

# STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA PALOPO

Tajuddin, Nur Mayasari  
Institut Agama Islam Negeri Palopo  
[tajuddin77@gmail.com](mailto:tajuddin77@gmail.com)

## Abstract:

Penelitian ini menggambarkan tentang strategi pengembangan yang dilakukan pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif yang ada di Kota Palopo dengan melihat perspektif Ekonomi Islam. Dalam pengembangan UMKM ekonomi kreatif Di kota Palopo banyak hal-hal yang perlu di perhatikan pemerintah Kota Palopo dan para pelaku usaha itu sendiri sehingga pokok permasalahan yang di angkat membahas mengenai, Bagaimana gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo, bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo serta bagaimana pandangan Islam tentang ekonomi kreatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan pendekatan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo saat ini belum mampu memberikan predikat khusus bagi kota palopo karena mereka memiliki keterbatasan serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan yang paling banyak dialami oleh pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo yakni permasalahan pada permodalan. 2) Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo yang dilakukan para pelaku UMKM ekonomi kreatif yakni perlunya sinergi antara para pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan. 3) Pandangan Islam terhadap ekonomi kreatif yakni usaha yang dilandasi dengan kreativitas dan inovasi dengan memperbaruhi sumber daya alam yang ada degan jalan perdagangan Al-Qur'an dengan jelas disebutkan bahwa perdagangan atau perniagaan dalam Al-Qur'an telah disebutkan perniagaan merupakan jalan yang diperintahkan oleh Allah Swt.

**Kata Kunci** : UMKM, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Islam

## 1. PENDAHULUAN

Pasca krisis 1997 di Indonesia UMKM (Usaha mikro, kecil & menengah) dapat membuktikan bahwa sektor ini dapat menjadi tumpuan bagi perekonomian. Hal ini dikarenakan UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar lainnya yang cenderung mengalami keterpurukan. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah UMKM setiap tahunnya. UMKM di Negara berkembang hampir selalu merupakan kegiatan ekonomi yang terbesar dalam jumlah dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Begitu pula kondisi yang ada di Indonesia.<sup>1</sup> Menurut [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) UMKM Indonesia mengalami perkembangan dirincikan dalam tabel berikut.

**Tabel. 1**  
**Perkembangan UMKM Indonesia**

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

Sumber : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Seperti yang telah dirincikan dalam Tabel 1.1 bahwa UMKM di Indonesia mengalami perkembangan dan peningkatan yang cukup konsisten untuk menyokong perekonomian Indonesia. Tercatat bahwa pada tahun 2010-2012 pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan rata-rata sebesar 2,33 persen. Selain itu seiring perkembangan UMKM, jumlah tenaga kerja juga ikut tumbuh dan mengalami peningkatan rata-rata 3,82 persen dari tahun 2010 hingga 2012. Data ini juga menunjukkan adanya kontribusi positif UMKM terhadap PDB daerah, output PDB yang disumbangkan oleh UMKM terus mengalami peningkatan dari tahun 2010 hingga 2012 dengan rata-rata peningkatan sebesar 7,48 persen. Dengan terus meningkatnya jumlah UMKM tentunya akan meningkatkan jumlah pesaing yang secara langsung mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam berbagai sector UMKM.

Dewasa ini UMKM diwarnai dengan gelombang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang 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 industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika sektor lain dilanda berbagai krisis

<sup>1</sup>Ahmad Hisyam As'ari. *Peran UKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <http://ariejayuz.blogspot.com/peran-ukm-terhadap-pertumbuhan-ekonomi>. diakses pada tgl 16 januari 2017.

keuangan global. Industri kreatif tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi dan penawaran yang bersumber pada kegiatan yang digerakkan oleh industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian bakat dan kreatifitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.<sup>2</sup>

Ekonomi Kreatif di berbagai Negara berperan besar dalam menciptakan kemajuan dan kesejahteraan. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, bahkan sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Melalui pengembangan ekonomi kreatif, negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Cina, dan negara-negara di Eropa telah memperoleh dan menikmati kekayaan baru yang berlipat ganda. Berbagai penemuan baru seperti *microsoft operating system*, mesin pencari *google* dan *yahoo*, aplikasi perangkat lunak (*software*) pada produk *blackberry* serta berbagai produk dari *Apple* (*mac, ipad, iphone, dan ipod*) telah memberikan sumbangan besar dalam ekonomi Amerika bahkan melebihi hasil ekspor pesawat terbang dan otomotif. Produk-produk tersebut telah menghasilkan pendapatan yang mengalir tanpa batas dan tanpa henti, setiap waktu, setiap saat, setiap menit dan setiap detik.<sup>3</sup>

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

---

<sup>2</sup>Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*, (Bandung :Salemba Empat: 2013),H.14.

