen terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal adalah membantu dari segi

²⁴⁷ Wawancara Afnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁴⁸ Wawancara Rasti selaku konsumen di Kecamatan Suli

²⁴⁹ Wawancara Linda Kurnia selaku konsumen di Kecamatan Suli

bantuan modal usaha bagi UMKM dan memberi pelatihan digital bagi UMKM agar lebih bisa mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif. Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli mengenai apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

“Rutin mengadakan event UMKM skala lokal maupun skala besar untuk memperkenalkan produk umkm lokal daerah kepada Masyarakat luar”.²⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa harapan konsumen terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal adalah rutin mengadakan event besar sehingga UMKM memiliki peluang dalam memperkenalkan produknya secara luas.

C. Pembahasan

1. Startegi pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu

a. Peningkatan Kapasitas SDM

Pelatihan keterampilan kreatif: Desain produk, pemasaran digital, fotografi produk, storytelling brand. Pelatihan manajemen usaha: Akuntansi dasar, manajemen produksi, dan pengelolaan keuangan. Inkubator bisnis kreatif: Menyediakan pendampingan dan mentoring dari pelaku industri kreatif.

b. Pemanfaatan Teknologi Digital

Digitalisasi usaha: Membantu UMKM masuk ke platform e-commerce dan media sosial. Pembuatan website & aplikasi sederhana: Untuk meningkatkan

²⁵⁰ Wawancara Ririn selaku konsumen di Kecamatan Suli

visibilitas dan akses pasar. Pemanfaatan AI & data analytics: Untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen.

c. Kolaborasi dan Kemitraan

Kerja sama dengan desainer, seniman, dan konten kreator: Meningkatkan nilai estetika dan branding. Kemitraan dengan perusahaan besar: Sebagai vendor atau mitra CSR. Cluster ekonomi kreatif: Membangun ekosistem antar pelaku UMKM untuk saling mendukung.

Dalam dunia bisnis dan manajemen rantai pasok (*supply chain management*), hubungan dengan supplier (pemasok) memiliki peranan yang sangat penting. Supplier adalah mitra bisnis yang menyediakan bahan baku, komponen, atau barang jadi yang menjadi bagian integral dari proses produksi dan pemasaran perusahaan. Hubungan yang baik dengan supplier adalah kunci untuk mencapai efisiensi, kehandalan, dan keberlanjutan rantai pasok.

Hubungan yang baik dengan supplier memastikan ketersediaan bahan baku dan barang jadi yang dibutuhkan untuk proses produksi atau pemasaran. Dengan hubungan yang kuat, perusahaan dapat memastikan pasokan yang lancar dan tepat waktu. Dengan menjaga hubungan yang baik, perusahaan dapat berkolaborasi dengan supplier untuk memastikan kualitas produk yang tinggi. Supplier yang berkomitmen untuk memberikan produk berkualitas akan mendukung keberhasilan perusahaan. Hubungan yang baik dengan supplier memungkinkan perusahaan untuk bernegosiasi secara lebih efektif dalam hal harga, kondisi pembayaran, dan persyaratan lainnya. Ini dapat membantu perusahaan mengurangi biaya dan meningkatkan profitabilitas.

d. Inovasi Produk dan Diversifikasi

Pengembangan produk unik dan lokal: Mengangkat budaya lokal sebagai kekuatan kreatif. *Co-creation* dengan konsumen: melibatkan pelanggan dalam proses inovasi produk. Diversifikasi pasar: ekspansi ke pasar ekspor melalui strategi kreatif branding.

Pengembangan produk adalah strategi untuk mengembangkan perusahaan dengan cara membuat produk yang lebih baik atau baru ke pasar yang dituju. Pengembangan produk terjadi pada produk fisik dan memastikan bahwa ide produk yang ada dapat dikonversi menjadi produk baru yang lebih baik daripada sebelumnya.

Kualitas adalah faktor pertama yang sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk. Produk dengan kualitas yang baik akan lebih dihargai oleh pelanggan, lebih dipercaya, dan memiliki daya tarik yang kuat di pasar. Dalam konteks pengembangan produk, kualitas berarti bagaimana produk tersebut memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan.

Kualitas produk dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti daya tahan, keandalan, kegunaan, dan kepuasan pengguna. Tim desain dan manufaktur bekerja sama untuk memastikan bahwa produk dibuat dengan standar yang tinggi, menggunakan bahan yang tepat, dan dirancang agar mudah digunakan. Ketika kualitas menjadi prioritas, UMKM juga menciptakan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai merek di mata konsumen

f. Akses Permodalan Kreatif

Crowdfunding dan pendanaan komunitas. Pembiayaan dari lembaga keuangan berbasis proyek kreatif. Insentif pemerintah untuk industri kreatif (hibah, *tax incentive*)

g. Pemasaran dan Branding Kreatif

Storytelling brand berbasis nilai budaya dan lokalitas. Kampanye digital yang menarik dan interaktif. Event kreatif (festival, pameran UMKM, pop-up market). Teknologi dan internet telah menjadi bagian yang lebih besar dari kehidupan masyarakat, strategi pemasaran telah berubah secara signifikan. Pemasaran online telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran inti untuk sebagian besar bisnis. Pemasaran online adalah jenis pemasaran yang melibatkan penggunaan sumber daya online untuk mempromosikan perusahaan, produk dan layanannya untuk menghasilkan arahan, mengarahkan *traffic*, dan meningkatkan penjualan. Pemasaran digital menggunakan platform digital untuk mendistribusikan pesan promosi dan iklan. Pemasaran internet adalah istilah luas yang mencakup alat atau strategi pemasaran apa pun yang mengandalkan keterlibatan dengan pengguna internet.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Riyanti Idayu, Mohammad Husni, Suhadi yang mengatakan bahwa strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan UMKM adalah UMKM perlu lebih memanfaatkan akses modal melalui perbankan atau instansi lain yang menawarkan program bunga lunak demi pengembangan usaha dalam bentuk pengembangan produk, pembaruan peralatan produksi, perluasan pasar, serta peningkatan kemampuan tenaga kerja melalui pelatihan. Pemerintah daerah perlu lebih mensosialisasikan program

pengembangan UMKM dan pembaruan regulasi yang mengatur kegiatan UMKM.²⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa UMKM di Kecamatan Suli yang menggunakan strategi di atas mengalami peningkatan pendapatan yang tergolong tinggi dengan rata-rata penghasilan di atas Rp>2.500.000 – Rp3.500.000 perbulan.

h. Regulasi dan Dukungan Pemerintah

Kemudahan izin usaha dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Penyediaan ruang kreatif dan *co-working space*. Program inkubasi dan akselerasi berbasis ekonomi kreatif. Pemerintah senantiasa berkomitmen mendorong percepatan pemulihan ekonomi nasional dengan tanggap atas berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat, mendorong stabilisasi harga, dan memperluas pembiayaan bagi para pelaku usaha. Berbagai upaya tersebut dilakukan untuk menstimulasi aktivitas usaha yang diharapkan bermuara pada pertumbuhan ekonomi.

Kolaborasi Pemerintah dan swasta sangat dirasakan manfaatnya oleh para pelaku UMKM. Melalui pembinaan, pelatihan, pembiayaan khususnya Kredit Usaha Rakyat (KUR), dan dukungan berbagai pihak menjadi sesuatu yang diperlukan oleh UMKM. Sehingga menjadi dorongan bagi pelaku UMKM untuk terus berkembang.

²⁵¹ Riyanthi Idayu, Mohamad Husni dan Suhandi. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten*. Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo. Vol. 7 (1).

2. Penghambat dan pendukung dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu

a. Faktor Pendukung

1) Kemudahan Bahan Baku

Peran bahan baku sangat penting dalam meningkatkan produktivitas perusahaan, sehingga persediaan bahan baku harus dipenuhi sesuai dengan kebutuhan usaha. Apabila persediaan bahan baku tidak tercukupi dengan baik, perusahaan manufaktur akan menghadapi kesulitan dalam menghasilkan produk dan memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu, untuk menjaga kelancaran proses produksi, penting untuk memastikan ketersediaan yang memadai dari bahan baku.

Dalam proses produksi, bahan baku berfungsi sebagai input utama yang akan diolah menjadi produk akhir. Kualitas dan ketersediaan bahan baku secara langsung mempengaruhi efisiensi produksi. Bahan baku berkualitas tinggi dapat menghasilkan produk akhir yang berkualitas, sedangkan bahan baku yang kurang baik dapat menurunkan kualitas produk dan efisiensi produksi. Selain itu, ketersediaan bahan baku yang stabil juga penting untuk menjaga kelancaran proses produksi.²⁵²

Dalam perencanaan suatu produk, apakah bahan yang digunakan mudah didapat atau tidak. Walaupun bahan yang direncanakan sudah cukup baik tetapi tidak didukung oleh persediaan dipasaran, maka perencanaan akan mengalami

²⁵² Kariyoto. (2018). Manajemen Keuangan Konsep & Implementasi (Vol. I). Malang: UB Press.

kesulitan atau masalah dikemudian hari karena hambatan bahan baku tersebut. Untuk itu harus terlebih dahulu mengetahui apakah bahan yang akan digunakan itu mempunyai komponen pengganti tersedia dipasaran.

