

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI
KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI
(Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur)**

Oleh :

**MELI AGUSTIN
NPM. 1903011081**



**Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/ 2024 M**

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI
KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI
(Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

MELI AGUSTIN
NPM. 1903011081

Pembimbing: Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H

Jurusan: ESY
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/ 2024 M



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : MELI AGUSTIN
NPM : 1903011081
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 06 Juni 2024
Dosen Pembimbing

Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS
EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN
EKONOMI (Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton
Kecamatan Punggur)
Nama : MELI AGUSTIN
NPM : 1903011081
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 06 Juni 2024
Dosen Pembimbing



Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No : B-2193/ln.28.3/D/PP.00.9/07/2024

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur), disusun oleh: MELI AGUSTIN, NPM: 1903011081, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis, 20 Juni 2024.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H.

(.....)

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I.

(.....)

Penguji II : Diana Ambarwati, M.E.Sy.

(.....)

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I.

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Mat Julil, M.Hum.
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (STUDI PADA UMKM DI DESA TOTOKATON KECAMATAN PUNGGUR)

Oleh :

MELI AGUSTIN
NPM. 1903011081

Perkembangan UMKM memiliki dampak signifikan dalam perekonomian, penyerapan tenaga kerja, dan distribusi pendapatan. Namun, UMKM menghadapi tantangan selama pandemi *Covid-19*. Hasil survei menunjukkan bahwa banyak UMKM mengalami penurunan pendapatan, permintaan produk, dan nilai aset. Namun, pada tahun 2022, UMKM kembali tumbuh dengan baik, menunjukkan pemulihan ekonomi yang positif.

Adapun masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi. Penelitian ini bersifat kualitatif, maka dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Sebagai data primer yaitu data yang diperoleh dari pelaku usaha, karyawan, serta konsumen dari Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry. Sedangkan data sekunder diperoleh dari referensi-referensi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry menunjukkan bahwa UMKM berbasis ekonomi kreatif masih memiliki keterbatasan serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha yakni dari aspek strategi pemasaran dan teknologi. Upaya peningkatan pengembangan strategi dilakukan pelaku usaha melalui pengenalan teknologi seperti instagram dan capcut dalam promosi agar lebih menarik. Pengenalan produk dilakukan tidak hanya melalui media sosial namun juga secara *personal selling*. Strategi pengembangan yang dilakukan mampu meningkatkan ekonomi meskipun belum signifikan.

Kata Kunci : *Pengembangan UMKM, Ekonomi Kreatif, Peningkatan Ekonomi*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MELI AGUSTIN
NPM : 1903011081
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya terkecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 06 Juni 2024
Mahasiswa Peneliti



Meli Agustin
NPM.1903011081

MOTTO

﴿١٩﴾ وَلِكُلِّ دَرَجَةٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُوفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: " Setiap orang memperoleh tingkatan sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah menyempurnakan balasan amal mereka serta mereka tidak dizalimi." (Q.S Ahqaaf: 19

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan karunia, memberikan ridho, kenikmatan serta hidayah-Nya, maka dengan sepenuh hati saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kepada orang tua tercinta Bapak Wigiyanto dan Ibu Suwartini, kakakku tersayang Feni Afriyati dan adikku Tri Juni Arto yang telah memberikan dorongan, bimbingan, mendoakan serta telah bekerja keras untuk keberhasilanku.
2. Terimakasih untuk sahabatku Lienta Mutiara Sivadiyanti, Yuvi Dea Nisa, Dian Apsyari, Ela Widiana yang telah memberikan dukungan, doa, dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Terimakasih untuk sahabat dan partner skripsi Shelly Putri Wahyuni yang banyak membantuku, saling mendukung, memberi semangat sehingga bisa menyelesaikan bersama-sama.
4. Terimakasih almamaterku Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
5. Serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas taufik hidayah dan inayah-Nya Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul *“Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi (Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur)”*.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan, semangat dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudistira Ardana, M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Hj. Siti Zulaikha S. Ag.,M.H, selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan serta mengarahkan dengan sangat baik kepada peneliti.
5. Seluruh Dosen Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro serta seluruh pihak yang turut mendukung penelitian ini.