<sup>3</sup>Suryana,*Ekonomi kreatif, ekonomi baru: mengubah ide dan menciptakan peluang*, (bandung :salemba empat:2013),h.16.

Kreatif sebagai strategi pengembangan daerahnya, sekaligus *branding* citra diri daerahnya.<sup>4</sup>

Kota Palopo sendiri sudah banyak bermunculan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif yang memiliki permasalahan pada sumber daya manusia, modal, dan penguasaan teknologi modern. Kondisi usaha ekonomi kreatif di kota Palopo sendiri dapat dilihat dari peluang pemberdayaan dari waktu ke waktu belum menunjukkan besarnya harapan pada usaha tersebut untuk mendukung tumbuhnya sistem perekonomian yang berkeadilan yang mengakibatkan UMKM berbasis ekonomi kreatif belum memberikan corak yang positif khusus bagi kota palopo yang dikenal oleh masyarakat umum baik didalam maupun di luar daerah.

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

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

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

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

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

---

<sup>4</sup>Ruth Florida W. M. Hutabarat, *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*, (Universitas Negeri Malang, vol. 7. Nomor 1, 2015). h.14.

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

Purnama Kusumaastuti, dkk (2015). Strategi dan Langkah UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa langkah-langkah strategi serta upaya-upaya peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi MEA diantaranya : (1) perlu meningkatkan jaringan pasar dan akses informasi bisnis serta penggunaan teknologi yang lebih canggih. (2) meningkatkan kerjasama antara UMKM dan pemerintah untuk memperkuat jaringan dalam menghadapi persaingan MEA, termasuk memenuhi kuota barang (jumlah pesanan). (3) meningkatkan mutu produk dan *quality control* yang lebih ketat.(4) meningkatkan keunggulan kompetitif dan melakukan inovasi pengolahan tahu, misalnya dengan membuat krupuk tahu agar bisa dipasarkan keluar negeri.(5) meningkatkan kemampuan wirausaha tahu sumber daya manusia dan memanfaatkan berbagai kesempatan usaha seperti pameran dagang. Temu usaha, bursa dagang, workshop, dan peningkatan keterampilan. (6) perlu adanya dukungan pemerintah pusat, pemerintah daerah instansi terkait dan pengusaha agar dapat meningkatkan persaingan MEA.

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

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

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

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

### 3. Metode Penelitian

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

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai informasi yang dicari dan data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan dokumen.<sup>5</sup> Data primer didapat melalui wawancara dengan pelaku UMKM kreatif Kota Palopo, dan data sekunder didapat melalui dinas terkait, dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi informan. Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan UMKM serta dari instansi terkait seperti dinas koperindag Kota Palopo serta Badan Pusat Statistik (BPS).

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel pada penelitian ini. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya, orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.<sup>6</sup> Sampel dalam penelitian ini bukan dikatakan sebagai responden, melainkan lebih tepatnya sebagai informan penelitian. Informan dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM kreatif di Kota Palopo, dinas terkait (dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo & Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif).

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

#### 1. Reduksi data

Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu data tersebut perlu segera diolah dan dianalisis melalui reduksi. Mereduksi data berarti menseleksi atau memilih hal-hal yang pokok menfokuskan pada hal-hal yang penting, Dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, mencari kembali bila diperlukan.

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *memahami penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta), h.62

<sup>6</sup> Sugiyono, *memahami penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta), h. 54.

## 2. Penyajian data

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

## 3. Penarikan kesimpulan

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

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

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

**Tabel 2**  
**Data pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Kota Palopo**

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

---

**JUMLAH****147****UMKM**

---

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

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

“ Alhamdulillah maksudnya dari hari ke-hari meningkat ji’ dan selalu lebih baik tidak putus-putus”<sup>7</sup>

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

“ alhamdulillah berjalan, ada siklus dalam satu tahun ada bulan ramai ada bulan yang sedang ada bulan yang sepi itu sudah ada siklusnya jadi kalau mau dibilang stabil yaa kalau bulan-nya stabil yaa stabil. Contohnya kalau bulan-bulan desember sampai januari musim hujan jadi kurang”<sup>8</sup>

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

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

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

“Kalau dibilang jalan di tempat tidak juga, dibilang maju juga tidak, mundur juga tidak, istilahnya apa yaa? yaa bisa dibilang berjalan, berjalan dengan apa adanya.”<sup>9</sup>

Usaha yang dia jalankan kurang lebih 9 tahun lamanya bisa dikatakan mengalami kemajuan namun tidak begitu besar dan tidak juga jalan ditempat, menurutnya usaha yang ia

---

<sup>7</sup> Hidayatullah, *Wawancara*. pelaku usaha kreatif, pada tanggal 13 November 2017.