Bahan baku UMKM di Kecamatan Suli yang di dominasi usaha kue tradisional berupa Gambung dan Bagea yang berbahan dasar sagu dan gula merah mudah mendapatkan bahan baku karena beberapa daerah di Kecamatan Suli memproduksi gula merah sehingga UMKM mudah mendapatkan bahan baku begitupun dengan sagu.

2) Kualitas bahan baku konsisten

Dalam perspektif ekonomi, bahan baku juga mempengaruhi daya saing perusahaan. Perusahaan yang mampu mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar. Selain itu, perusahaan yang mampu mengelola bahan baku dengan efisien juga akan memiliki daya saing yang lebih tinggi

Dalam setiap perencanaan, pemilihan komponen bahan baku merupakan faktor utama yang harus diperhatikan. Karena sebelum merencanakan terlebih dahulu diperhatikan dan diketahui jenis dan sifat bahan yang akan digunakan, misalnya tahan terhadap kusut, tahan terhadap cuaca dan lain-lain. Adapun tujuan pemilihan bahan baku, agar bahan yang digunakan untuk pembuatan produk dapat ditekan se-efisien mungkin di dalam penggunaannya dan selalu berdasarkan pada dasar kekuatan dan sumber pengadaannya. Supaya bahan baku dapat memenuhi

kriteria yang diharapkan, juga perlu diperhitungkan adanya beban yang terjadi pada bahan baku tersebut.²⁵³

Suatu bahan yang diperoleh dari alam atau pemasok yang telah teruji kualitasnya sehingga dapat digunakan sebagai bahan utama dalam proses produksi agar menghasilkan produk jadi yang berkualitas dan berdayaguna tinggi. Kualitas bahan yang digunakan UMKM di Kecamatan Suli konsisten untuk menjaga rasa dari produk yang dihasilkan. Kualitas sagu yang baik akan menunjang produk kue yang dihasilkan sehingga konsisten.

3) Menerima Pesanan

UMKM di Kecamatan Suli yang dominan usaha kue tradisional mereka juga menggunakan sistem menerima pesanan untuk acara maupun oleh-oleh tradisional bagi yang berkunjung ke daerah. Biasanya pesanan banyak ketika waktu arus balik dan arus mudik sehingga banyak konsumen yang memesan untuk di bawa ke luar kota.

b. Faktor Penghambat

1) Peralatan produksi masih sederhana

Teknologi modern sedikit demi sedikit mulai menggantikan peranan teknologi tradisional. Dengan sendirinya peralatan yang digunakan untuk mengembangkan perekonomian mengalami perkembangan pula, baik ditinjau dari segi bahan, kualitas maupun kuantitas. Di sini terlihat adanya tingkat

²⁵³ Dewi Suryani Purba, dkk. (2021). *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah* (Vol. I). Yayasan Kita Menulis.

perkembangan teknologi mulai dari tingkat sederhana, madya sampai yang modern.²⁵⁴

Peralatan industri adalah komponen penting dalam proses produksi di berbagai industri. Jenis peralatan industri yang berbeda memiliki fungsi masing-masing yang penting untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Saat memilih peralatan industri, tujuan dan fungsi peralatan, kualitas dan daya tahan, harga, kemudahan penggunaan dan perawatan, serta dukungan teknis yang disediakan oleh perusahaan. Dengan memilih peralatan industri yang tepat, bisnis Anda dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam proses produksi.

Alat produksi yang digunakan masih sederhana sehingga kapasitas produksi yang terbatas, yang membatasi kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar yang besar. Salah satu alat produksi yang masih sederhana adalah oven pembuatan kue yang masih sederhana tidak menggunakan oven skala besar sehingga produksi tidak maksimal.

2) Tidak memiliki merek yang di patenkan

Untuk melindungi identitas bisnis yang digunakan untuk membedakan produk atau layanan dari pesaing dan mencegah orang lain menggunakan tanda identitas yang sama atau serupa amaka perlunya sebuah merek pada sebuah produk. Banyaknya UMKM yang memiliki usaha yang sejenis sehingga merek

²⁵⁴ Desiyanti, R. (2020). Financial Literacy on Business Performance: The Moderating Effect of Religiosity Among SMEs In Sumatera, Indonesia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(2)

yang di patenkan sangat penting. UMKM di Kecamatan Suli masih minim pengetahuan mengenai hal itu.²⁵⁵

Desain produk merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh UMKM dalam mengantisipasi persaingan yang semakin tajam, untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, serta untuk mendapatkan hasil atau keuntungan dari penjualan produk sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Desain produk dapat didefinisikan sebagai generasi ide, pengembangan konsep, pengujian dan pelaksanaan manufaktur (objek fisik) atau jasa. Secara tidak langsung Desain produk merupakan alat promosi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan memperoleh kepuasan terhadap produk yang dibelinya dilihat dari bentuk, ukuran, warna, maupun bahan pembuatannya. Desain produk dilengkapi dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk membawa produk dari konsepsi ke pasar.

Desain produk yang baik akan dapat meningkatkan jumlah dan harga jual dari produk, sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Akan tetapi, desain produk yang gagal mengakibatkan produk tidak terjual. Hal ini, akan menimbulkan kerugian tidak hanya dibidang desain saja, bidang yang lain pun akan terkena pengaruhnya.

3) Tidak memiliki tim pemasaran

Tim marketing yang baik bukan hanya terdiri dari orang-orang dengan keterampilan yang tepat, tetapi juga yang memiliki koordinasi, komunikasi, dan visi yang sejalan. Tim ini bertanggung jawab untuk merencanakan, mengeksekusi,

²⁵⁵ Abdurohim, Dindin. (2021). *Pengembangan UMKM Kebijakan, Strategi, Digital Marketing Dan Model Bisnis UMKM* (Vol. I). Bandung: PT Refika Aditama.

dan menganalisis kampanye pemasaran yang bertujuan menarik pelanggan baru, mempertahankan yang sudah ada, dan mendorong penjualan. Tanpa tim yang efektif, bisnis akan kesulitan bersaing di tengah perubahan tren dan persaingan pasar yang semakin ketat.²⁵⁶

UMKM di Kecamatan Suli tidak memiliki tim pemasaran karena mereka hanya memasarkan produk melalui sticker informasi pada kemasan produk yang mereka jual berupa nomor telepon dan alamat. Hal ini menjadi kelemahan dalam memasarkan produk karena kurangnya upaya dalam pemasaran karena kurangnya pengetahuan pengusaha dalam membuat tim pemasaran produk

Dalam kehidupan masyarakat modern seperti saat ini berbagai jenis kegiatan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik secara individu maupun berkelompok, dalam dunia bisnis setiap kegiatan memiliki orientasi dalam hal pengembangan yang nantinya akan menghasilkan output sesuai dengan rencana awal yang telah ditetapkan namun hal ini dapat tercapai apabila dibarengi dengan pengelolaan dan sumber daya manusia yang memadai.²⁵⁷

Penelitian ini sejalan dengan Soegihartono tertuju pada Usaha Ardani Indonesia yang berlokasi di Jl. Sadewa 7 No. 3 Kota Semarang. Faktor-faktor pendukung keberhasilan usaha dari hasil penelitian yaitu kualitas produk, pelayanan yang baik, harga, produk yang sesuai dengan kebutuhan dan pemasaran yang baik. Faktor yang kedua yaitu faktor-faktor yang menghambat keberhasilan usaha yaitu merek, citra dan bahan baku, modal, produk. Dan yang ketiga, cara

²⁵⁶ Absah Y, F. B. K. Q. I. & M. Y. C. (2016). *Strategi Keunggulan Bersaing UMKM*. USU Press.

²⁵⁷ Hendra Safri, "Manajemen Dan Organisasi Dalam Pandangan Islam". *Journal of Islamic Education Management* Vol.2, No.2 Oktober 2017, Hal 153 - 166 ISSN : 2548 – 4052

cara mempertahankan usaha yaitu meningkatkan kualitas dan menjaga kualitas produk, lokasi usaha, menambah model, promosi dan lain-lain.²⁵⁸

²⁵⁸ Soegihartono, “Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia Sebagai UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif”, (2020)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pengembangan Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu adalah: peningkatan kapasitas sdm, pemanfaatan teknologi digital, kolaborasi dan kemitraan, inovasi produk dan diversifikasi, akses permodalan kreatif, pemasaran dan branding kreatif, regulasi dan dukungan pemerintah. Faktor pendukung dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu yaitu:

Adapun faktor pendukung pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kecamatan Suli kabupaten Luwu yaitu bahan baku mudah di peroleh, kualitas bahan baku konsisten, menerima pesanan. Adapun Faktor penghambat pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu yaitu: Peralatan produksi masih sederhana, Tidak memiliki merek yang di patenkan, Tidak memiliki tim pemasaraan.

B. Saran

1. Untuk UMKM meningkatkan kualitas dan pemasaran produk untuk meningkatkan pendapatan
2. Untuk pemerintah mengoptimisasi program dari sektor UMKM untuk meningkatkan potensi UMKM daerah
3. Untuk peneliti selanjutnya membahas lebih luas UMKM sektor lain serta faktor-faktor lain yang menunjang pengembangan UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Pirol et al., Pedoman Skripsi, dan Artikel Ilmiah, (Palopo: IAIN Palopo, 2019). h,251
- Adi putra, Hasan Basri, “Representasi Kehidupan Sosial Ekonomi pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dikawasan Objek Wisata Percandian Muaro Jambi-Provinsi Jambi” *Jurnal Bisnis. Manajemen dan Perbankan* Vol. 5, No.1(04 Maret 2019): 4. <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/JBMP/article/view/2036>
- Adya Hermawati, Rahayu Puji Suci, Suhermin, Dan Kartika Dewi, Pendekatan Analisis Swot Salah Satu Strategi Membangun Kinerja UMKM, (Converence On Innvation And Applicasion Of Science And Teknologi, Universitas Idyagama Malang, (2019) h.30.
- Aj kristian “strategi dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)” (2022) HAL 17-18
- Amirullah, Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015) h.4
- Amirullah, Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015)h. 5-6
- Andri Priadi dkk., “Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa di Kelurahan Rempoa,” *ABDI LAKSANA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 3 (2020): 356.
- Bawamenewi, “Indikator-Indikator Peningkatan Pendapatan”, (Jakarta Utra 2019),11
- BN. Marbun, Kamus Manajemen, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 230
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 185
- Desta Ovilini*, Gabrella Sabattin, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Kapuas Hulu”, (2022) Hal 40
- Fitroh, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan” 2019 hal 8

- Gojali Supiandi, Adji Widodo, Yhonanda Harsono, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Ekonomi Kreatif di Koperasi Gerai Lengkong Tangerang Selatan “(2022) Vol.2 Hal 1
- Handayani dan Aprilian, “ Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu, (2019)
- Haryono, Fania D. Saharani “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor “Nya’Oemi” dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat ,vol 3 2023, hal 68
- Haryono, Fania D. Saharani “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor “Nya’Oemi” dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat ,vol 3 2023, hal 68
- Hendra Safri, “Manajemen Dan Organisasi Dalam Pandangan Islam”. *Journal of Islamic Education Management* Vol.2, No.2 Oktober 2017, Hal 153 - 166
ISSN : 2548 – 4052
- Hikma,”Tafsir Quran Surat Sad Ayat 27”, <https://www.detik.com/hikmah/quran-online/sad/tafsir-ayat-27>, diakses kamis 13 juni 2024
- Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai
- Mari Elka Pangestu, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*),(Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014),17.
- Maria Elka Pangestu, *Ekonomi kreatif: Kekuatan baru Indonesia Menuju 2025*),(Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI,2014), 18.
- Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan danKebutuhan.* (Jakarta:Rajawali Pers,2010)
- M. Ikhsan Purnama, “Peran Etika Bisnis Islam Pada Industri Rumahan Sebagai Pedoman Usaha”. *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* Maret, Vol.4, No. 1 <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/index>
- Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.
- Riyanti Idayu, Mohammad Husni, Suhadi ” Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nempol Kecamatan Mandawalangi Kbuupaten Mandeglang Banten,” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 7, no.1 (2021)

- Rukin, Metodologi Penelitian Kualitatif (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia 2019). 6
- Seri Murni dan Reka, “judul Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam“ Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie(2020).
- Seri Murni dan Rekha, “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie),” JIMEBIS 2, no. 1 (2021): 35
- Tadjuddin, Nur Mayasari, “Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo”, *Journal of Islamic Management and Bussines* (2019) Vol. 2, No. 1
- Rukin “Metodologi Penelitian Kualitatif” (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia 2019). 6
- Soegihartono, “Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia Sebagai UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif”, (2020)
- Soemarso Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat (2009, hal.54)
- Undang-undang Republik Indonesia No. 2 tahun 2008, tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Pasal 1 ayat 1-3.
- Nenny Ika Putri Simarmata, Abdurrozaq Hasibuan, Imam Rofiki, Sukarman Purba, Tasnim Tasnim, Efbertias Sitorus, Hery Pandapotan Silitonga, Eko Sutrisno, Bonaraj aPurba, Ritnawati Makbul, Efendi Sianturi, Erniati Bachtiar, Tuti Agustin, Edi Surya Negara, Janner Simarmata, *Metode Penelitian Untuk Perguruan Tinggi*, (Cet I; Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). 6-7
- Umma Sekaran, Roger Biugie, Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6 (Jakarta Selatan:Salembah Empat,2019),132
- El idawaty Purba, Bonaraja Purba, Ahmad Syafii, Fastabiqul Khairat, Darwin Damanik, Valentine Siagian, Ari Mulianta Ginting, Hery Pandapotan Silitonga, Nurma Fitrianna, Arfandi SN, Revi Emanda, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Cet I; Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). 86-87.

LAMPIRAN

Lampiran Surat Izin Meneliti

**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU**
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jln. Jend. Sudirman, Kelurahan Bonga, Kecamatan Belopa, Kab. Luwu, Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 0748/PENELITIAN/03.01/DPMPSTSP/01/2024 Kepada : Yth. Camat Suli
Lamp : - di -
Sifat : Biasa Tempat :
Perihal : Izin Penelitian

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo : B 450/In 15/FEBI/HM.01/08/2024 tanggal 04 Oktober 2024 tentang permohonan Izin Penelitian. Dengan ini disampaikan kepada saudara (l) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Respa
Tempat/Tgl Lahir : Pangkajene / 15 Mei 2002
Nim : 2004020165
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Dsn. Pangkajene
Desa Botta
Kecamatan Suli

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (l) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENEGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU

Yang akan dilaksanakan di **KECAMATAN SULI**, pada tanggal **18 November 2024 s/d 18 Desember 2024**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.


1207419315000886



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
Pada tanggal : 18 November 2024
Kepala Dinas 

Drs. MUHAMMAD RUDI, M.Si
Pangkat : Pembina Utama Muda IV/c
NIP : 19740411-199302 1 002

Terselasa

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa.
2. Kepala Kembangsi dan Linmas Kab. Luwu di Belopa.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
4. Mahasiswa (l) Respa.
5. Anip.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: Rahmawati

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 54 Tahun

Jenis Usaha: UMKM penjual kue

Lama Usaha Berjalan: 7 tahun

Jumlah Karyawan: tidak ada

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): lokal

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : dulu saya itu hanya berjualan Ketika ada pesanan saja dan titip di took atau warung tapi melihat perkembangan zaman ekonomi kreatif menggunakan internet dan digital saya memberanikan diri untuk membuat usaha ini

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban : kemasan dan label yang berbeda serta mempertahankan cita rasa. Saya juga berinovasi membuat produk dengan berbagai cita rasa yang baru di banding pesaing

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jwaban : saya aktif menggunakan sosial media dalam hal pemasaran. Menjaga kualitas produk dan pelayanan di toko offline

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban : ya saya menggunakan teknologi digital seperti sosial media untuk membagikan konten produk dan pengantaran produk di platform Draiv Belopa karena disini belum ada gojek atau grab

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban : ada program dari pemerintah tapi belum saya ikuti karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban : Kendala utama saya yaitu persaingan ketat dengan toko-toko besar

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : bekerja sama dengan beberapa tempat oleh-oleh dalam penjualan produk

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban : saya tidak tau masalah kebijakan atau regulasi

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban : adanya dukungan dari keluarga membantu dalam menjalankan usaha serta dukungan pemerintah yang sering mengadakan event besar sehingga kesempatan memperkenalkan produk bisa saya lakukan

10. apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

Jawaban : untuk saat ini saya hanya kemitraan dengan toko oleh-oleh yang besar untuk menitipkan produk saya agar lebih dikenal di daerah lain

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

Jawaban : sangat membantu memasarkan produk karena kases informasi yang cepat menyebar melalui media sosial

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

Jawaban : dampaknya sangat baik.