<sup>8</sup> Sudiarti, *Wawancara*. Pelaku usaha kreatif pada tanggal 11 november 2017.

<sup>9</sup> Irvan Dahlan, *Wawancara*. pelaku usaha kreatif, pada tanggal 20 November 2017



jalankan ini belum memberikan penghasilan yang menetap, Irvan juga menuturkan bahwa selama ini dukungan yang didapatkan dari pemerintahan baru sekedar dukungan semangat. Selama Sembilan tahun berjalan Irvan menegaskan belum sama sekali mendapatkan bantuan materi dari pemerintah.

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

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

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

“kerjasama antara UMKM yang ada di kota Palopo masih perlu ditingkatkan, para pelaku UMKM ini khususnya pelaku usaha mikro biasanya terkendala pada permodalan, masih banyak yang kurang sehingga mengakibatkan produksi menjadi terbatas.”<sup>10</sup>

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

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

“ Permasalahannya itu tidak adanya tempat, karna banyak orang yang biasa mau lihat produk yang tersedia tapi tidak ada tempatnya”<sup>11</sup>

Usaha yang ia jalankan ada pada permasalahan tempat usaha. Usaha kerajinan yang ia lakukan hanya mengandalkan promosi melalui mulut kemulut dan melalui sosial media, namun ia menegaskan bahwa jika adanya tempat usaha maka ia dapat mengembangkan usahanya

---

<sup>10</sup>Dorkas batam, *Wawancara* (kepala bidang pemberdayaan usaha Mikro). Pada tanggal 29 Agustus 2017.

<sup>11</sup>Hidayatullah, *Wawancara* pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 13 november 2017

menjadi sebuah galeri seni Tidak adanya tempat usaha juga ini menyebabkan tidak adanya tempat memasarkan dan memerkan produknya secara langsung. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kurangnya tempat dalam menjalanka usahanya dikarenakan kurangnya permodalan. UMKM kreatif di kota Palopo memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan UMKM khususnya bagi usaha mikro masih berkuat pada modal. Permodalan yang terbatas dapat menyebabkan kapasitas produksi mereka terbatas.

Sudiarti juga menambahkan bahwa para pelaku UMKM ekonomi kreatif yang ada di Kota Palopo kurang dalam melakukan sinergi antara para pelaku UMKM ekonomi kreatif yang ada di Kota Palopo dalam berinovasi. Pernyataan tersebut menunjukan bahwa para pelaku usaha kreatif di kota Palopo masih kurang bersinergi dengan usaha satu dengan yang lain, jikalau sinergi itu dijalankan dengan baik akan menjadi satu nilai tambah bagi para pelaku usaha kraetif dalam menumbuh kembangkan usaha mereka. Hal ini juga menjadi sebuah permasalahan yang menjadi tantangan dalam menjalankan usaha ekonomi kreatif.<sup>12</sup> Kekurangan tenaga ahli atau terampil dalam posisi marketing juga menjadi permasalahan dalam sebuah usaha, tentunya sebuah usaha akan berkembang dengan baik sangat memerlukan tenaga marketing yang terampil untuk meningkatkan sebuah usaha hal ini yang juga menjadi kendala usaha yang dijalankan oleh Irvan.<sup>13</sup>

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

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

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

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

---

<sup>12</sup> Sudiarti, *Wawancara*. Pelaku usaha kreatif pada tanggal 11 november 2017.

<sup>13</sup> Irvan Dahlan, *Wawancara*, Pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 20 November 2017.

“Kita cari investor lagi untuk membuka cabang toh.. dan lebih mengusahakan segi pelayanan bagaimana pelayanan bisa menyesuaikan dengan keinginan pelanggan.”<sup>14</sup>

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

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

“Yaa gimana ya.. karna katanya rasanya itu beda daripada yang lain jadi kita pertahankan dikualitas rasanya itu”<sup>15</sup>

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

Hal yang sama juga diutarakan Aldi Aprianto :

“Supaya berjalan terus itu ji, bagaimana supaya pelanggan ta’ selalu diberikan pelayanan terbaik “<sup>16</sup>

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menumbuh kembangkan usaha kreatif yang sedang dijalankan di Kota palopo. Aldi yang menjalankan bisnis usaha kreatif di sektor layanan jasa,yang sudah semakin banyak di kota palopo. Usaha yang dijalani agar tetap mendatangkan

---

<sup>14</sup> Sudiarti, *Wawancara*. Pelaku usaha kreatif pada tanggal 11 november 2017.