13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

Jawaban : sangat berkontribusi

14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : sebelumnya pendapatan begitu-begitu saja tidak berkembang karena produk tidak dikenal orang sekarang karena media informasi yang cepat produk sudah mulai dikenal orang sehingga pendapatan meningkat

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

Jawaban : saya selalu melakukan pengawasan dan melakukan evaluasi untuk mengatasi kendala agar perkembangan usaha terus meningkat

16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

Jawaban : rencananya mau daftarkan tool dan produk di market place yang lebih besar seperti tiktok shop dan shoope melihat perkembangannya sekarang konsumen banyak menggunakan itu

17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : selalu berusaha belajar dan mengupdate trend yang ada

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: Herlina

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 46 Tahun

Jenis Usaha: UMKM penjual kue

Lama Usaha Berjalan: 5 tahun

Jumlah Karyawan: tidak ada

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): lokal

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : awalnya saya hanya berjualan di pasar seiring perkembangan teknologi saya mulai mengubah konsep usaha agar lebih berkembang

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban : saya berinovasi produk baru yang berbeda dari pesaing terus saya menambahkan label usaha sebagai penanda bahwa itu produk saya

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jwaban : Untuk menunjang kepuasan konsumen saya rutin promosi online serta mendaftarkan produk di aplikasi drive karena untuk di Luwu sendiri belum ada Grab dan Gojek yang masuk untuk pelayanan delivery

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban : saya mempromosikan usaha dan produk saya menggunakan teknologi digital seperti sosial media

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban : belum ada program saya hanya belajar melalui sosial media

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban : Kurangnya literasi media seperti membuat konten kreatif mengenai usaha dan produk saya belum terlalu paham cara mengedit untuk pemasaran yang maksimal

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Merekrut karyawan yang mampu di bidang tersebut seperti mengedit dan buat konten pemasaran di sosial media

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban : Saya rasa tidak ada

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban : Tentunya keluarga mendukung dan membantu kemudian pemerintah juga mendukung sering bikin acara besar jadi kesempatan untuk menjual produk

10. Apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

Jawaban : Untuk saat ini belum ada kemitraan atau kerjasama

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

Jawaban Sangat membantu memasarkan dan memperkenalkan produk secara luas

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

Jawaban : Dampaknya dengan rajin memposting di sosial media mengenai produk jadi masyarakat tau akan produk saya dan datang membelinya pendapatan meningkat

13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

Jawaban : Membuka lapangan pekerjaan bagi keluarga dan masyarakat sekitar yang memiliki kemampuan sesuai dengan usaha saya

14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : Sebelumnya usaha saya kurang dikenal apalagi banyak produk pesaing setelah memasarkan secara online dan update informasi usaha saya berkembang dan pendapatan meningkat

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

Jawaban : Saya selalu bertanya kepada karyawan apakah ada kendala apabila ada segera di evaluasi segera mungkin dan saya rutin melakukan pengawasan juga

16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

Jawaban : Rencananya mau punya toko online dan kalau bisa bekerja sama dengan toko besar seperti indomaret atau alfamidi untuk penjualan produk tentunya diiringi dengan perubahan packaging agar lebih aman dan menarik

17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : Selalu belajar mengikuti perkembangan zaman agar usaha juga berkembang tidak ketinggalan

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUW.**

Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: Jumriana

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 39 Tahun

Jenis Usaha: menjual kue tradisional (kue Gambung)

Lama Usaha Berjalan: 9 tahun

Jumlah Karyawan: 15-16 orang

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): lokal

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : saya hanya mengikuti perkembangan zaman dan trend yang ada di kalangan masyarakat

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban : dari segi produk yang berbeda sehingga harus terus berinovasi membuat produk baru yang berbeda dengan lainnya serta cita rasa yang khas

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jwaban : Menjaga kualitas baik dari segi bahan dan rasa serta memperbaiki tampilan produk agar lebih menarik

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban : saya menggunakan teknologi digital dengan melakukan pemasaran di media sosial baik itu facebook dan instagram

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban : saya pernah mengikuti pendampingan umkm di desa yang dilakukan oleh pemerintah

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban : Dari segi pemasaran perlu lebih belajar lagi mengenai marketing yang inovatif agar konsumen tertarik membeli produk

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : saya belajar dari internet, nonton youtube dan konten mengenai digital marketing yang efisien menarik konsumen

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban : Saya rasa tidak ada hanya bila ada kebijakan baru dari pemerintah perlu adaptasi lagi

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban : Adanya bantuan dari pemerintah. Saya mendapatkan bantuan modal bagi UMKM di Kabupaten Luwu yang sangat membantu saya dalam pengembangan usaha

10. Apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

Jawaban : Untuk saat ini belum ada kemitraan atau kerja sama dengan pihak lain

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

Jawaban : Sangat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen serta informasi lokasi mengenai toko offline kami bagi yang mau membeli secara langsung

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

Jawaban : Dengan adanya strategi marketing membuat pendapatan bertambah karena produk lebih banyak dikenal masyarakat

13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

Jawaban : alhamdulillah beberapa tetangga dan keluarga juga menjadi karyawan disini jadi membantu mengurangi pengangguran

14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : sebelumnya pendapatan saya menurut pasca covid dulu setelah belajar cari tau bagaimana supaya bisa bangkit jadi sekarang perlahan mulai stabil meskipun kadang naik turun tapi pendapatan lebih meningkat dibandingkan dulu karena pemasaran yang efektif

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

Jawaban : setiap akhir bulan saya evaluasi usaha dan karyawan apakah mines atau tidak jadi apabila ada kekurangan bisa diantisipasi di bulan berikutnya

16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

Jawaban : rencananya mau punya toko di beberapa market place seperti shopee atau tokopedia biar orang luar daerah juga dapat merasakan beberapa produk yang tentunya aman untuk pengiriman dan dikonsumsi luar daerah

17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : selalu menggali ide kreatif agar tidak ketinggalan zaman

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN
SULI KABUPATEN LUWU**

1. Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: Sitti

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 60 Tahun

Jenis Usaha: UMKM penjual kue

Lama Usaha Berjalan: 10 Tahun

Jumlah Karyawan : 2 orang

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): Lokal

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : seiring perkembangan yang ada sekarang mengharuskan pelaku usaha untuk kreatif dalam menjalankan usahanya

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban : tentunya dengan terus melakukan inovasi produk baru yang berbeda dengan pesaing serta menjaga kualitas rasa dan tampilan

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jwaban : Menjaga kualitas bahan serta dari segi pelayanan lebih ditingkatkan agar konsumen merasa puas

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban : Saya menggunakan teknologi digital dalam hal pemasaran produk di beberapa media sosial. Serta pembayaran juga menggunakan beberapa aplikasi digital. Mesin kasir juga diformulasi dengan menggunakan struk belanja

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban : untuk saat ini saya belum pernah mengikuti pendampingan usaha karena saya belajar otodidak hanya belajar melalui media sosial untuk melihat sesuatu yang trend

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban : Kendala utama saya adalah modal karena rencana untuk membuka cabang serta kenaikan harga bahan yang terus meningkat”.

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : mengambil pembiayaan di Lembaga keuangan syariah agar lebih ringan dan bekerja sama dengan penyedia bahan baku yang murah tapi kualitas terjamin

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban : Saya rasa tidak ada karena bila ada kebijakan baru biasanya pemerintah melakukan sosialisasi

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban : Adanya bantuan dari pemerintah yang sering mengadakan pameran UMKM pada waktu-waktu tertentu seperti hari jadi Kota Belopa atau Luwu. Kadang juga ada event besar seperti baru ini kan pilkada ada kampanye akbar jadi kesempatan menjual produk saat kampanye bikin stand penjualan

10. Apakah ada kemitraan atau kolaborasi dengan pihak lain yang mendukung usaha Anda?

Jawaban: Belum ada sampai saat ini karena masih berdiri sendiri

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?
Jawaban : sangat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen secara luas

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?
Jawaban : Dengan adanya strategi pengembangan pendapatan meningkat serta pelanggan juga bertambah seiring waktu yang melakukan repeat order
13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?
Jawaban : Alhamdulillah beberapa tetangga dan keluarga juga menjadi karyawan disini jadi membantu mengurangi pengangguran”.
14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?
Jawaban : Sebelumnya pendapatan saya menurun pas covid dulu setelah belajar cari tau bagaimana supaya bisa bangkit jadi sekarang perlahan mulai stabil meskipun kadang naik turun tapi pendapatan lebih meningkat dibandingkan dulu karena pemasaran yang efektif

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?
Jawaban : setiap bulan saya selalu merekap dan diskusi Bersama karyawan saya mengenai kendala atau perkembangan usaha saya
16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?
Jawaban : Rencananya mau punya toko di beberapa market place seperti shoope atau tokopedia biar orang luar daerah juga dapat merasakan beberapa produk yang tentunya aman untuk pengiriman dan dikonsumsi luar daerah
17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?
Jawaban : Selalu menggali ide kreatif agar tidak ketinggalan zaman

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU

Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: Nike Ariani

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 24 Tahun

Jenis Usaha: UMKM penjual kue

Lama Usaha Berjalan: 9 Tahun

Jumlah Karyawan: 2 orang

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): lokal

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : awalnya jualan di pasar dari rumah ke rumah sudah banyak yang mengenal produk saya

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban : Sebenarnya jualan semua sama cuman bagian isian produknya yang membedakan memiliki varian isian yang berbeda

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jwaban : Dari segi lokasi toko kemudian membuat rasa yang berbeda biar bisa lebih berkembang kedepannya. Kalau ada inovasi baru kita coba dan kembangkan lagi produknya.

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban : Saya biasa menggunakan aplikasi Whatsapp dan sosial media lainnya karena di produk terdapat informasi pemesanan melalui sosial media kami

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban : belum ada

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban : Kendala utama saya yaitu banyaknya pesaing dengan produk yang sejenis di sekitaran Kecamatan Suli

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Selalu berinovasi membuat produk baru yang belum dimiliki pesaing

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban : Tidak ada untuk sekarang

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban : Adanya dukungan dari keluarga dan pemerintah dalam membantu UMKM

10. apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

Jawaban : Untuk saat ini belum ada kemitraan hanya kerjasama dengan pemasok bahan baku dengan masyarakat lokal seperti gula merah

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

Jawaban : Sangat membantu memasarkan produk, dengan adanya pemasaran di sosial media kami biasanya mendapat pesanan online untuk kue-kue bila ada acara

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

Jawaban : alhamdulillah berkembang

13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

Jawaban : Alhamdulillah membuka lapangan pekerjaan bagi keluarga maupun tetangga. Ada yang bekerja sebagai kasir maupun bagian dapur

14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : Sebelumnya karena masih gaptek belum tau ini itu jadi usaha saya masih kurang berkembang setelah mempelajari dan menerapkan ekonomi kreatif terjadi peningkatan pendapatan

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

Jawaban : memperluas Kembali tempat jualan

16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

Jawaban : Rencananya mau mengganti packaging produk biar lebih menarik dan dapat dikirimm ke luar kota lebih aman

17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : Selalu berinovasi dan belajar mengikuti trend di masyarakat agar selalu update

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN
SULI KABUPATEN LUWU**

1 Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: Riska

Jenis Kelamin: perempuan

Usia: 29

Jenis Usaha: menjual kue khas luwu (kue Gambung)

Lama Usaha Berjalan: 3 tahun

Jumlah Karyawan: 4 orang

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): buntusiapa

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: inspirasinya selain bahan-bahan yang mudah didapatkan peminatnya juga banyak usaha ini termasuk turun temurun dari orang tua.

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban; rasa duriannya banyak dan tekstur yang lembut.

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jawaban: fokus pada pasar, mengembangkan resep unik, presentasi yang menarik.

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban: Iya, cara penerapannya menjaga etika privasi dan keamanan dalam berinteraksi dengan menggunakan metode pembayaran dompet digital

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban: tidak ada

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban: Adanya musiman pembeli kadang kalau mendekati hari-hari besar ramai kadang juga sepi. Jadi perlu memaksimalkan pemasaran

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban: Berusaha untuk memutar hasil penjualan yang kadang sepi agar terjadi keberlangsungan usaha secara terus menerus serta meningkatkan pemasaran

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban; Saya tidak terlalu tau perosalan itu

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban: Dukungan keluarga tentunya yang membantu memasarkan ke keluarga lain atau teman kerjanya mengenai produk kami

10. Apakah ada kemitraan atau kolaborasi dengan pihak lain yang mendukung usaha Anda?

Jawaban; Tidak ada hanya sendiri saja

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

Jawaban: Sangat berperan karena meningkatkan penjualan dan pendapatan

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

Jawaban: Alhamdulillah berkembang dengan volume penjual meningkat

13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

Jawaban: Dengan adanya usaha saya bisa memperkerjakan keluarga maupun tetangga. Yang pintar memasak bisa di bagian dapur produksi kue, ada juga yang bagian susun produk di rak etalase

14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: Sebelumnya hanya menjual di toko saja pembeli datang secara langsung sekarang sudah bisa menerima pesanan secara online jadi meningkat penjualan

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

Jawaban : Mempertimbangkan konsistensi strategi, kesesuaian dengan lingkungan pasar pengukuran kinerja.

16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

Jawaban: Mempertahankan dari segi kualitas rasa agar pelanggan tetap repeat order

17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: Menjaga kualitas produk dan memperhatikan kepuasan konsumen

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: Hj. Nadera

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 49 Tahun

Jenis Usaha: UMKM penjual kue

Lama Usaha Berjalan: 10 Tahun

Jumlah Karyawan: 18 orang

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): lokal

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : ingin meningkatkan ekonomi

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban : rasanya yang berbeda

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jawaban : belum

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban : melalui whatsapp dan pembayara qris menerima pesanan online

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban : ada

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban : sampai saat ini belum ada masalah

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : memaksimalkan produksi

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban : pajak

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban : banyaknya pembeli yang mencari oleh-oleh khas Luwu

10. apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

Jawaban : untuk saat ini belum ada hanya sendiri

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

Jawaban : sangat berperan memasarkan produk dan pembeli membantu mengenalkan produk

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

Jawaban : memperbanyak display pajangan produk agar konsumen tertarik membeli jenis-jenis produk

13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

Jawaban : membuka lapangan kerja bagi orang lain dan menginspirasi orang untuk membuka usaha dan membantu perekonomian keluarga dalam menyekolahkan anak

14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : sangat berkembang bisa sampai 100%

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

Jawaban : selalu memperhatikan kualitas produk, meningkatkan fasilitas pelayanan toko offline

16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

Jawaban : membuat toko lebih modern seperti mknimarket dan lebih besar

17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : disiplin dan mengedepankan kualitas produk

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Pelaku UMKM

Tujuan: Menggali strategi pengembangan usaha, hambatan, faktor pendukung, serta dampak ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan.

A. Identitas Responden

Nama: syahid

Jenis Kelamin: laki laki

Usia: 29 tahun

Jenis Usaha: UMKM tokoh oleh"

Lama Usaha Berjalan: 8 tahun

Jumlah Karyawan: 9 orang

Wilayah Pemasaran (Lokal/Nasional/Internasional): di kecamatan Suli dan di luar kota

B. Strategi Pengembangan UMKM

1. Apa yang menginspirasi Anda untuk memulai usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : ada dua faktor yang kurangnya penjual dan penyedia penjual kue tradisional khususnya kecamatan suli dan saya mau mengangkat nama kue tradisional khas daerah ini

2. Bagaimana strategi yang Anda gunakan untuk membedakan produk/jasa Anda dari pesaing?

Jawaban : Memakai simbol abjad dan angka dan saya pasarkan online ataupun offline

3. Bagaimana cara Anda mengembangkan inovasi dalam produk atau jasa?

Jwaban : Pasang papan nama dan kita pasarkan di sosial media Facebook WhatsApp Instagram dan Tik tok

4. Apakah Anda menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Jawaban : ya saya menggunakan teknologi digital sosail media dalam pemasaran serta media pembyaran menggunakana qris

5. Apakah ada program pendampingan atau pelatihan yang membantu pengembangan usaha Anda?

Jawaban : sampai saat ini belum ada

C. Kendala dan Hambatan

6. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam mengembangkan usaha? (Modal, pemasaran, SDM, regulasi, dll.)

Jawaban : bahan baku dan pelatihan untuk pembuatan website pemasaran di sosial media

7. Bagaimana Anda mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Belajar online

8. Apakah ada kebijakan atau regulasi yang menghambat usaha Anda?

Jawaban : tidak ada

D. Faktor Pendukung

9. Apa faktor utama yang membantu keberlanjutan usaha Anda? (Dukungan keluarga, komunitas, pemerintah, dll.)

Jawaban : kerjasama dengan beberapa pengusaha yang memiliki toko kita paskan juga jadi sistem reseller

10. apakah anda menjalin kerja sama atau kemitraan?

Jawaban : ada saya kerja sama dengan beberapa tokoh oleh-oleh di kabupaten lain contohnya di siwa di palopo dan di makassar.

11. Bagaimana peran media sosial dan digital marketing dalam usaha Anda?

Jawaban : sangat membantu dari segi pemasaran maupun lainnya.

E. Dampak terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan

12. Bagaimana dampak strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan Anda?

Jawaban : tergantung semakin kita rajin memposting di social media jadi tingkat pemasaran kita meningkat

13. Seberapa besar usaha ini berkontribusi terhadap ekonomi keluarga atau masyarakat sekitar?

Jawaban : untuk saya pribadi sangat bagus menjadi salah satu penghasilan pasif saya, untuk warga dan masyarakat sekitar sangat membantu juga karena bisa bekerja bersama kami.

14. Bagaimana perbandingan kondisi ekonomi Anda sebelum dan setelah mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: kontribusinya sangat besar sekali jadi penghasilan kami ada penghasilan pasif, semakin bertambah bahkan melebihi dari penghasilan aktif kami.

F. Evaluasi dan Pengembangan Ke Depan

15. Bagaimana cara Anda mengevaluasi keberhasilan strategi usaha?

Jawaban : pertama saya lihat dari tiap bulan evaluasi berapa tingkat penghasilan kita sesudah itu kita lihat berapa dari sosial media.

16. Apa rencana atau inovasi yang akan Anda lakukan ke depannya untuk meningkatkan usaha?

Jawaban : mungkin saya akan melakukan endorse telegram atau konten creator yang ada di kabupaten luwu, dan juga berencana ingin memperluas kerjasama dengan beberapa tokoh.

17. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : jadi jika ingin mengembangkan usaha yang pertama kita harus sadar soal sosial media, yang kedua rajin untuk belajar baik gitu secara online maupun offline dan juga bisa ikut seminar yang disediakan oleh pemerintah

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI
KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

A. Identitas Responden

Nama: Ratna sari

Jabatan: staf

Instansi: Dinas koperasi dan UMKM perindustrian

Lama Bekerja di Instansi Terkait UMKM: 1 Tahun

B. Program dan Kebijakan untuk Pengembangan UMKM

1. Apa program yang telah dijalankan pemerintah dalam mendukung UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: Program pemerintah salah satunya yaitu pada kecamatan Suli basis pengembangan UMKM contohnya penjual gembung, produk "rumahan

2. Bagaimana pemerintah membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka?

Jawaban: pemberian modal, pelatihan, pengembangan usaha.