<sup>15</sup> Srimanto, *Wawancara*, pelaku usaha kreatif. pada tanggal 12 November 2017.

<sup>16</sup> Aldi Aprianto, *Wawancara*, pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 10 november 2017.

pelanggan dan dapat menciptakan persaingan yang sehat ia selalu memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggannya. Sehingga para pelanggan selalu merasa puas dan tidak menyesal untuk kembali berkunjung. Berbeda diutarakan oleh Andi Ridwan Pelaku usaha kreatif yang menawarkan jasa fotografi :

“Supaya tetap berjalan baik ini usaha.. itu pembagian hasilnya harus jelas.”<sup>17</sup>

Menumbuhkan kembangkan usahanya hal terpenting yang harus dilakukan selain dalam peningkatan kualitas pelayanan ialah pembagian hasil usaha yang jelas sehingga tidak terjadi kecemburuan-kecemburuan yang mengakibatkan terjadi kesalah pahaman dengan para mitra usaha yang dapat menghambat pengembangan usahanya.<sup>18</sup>

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

## 5. KESIMPULAN

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

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

## DAFTAR PUSTAKA

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

---

<sup>17</sup> Aldi Aprianto, *Wawancara*, pelaku usaha kreatif. Pada tanggal 10 november 2017.

- Deputi bidang pengembangan dan rekrutasi usaha, *modul strategi pemasaran produk KUMKM* ( Jakarta : kementerian koperasi dan UMKM 2013)
- Fajar, Mukti, *UMKM di INDONESIA Prespektif Hukum Ekonomi*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015.
- Hayati, Ela. *Skripsi Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi: Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)* . fakultas ekonomi dan bisnis islam (UIN Raden Intan : lampung, 2017)
- Hubeis, Musa. *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*, bogor : penerbit Ghalia Indonesia, 2009.
- Hutabarat, Ruth Florida W. M *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*, Universitas Negeri Malang, vol. 7. Nomor 1, 2015.
- Jusmaliani. Dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008.
- Kementerian Negara koperasi dan UMKM RI, Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 (Jakarta: Dinas Koperasi & UMKM Provinsi sul-sel , 2009)
- Misanam, Munrokhim dkk. *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- Munrokhim Misanam. dkk, *Ekonomi Islam* , Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Natadipurba, Chandra. *Ekonomi Islam 101*. BANDUNG : pt mobidelta Indonesia, 2016
- Nurhilmi, *Skripsi Program Peningkatan Wirausaha Muslim oleh Pemerintah Kota Palopo (Studi Kasus: Kelurahan sampoddo, Kecamatan Wara Selatan, Kota Palopo)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Islam, (Palopo: Institut Agama Islam Negeri (IAIN ) Palopo, 2015).
- Polnaya, Ghalib Afga. *skripsi strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada ukm ekonomi kreatif batik bakaran di pati, jawa tengah*, fakultas ekonomika dan bisnis (semarang : universitas diponegoro 2015).
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al Misbah: pesan, kesan dan keserasian al-qur'an vol. 6*, ( Jakarta : lentera hati, 2002 ).
- Sudarman, skripsi *.Peran Dinas Koperindag Bagi Pengembangan UMKM Kota Palopo (Tinjauan Ekonomi Islam)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, ( Palopo : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) 2015)
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, cet IX; Bandung : Alfabeta, 2014
- Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru : Mengubah Ide Menciptakan Peluang*, Bandung: Salemba Empat, 2012
- Tri, Dani Danuar T, skripsi *. Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang* . fakultas Ekonomi dan Bisnis , ( Semarang : Universitas Diponegoro , 2013)
- Zuliyati, *pengembangan industri kreatif pigura kaligrafi menuju pasar global, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Universitas Muria Kudus. Vol 4. Nomor 3, 2015.

Suwatno, Donni Juni Prinsa. 2011. Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Thoha, Miftah. 1983. Kepemimpinan dalam Manajemen. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tjutju, Yuniarsih. Suwatno. 2008. Manajemen Sumber daya Manusia. Bandung: Alfabeta.