3. Apakah ada program pembiayaan atau subsidi bagi UMKM di Kecamatan Suli?

Jawaban: dari dinas koperasi cuman memberikan fasilitas si kepada pelaku usaha ke bank untuk mengajukan pinjaman.

4. Apakah ada pelatihan khusus bagi UMKM terkait pemasaran digital, inovasi produk, atau manajemen usaha?

Jawaban: ada

C. Tantangan dalam Pembinaan UMKM

5. Apa kendala utama yang dihadapi dalam pembinaan dan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: akses permodalan terbatas untuk pelaku usaha kecil, literasi keuangan, kapasitas sdm rendah.

6. Bagaimana pemerintah mengatasi kendala tersebut?

Jawaban: memfasilitasi pelaku usaha.

7. Apakah ada rencana atau kebijakan baru untuk mendukung UMKM lebih efektif?

Jawaban: ada salah satunya memberikan bantuan atau fasilitasi pembuatan isiin usaha NIB

D. Evaluasi dan Pengembangan ke Depan

8. Sejauh mana dampak program pemerintah terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Suli?

Jawaban: sangat berkembang seperti yang bisa kita lihat di kecamatan Sulis semakin berkembang dan pelakunya semakin bertambah.

9. Apa strategi pemerintah ke depan untuk meningkatkan ekonomi kreatif berbasis UMKM?

Jawaban: ada beberapa seperti pemerintah memperluas program pelatihan digital bagi pelaku usaha ekonomi kreatif termasuk pembuatan toko online pemasaran digital dan manajemen hak intelektual.

10. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM agar bisa lebih berkembang dan bersaing di pasar?

Jawaban: memahami pemasaran secara digital Karena sekarang pemasaran digital semakin luas

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI
KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

A. Identitas Responden

Nama:Hasriani S.T

Jabatan: fungsional pengawas koperasi ahli modal

Instansi:Dinas koperasi dan UMKM perindustrian

Lama Bekerja di Instansi Terkait UMKM: 26

B. Program dan Kebijakan untuk Pengembangan UMKM

1. Apa program yang telah dijalankan pemerintah dalam mendukung UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: ada yaitu program koperasi merah putih,program bantuan

2. Bagaimana pemerintah membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka?

Jawaban: memberikan mereka fasilitasi untuk pembiayaan seperti kur di bank, mengadakan pelatihan dan pengembangan umkm, peninjauan pengembangan pasa,pemudahan berusaha, memberikan fasilitas mereka seperti NIB, sertifikat halal, dan membantu mempromosikan branding prodak usaha.

3. Apakah ada program pembiayaan atau subsidi bagi UMKM di Kecamatan Suli?

Jawaban: ada

4. Apakah ada pelatihan khusus bagi UMKM terkait pemasaran digital, inovasi produk, atau manajemen usaha?

Jawaban:ada yaitu pelatihan pengembangan secara digital, mempromosikan mempromosikan produk, melakukan pameran di luar Sulawesi untuk memperkenalkan produk kue dari Sulawesi

C. Tantangan dalam Pembinaan UMKM

5. Apa kendala utama yang dihadapi dalam pembinaan dan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: Akses modal, keterbatasan keterampilan akses pasar, teknologi dan regulasi

6. Bagaimana pemerintah mengatasi kendala tersebut?

Jawaban: Dengan mengadakan pelatihan, memberikan fasilitas pembiayaan, melakukan pengembangan pasar dengan cara produk mereka dipasarkan ke luar Sulawesi.

7. Apakah ada rencana atau kebijakan baru untuk mendukung UMKM lebih efektif?

Jawaban: ada dengan cara memberikan promosi produk mereka, melakukan pelatihan pengembangan usaha.

D. Evaluasi dan Pengembangan ke Depan

8. Sejauh mana dampak program pemerintah terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Suli?

Jawaban: sudah sangat cukup jauh khususnya disuli sangat sering mengadakan pelatihan-pelatihan khusus pelaku usaha kue Gambung

9. Apa strategi pemerintah ke depan untuk meningkatkan ekonomi kreatif berbasis UMKM?

Jawaban: dengan cara meningkatkan akses modal, mempermudah akses UMKM terhadap modal usaha mereka, meningkatkan kualitas SDM , Pengembangan inovasinya,dan pengembangan pasar.

10. Apa saran Anda bagi pelaku UMKM agar bisa lebih berkembang dan bersaing di pasar?

Jawaban: dengan cara meningkatkan kualitas produknya dari segi model kue, kemasan harus menarik, inovasi pada bentuk ataupun warna dan rasa kue, manajemen keuangan harus dikelola dengan baik, menjalin kerjasama yang baik dengan pekerjanya atau karyawan dan mengikuti pelatihan.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Akademisi atau Pakar UMKM

Tujuan: Menggali perspektif akademik terkait strategi efektif dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Pak Akbar Sabani, S.E., M.E

Jabatan : Dosen Universitas

Institusi/Universitas: UIN Palopo

Bidang Keahlian: Manajemen Bisnis

Lama Mengkaji UMKM dan Ekonomi Kreatif :

B. Pertanyaan

1. Bagaimana tren pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya di daerah seperti Kecamatan Suli?

Jawaban: Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif merupakan pendekatan yang memadukan inovasi, kreativitas, dan nilai tambah dalam produk atau jasa untuk meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah. strategi yang dapat diterapkan peningkatan kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi digital, kolaborasi dan kemitraan, inovasi produk dan diversifikasi, akses permodalan kreatif, pemasaran dan branding kreatif, regulasi dan dukungan pemerintah”

2. faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan UMKM?

Jawaban : Faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bervariasi tergantung konteks lokal dan sektor usaha, namun secara umum faktor-faktor utama meliputi akses permodalan, sumber daya manusia (SDM), inovasi dan teknologi, akses pasar, dukungan pemerintah dan regulasi, jaringan dan kemitraan, UMKM yang mampu mengelola keuangan secara profesional cenderung lebih bertahan dan berkembang”.

3. Bagaimana peran teknologi digital dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM?

Jawaban : Pendidikan dan pelatihan memiliki peran krusial dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar lebih inovatif. Berikut adalah beberapa peran utamanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, mendorong Inovasi produk dan layanan, adaptasi teknologi digital, meningkatkan akses ke informasi dan jaringan, menumbuhkan mentalitas wirausaha dan inovatif, mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan”.

4. Apa strategi terbaik yang sebaiknya diterapkan oleh pelaku UMKM agar usahanya lebih berkembang?

Jawaban: Pendampingan UMKM berbasis ekonomi kreatif membutuhkan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan. Berikut adalah kebijakan atau model pendampingan yang terbukti paling efektif model triple helix (Pemerintah - Akademisi - Industri), inkubasi bisnis kreatif, pendampingan berbasis komunitas, model business coaching & monitoring berkelanjutan”.

5. apa saran Anda bagi pemerintah dan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ke depan?

Jawaban: Rekomendasi Kebijakan Pemerintah: subsidi dan akses pembiayaan khusus UMKM kreatif, pusat kreatif daerah (*creative hub*) di tiap kota/kabupaten, kurikulum kewirausahaan kreatif sejak sekolah menengah dan universitas dan kemitraan global untuk ekspor produk kreatif”.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Akademisi atau Pakar UMKM

Tujuan: Menggali perspektif akademik terkait strategi efektif dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M

Jabatan : Dosen Asisten Ahli

Institusi/Universitas: UIN Palopo

Bidang Keahlian: Manajemen Bisnis

Lama Mengkaji UMKM dan Ekonomi Kreatif :

B. Pertanyaan

1. Bagaimana tren pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya di daerah seperti Kecamatan Suli?

Jawaban : Sebagai seorang akademisi yang telah mengamati dan berinteraksi dengan berbagai komunitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), saya melihat bahwa geliat ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya di wilayah seperti Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu, merupakan fenomena sosial yang tidak bisa dilepaskan dari dinamika budaya, teknologi, dan semangat kemandirian masyarakat lokal. UMKM di daerah ini tidak hanya tumbuh sebagai respon atas kebutuhan ekonomi, tetapi juga mencerminkan ekspresi identitas kolektif masyarakat melalui produk-produk khas yang berbasis pada kearifan lokal”.

2. Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan UMKM?

Jawaban :Pengalaman-pengalaman yang saya temui menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM tidak sekadar ditentukan oleh modal atau infrastruktur fisik, tetapi lebih dalam lagi oleh kesadaran dan daya juang pelaku usaha dalam merespon perubahan zaman. Faktor-faktor seperti kreativitas, kemampuan adaptasi terhadap teknologi, dan adanya

ruang belajar bersama menjadi modal sosial yang sangat menentukan arah perkembangan UMKM. Saya menyaksikan betapa pelaku usaha yang mendapat pelatihan, pendampingan, dan dukungan jaringan komunitas mampu melampaui sekat-sekat keterbatasan, bahkan bertransformasi menjadi agen perubahan di lingkungannya.”

3. Apa tantangan terbesar yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi ekonomi kreatif?

Jawaban :Tantangan terbesar justru terletak pada keberanian untuk meninggalkan zona nyaman tradisional menuju praktik usaha yang lebih inovatif Banyak pelaku UMKM yang masih belum sepenuhnya menyadari potensi ekonomi kreatif sebagai kekuatan penggerak, karena belum tersedia ekosistem pendukung yang Solid baik dari sisi knowledge, akses digital, maupun regulasi pemerintah yang proaktif”.

4. Bagaimana peran pendidikan dan pelatihan dalam mendukung UMKM agar lebih inovatif?

Jawaban : Dalam fenomena ini, saya menangkap adanya kesenjangan antara potensi yang besar dan kenyataan lapangan yang belum terfasilitasi secara maksimal. Dalam konteks ini, pendekatan kolaboratif yang melibatkan pemerintah, komunitas bisnis, dan kalangan akademisi menjadi sangat penting. Pendidikan dan pelatihan tidak bisa hanya bersifat teknis, tetapi juga harus menggugah kesadaran akan pentingnya inovasi dan keberlanjutan usaha”.

5. Apa saran Anda bagi pemerintah dan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ke depan?

Jawaban : Teknologi digital dan pemasaran berbasis nilai-nilai lokal harus dijadikan instrumen pemberdayaan, bukan sekadar alat promosi. Disini saya melihat UMKM bukan hanya entitas ekonomi, tetapi sebagai narasi sosial tentang daya lenting, kreativitas, dan semangat gotong royong masyarakat Indonesia. Maka dari itu, strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif harus dimaknai tidak semata sebagai agenda kebijakan ekonomi, melainkan sebagai gerakan kultural yang menghimpun energi sosial masyarakat menuju kemandirian dan daya saing bangsa.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Afnia

Usia: 20 Tahun

Jenis Kelamin: Perempuan

Pendapatan Per Bulan: Rp. 2.000.000

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal? : Sangat sering

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban : karena cita rasa dari produk lokal memiliki ciri khas berbeda dengan merek besar

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : memanfaatkan teknologi digital jadi konsumen lebih mudah menjangkau produk UMKM

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban : Sudah sesuai karena ada harga ada kualitas. Harga produk mungkin lebih mahal karena pakai bahan baku yang berkualitas.

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban : beberapa UMKM memasarkan produk memakai media sosial seperti facebook dan sosial media lainnya jadi informasi produk UMKM lebih mudah di dapatkan seperti harga dan menunya

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban : iya karena inovasi produk baru membuat konsumen penasaran dengan rasa dan tampilannya sehingga tertarik untuk membeli

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban : Penting karena sertifikasi halal dan BPOM membuat konsumen merasa aman membeli produk tersebut

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban : dari segi pelayanan dan upgrade produk baru agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ada.

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban : dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi saya rasa UMKM akan berkembang kedepannya apabila berinovasi

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban : membantu UMKM memperkenalkan produk lokal ke daerah lainnya

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

1. Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Resti

Usia: 29

Jenis Kelamin:

Pendapatan Per Bulan: 2.000.000

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal?

Jawaban: sering karena saya membawa ke tempat kerja untuk dikonsumsi dan dibagikan ke teman.

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban : biasanya harga lebih murah tetapi cita rasa dapat bersaing dengan produk merek besar

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : lebih mudah menjangkau informasi produk karena adanya teknologi dan sosial media

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban : harga yang lebih mahal mungkin karena bahan baku yang digunakan berkualitas tinggi jadi harganya juga naik tetapi cita rasa produk juga enak

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban : lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk baik itu yang ready atau yang habis, harga produk dan tutup bukanya usaha itu jadi konsumen dapat informasi tanpa datang langsung ke Lokasi

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban : iya karena adanya produk baru konsumen jadi tertarik mencoba dan tidak merasa bosan dengan menu yang itu itu saja

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban : Penting karena sertifikasi halal dan BPOM konsumen jadi merasa aman mengkonsumsi dan membelinya apalagi penduduk mayoritas muslim.

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban : inovasi produk baru dan tempat yang menarik sehingga konsumen tertarik untuk datang dan membeli di usaha tersebut.

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban : seiring perkembangan zaman dan banyaknya inovasi produk kedepan membuat UMKM lebih tertantang untuk berinovasi

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban : membantu UMKM dalam segi bantuan modal dan promosi produk lokal

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Linda Kurnia

Usia: 29 Tahun

Jenis Kelamin: Perempuan

Pendapatan Per Bulan: -

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal? Sering

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban : Lebih ingin memajukan produk lokal khas daerah dibanding brand besar

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : banyak inovasi produk baru dan desain produk yang menarik

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban : sesuai ada harga ada kualitas tetapi juga ada yang murah tapi kualitas rasa tetap enak

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban : lebih mudah dapat informasi karena banyak yang menggunakan sosial media dalam mempromosi produk jadi konsumen tau harga dan produk baru dari usaha tersebut

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban : iya banyaknya pesaing adanya inovasi produk baru menjadi pembeda dengan usaha lainnya

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban : Penting karena adanya BPOM konsumen merasa aman dari kandungan berbahaya dan sertifikasi halal membuat konsumen yang beragama islam merasa aman untuk konsumsi

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban : sering membuat produk baru agar menjadi pencetus disbanding usaha pesaing

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban : akan mudah berkembang apabila lebih kreatif dan mengikuti perkembangan teknologi digital

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban : memberi bantuan modal badan melakukan pelatihan terhadap UMKM agar mengikuti perkembangan zaman tidak gap teknologi

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIFDALAM MENINGKATKAN
PENDAPATANMASYARAKAT DI KECAMATAN SULI
KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Ririn

Usia: 23 Tahun

Jenis Kelamin: Perempuan

Pendapatan Per Bulan: Tidak Menentu

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal? Sering

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban : ingin mengembangkan produk lokal apalagi khas daerah sendiri disbanding merek besar

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : kreatif dalam hal produk serta dapat bersaing dengan produk lainnya

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban : ada mahal tapi bahan yang berkualitas tetapi ada juga yang murah tapi kualitas dapat bersaing dengan produk yang memiliki harga lebih tinggi

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban : lebih mudah memasarkan produk jadi konsumen mudah untuk mengetahui produk tersebut melalui sosial media.

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban : salah satunya adalah inovasi produk tetapi tidak terlepas dari kualitas produk dan kualitas pelayanan juga menjadi faktor.

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban : Penting karena dengan adanya legalitas dan surat surat lainnya berarti produk itu sudah di akui dan sudah aman untuk konsumen

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban : kemasan produk harus inovatif agar konsumen tertarik dan cara mempromosikan juga harus kreatif agar mudah dikenal masyarakat

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban : akan berkembang dengan baik asalkan pelaku usaha juga ikut terus mempelajari perkembangan kedepannya

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban : membuat event UMKM skala lokal maupun skala besar untuk memperkenalkan produk umkm lokal daerah kepada Masyarakat luar.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Cita

Usia: 28 thn

Jenis Kelamin: perempuan

Pendapatan Per Bulan: tidak ada

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal?

Jawaban: sering karena rasanya enak dan harganya terjangkau.

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban: Karena tempatnya bersih produknya berkualitas dan tahan lama

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: keunggulannya yaitu memanfaatkan teknologi digital jadi sebagai konsumen seperti saya lebih mudah menjangkau produk UMKM

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban: sangat sesuai

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban: sangat berpengaruh karena beberapa usahaku jamu memasarkan produknya melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp.

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban: menunya berbagai macam variasi sehingga membuat konsumen tertarik

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban: penting karena sertifikat halal dan BPOM membuat konsumen merasa aman membeli produk tersebut.

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban: Mungkin dari segi pelayanan dan upgrade produk baru agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ada

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban: Dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi Saya rasa usaha kue kampung akan berkembang kedepannya apabila berinovasi.

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban: mungkin pemerintah bisa membantu memperkenalkan produk lokal ke daerah lain

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Riska

Usia: 34 tahun

Jenis Kelamin: perempuan

Pendapatan Per Bulan: 2.000.000

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal?

Jawaban: saya sering sekali membeli kue gembung yang ada di Sule untuk saya bawa ke Kalimantan Timur untuk menjadi oleh-oleh khas dari daerah saya untuk saya bagikan ke tetangga saya di sana

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban: karena kue Gembung itu cocok dijadikan cemilan saat minum kopi dan teh

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: Keunggulannya tidak hanya memiliki satu jenis kue saja.

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban:sesuai

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban: sangat berpengaruh karena media sosial itu sudah menjadi tempat pemasaran untuk masyarakat yang mempunyai usaha.

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban: jenis kuenya yang bermacam-macam jenis.

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban: jelas sangat penting apalagi kita sebagai orang muslim.

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban: bagi pelaku usaha kue Gambung mungkin bisa memperluas lagi tempat usahanya

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban: akan semakin berkembang

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban: mengadakan pameran atau pemasaran khusus UMKM yang ada di kecamatan Suli agar bisa dikenal banyak orang.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Aca

Usia: 20 tahun

Jenis Kelamin: perempuan

Pendapatan Per Bulan: Belum ada

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal?

Jawaban: Saya membeli produk kue jambu ketika ada kerabat yang ingin bepergian jauh untuk dijadikan sebagai oleh-oleh

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban: karena menurut saya dengan memilih produk lokal bisa membantu mempromosikan kue khas dari daerah kita.

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: keunggulannya mungkin pada pemasaran sudah bisa melalui media sosial.

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban: menurut saya harga sudah sesuai dengan rasa.

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban: sosial media sangat berpengaruh dalam perkembangan setiap usaha kue gembung yang ada di kecamatan Suli Karena tanpa adanya sosial media orang yang jauh dari daerah kecamatan Suli bisa mengetahui adanya produk kue gembung khas dari Luwu.

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban: yaitu pada jenis-jenis kue yang beragam dan jenis rasa yang bermacam-macam

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban: itu sangat penting agar pelanggan tidak merasa takut membeli karena sudah mengetahui produk tersebut sudah halal dan BPOM

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban: mungkin bisa memperbaharui tempat usahanya

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban: sepertinya akan semakin berkembang dari yang sebelumnya.

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban: membantu dengan cara mengadakan acara UMKM agar setiap pelaku UMKM bisa ikut serta di dalamnya untuk mempromosikan kuenya

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: widya

Usia: 41 tahun

Jenis Kelamin: perempuan

Pendapatan Per Bulan: tidak ada

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal?

Jawaban: sering karena saya jadikan oleh-oleh untuk keluarga yang datang dari luar daerah

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban: karena rasanya enak

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: keunggulannya mungkin pada pemasaran di media sosial mereka memperkenalkan produk dari jenis sampai harga sehingga pelanggan seperti saya bisa langsung memilih sebelum ke toko kue Gambung

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban: sesuai

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban: sangat berpengaruh karena media sosial sudah menjadi tempat penjualan setiap toko mau itu kue barang dan lain-lainnya

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban: jenis kue nya mempunyai banyak jenis sehingga saya tertarik untuk membeli dan rasa yang enak

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban: sangat penting apalagi saya sebagai orang Islam harus menjamin kehalalan bahan pada pembuatan kue tersebut

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban: mungkin bisa memperbaharui tempat jualannya

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban: Saya rasa akan semakin berkembang daripada yang sekarang

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban: mungkin membantu meminjamkan atau memberikan modal untuk pengembangan usaha mereka

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUW**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Trisnawati

Usia:35

Jenis Kelamin: Perempuan

Pendapatan Per Bulan:1.500.000

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal?

Jawaban: sering sekali karena gue gabung sangat enak sebagai kue oleh-oleh jadi setiap ada kerabat yang berpeperpergian saya selalu membeli itu.

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban: yang pertama karena kue Gembung adalah kue tradisional kue yang sangat lembut yang kedua juga bermacam rasa.

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban: rasa kue gembung sangat kental yang terbuat dari gula merah dan durian.

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban: harga sesuai dengan kualitasnya bisa dibilang juga harga terbilang sederhana bagi kami orang desa.

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban: sangat berpengaruh bagi saya apalagi kalau kita memasukkan ke media plafon jadi orang-orang bisa mengenal kue-kue tradisional yang ada di Sulawesi Selatan yang ada di kecamatan Suli karena banyak mobil yang membawa orang-orang yang ingin bepergian jauh jadi mereka mampir untuk membeli oleh-oleh.

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban: dari rasa yang memiliki banyak jenis sehingga banyak masyarakat tertarik.

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban: Saya kira sangat penting apalagi kita di sini mayoritas Islam jadi harus ada sertifikat halal MUI.

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban: mungkin bisa memberikan banyak varian rasa, jangan monoton ke satu rasa.

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban: Saya kira sangat berpengaruh, sangat bagus karena orang-orang menjadikan kue tersebut sebagai oleh-oleh.

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban: Saya kira pemerintah lebih memperhatikan dan membukakan usaha, untuk para pelaku usaha kue Gambung mereka bisa lebih memperhatikan kualitas rasa dan bisa memasarkan di daerah lain agar orang-orang bisa mengenal kue tradisional dari Sulawesi Selatan yang ada di kecamatan Suli.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU**

Instrumen Wawancara untuk Konsumen UMKM

Tujuan: Mengetahui pandangan pelanggan terkait daya tarik produk UMKM berbasis ekonomi kreatif.

A. Identitas Responden

Nama: Mega

Usia: 30

Jenis Kelamin: Perempuan

Pendapatan Per Bulan: 2.000,000 .00

Seberapa sering Anda membeli produk dari UMKM lokal?

Jawaban: Sering, karena kue Gambung rasanya enak dan bisa dijadikan oleh-oleh untuk bepergian

B. Persepsi terhadap Produk UMKM

1. Apa alasan utama Anda memilih produk UMKM dibandingkan produk dari merek besar?

Jawaban: karena harganya terjangkau dan juga rasanya tidak kalah enak dari merek besar

2. Apa keunggulan yang Anda rasakan dari produk UMKM berbasis ekonomi kreatif?

Jawaban : dengan desain yang menarik dapat memanfaatkan teknologi digital ekonomi kreatif dapat mendorong inovasi dan kreatifitas untuk memperluas peluang besar bagi UMKM

3. Apakah Anda merasa harga produk UMKM sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Jawaban : Menurut saya sesuai karena harga yang diberikan masih terjangkau dan kualitas produknya juga bagus

C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

4. Seberapa besar pengaruh media sosial dalam mengenal produk UMKM?

Jawaban : Sangat berpengaruh karena lebih mudah menjangkau informasi bagi konsumen

5. Apakah inovasi dalam produk UMKM menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ya, inovasi pada produk UMKM bisa menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian dan juga konsumen cenderung tertarik pada produk yang unik dan berkualitas

6. Seberapa penting sertifikasi halal, BPOM, atau legalitas dalam keputusan membeli produk UMKM?

Jawaban : sangat penting karena adanya label halal atau BPOM konsumen merasa aman dan menjamin bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi standar kehalalan dalam syariat Islam

D. Saran untuk Pengembangan UMKM

7. Apa yang harus diperbaiki oleh pelaku UMKM agar lebih menarik bagi konsumen?

Jawaban : membuat desain yang lebih menarik dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik

8. Bagaimana Anda melihat prospek UMKM berbasis ekonomi kreatif ke depannya?

Jawaban : akan lebih mudah berkembang jika melakukan inovasi produk

9. Apa harapan Anda terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM lokal?

Jawaban : harapan saya terhadap pemerintah dalam mendukung UMKM mempermudah akses modal, peningkatan kapasitas usaha, serta dukungan promosi pemasaran yang lebih efektif

Lampiran Dokumentasi



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Herlina pada tanggal
11 Mei 2025



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Jumriana pada tanggal 11 Mei 2025



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Hj. Nadera pada tanggal 11 Mei 2025



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Rahmawati pada tanggal 12 Mei 2025



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Riska pada tanggal 12 Mei 2025



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Hasriani pada tanggal 12 Mei 2025



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Ratnasari pada tanggal 12 Mei 2025



Dokumentasi dengan UMKM di Kecamatan Suli Ibu Sitti pada tanggal 12 Mei 2025



Wawancara ibu Hasriani, S.T selaku fungsional dan ahli modal Dinas Koperasi dan UMKM dan Perindustrian Kabupaten Luwu



Wawancara ibu Ratnasari selaku staf administrasi Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian Kabupaten Luwu



Wawancara Pak Akbar Sabani, S.E., M.E selaku pakar UMKM



Wawancara Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M selaku pakar UMKM



Dokumentasi bersama Riska Konsumen Kecamatan Suli



Dokumentasi bersama Aca Konsumen Kecamatan Suli



Dokumentasi bersama Mega Konsumen Kecamatan Suli

RIWAYAT HIDUP



Respa, lahir di Dusun pangkajenne, Desa Botta, kecamatan Suli, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi selatan , Pada tanggal 15 mei 2002 . Penulis merupakan anak ketujuh dari sembilan bersaudara, dari pasangan seorang ayah bernama Ridwan dan Ibu bernama Sumarni. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Pangkajene, Desa Botta, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu. Penulis pertama kali ini menempuh pendidikan Sekolah dasar di MI 05 Botta pada tahun 2009 hingga tahun 2014. Pada tahun yang sama peneliti melanjutkan di tingkat Sekolah Menengah Pertama SMP Negeri 1 Suli hingga tahun 2017, melanjutkan pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Atas tepatnya di SMAN 18 Luwu dan selesai pada tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis mendaftar diri di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo, pada Program Studi Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sebelum menyelesaikan akhir studi, penulis menyusun skripsi dengan judul “Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu”, sebagai salah satu syarat penyelesaian studi pada jenjang strata satu (S1) dan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)