6. Ibu Surati dan bapak Watno selaku Pemilik UMKM Roti Kue Mochi Basah, serta ibu Lisa Ningrum dan Bapak Fajar Pratama yang telah memberikan izin penelitian memberikan informasi data serta informasi yang akurat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa halangan suatu apapun.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, untuk di kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan dari pembaca untuk menuju proses kesempurnaan. Terimakasih

Wassalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Metro, Juni 2024



Meli Agustin
NPM. 1903011081

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pengembangan Usaha.....	10
1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha.....	10
2. Strategi Pengembangan Usaha.....	12
3. Indikator Peningkatan Ekonomi.....	14
B. Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM).....	16
1. Pengertian Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM).	16
2. Kasifikasi dan Kriteria UMKM.....	17
C. Ekonomi Kreatif.....	19
1. Pengertian Ekonomi Kreatif.....	19
2. Sektor – Sektor dalam Ekonomi Kreatif	20

D. Peningkatan Ekonomi	24
1. Pengertian Pendapatan	24
2. Jenis – Jenis Pendapatan	26
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	34
B. Sumber Data	35
C. Teknik Pengumpulan Data	37
D. Teknik Keabsahan Data	38
E. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil usaha Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry	41
B. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi pada Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry	42
C. Analisis pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi	48
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	54
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Desa Totokaton	4
Tabel 1.2 Omset Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry	5

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan UMKM sangatlah penting bagi masyarakat. Karena usaha ini keberadaannya sangat bermanfaat dalam menumbuhkan animo dalam berwirausaha. Selain itu juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan kreatifitas yang sejalan dengan usaha yang mempertahankan dan mengembangkan unsur – unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.¹ Oleh karena itu, dengan menyadari betapa pentingnya UMKM (paling tidak secara potensial), tidak heran kenapa pemerintah – pemerintah di hampir semua negara berkembang (termasuk Indonesia) sudah sejak lama mempunyai berbagai macam program, dengan skim – skim kredit bersubsidi sebagai komponen terpenting, untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan UMKM.²

UMKM telah mampu membuktikan diri sebagai salah satu solusi pertumbuhan angkatan kerja baru di Indonesia yang sangat tinggi. Sifat – sifat

¹ Heni Ariyani and Halpiah, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pendapatan,” *Jurnal Kompetitif Media Informasi Ekonomi Pengembangan Manajemen Akuntansi* 6, no. 2 (2022): 2.

² Tulus T.H. Tambunan, *UMKM Di Indonesia Perkembangan, Kendala, Dan Tantangan*, 6.

intrinsic usahanya yang semi atau bahkan nonformal membuat UMKM mampu memberikan peluang usaha kalangan industry skala rumah tangga yang banyak ditemui di setiap daerah. perannya yang signifikan dalam penyerapan tenaga kerja itu menjadikan UMKM sangat efektif sebagai peranti memperkuat stabilitas nasional.³

Ekonomi kreatif telah menjadi sektor yang semakin penting karena mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dalam beberapa tahun terakhir. Perjalanan ‘industri kreatif’ menjadi ‘ekonomi kreatif’, kemudian bagaimana ide industri kreatif dan ekonomi kreatif telah berubah dalam 20 tahun terakhir. Konsep dari ekonomi kreatif bisa lebih mudah dipahami saat kita telah mengetahui tentang kreativitas dan inovasi, karena ekonomi kreatif terlahir dari perilaku kreatif dan inovatif.⁴

Ekonomi kreatif diberbagai 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.⁵ Upaya pembangunan ekonomi masyarakat desa dapat diwujudkan melalui konsep ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang berdasar pada informasi dan kreativitas. Dalam hal ini ide dan pengetahuan merupakan factor produksi utama .Seseorang yang memiliki ide atau kreativitas dalam membangun usaha atau bisnis memiliki

³ Rachmawan Budiarto et al., *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*, 4.

⁴ Sri Hardiyanti Sartika, *Ekonomi Kreatif*, 2.

⁵ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru, Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang* (Bandung: Salemba Empat, 2013), 36.

kemampuan untuk mewujudkan ekonomi kreatif. Dengan demikian, sumber daya manusia merupakan kunci utama dalam membangun ekonomi kreatif. Sumberdaya yang kompeten, kreatif dan inovatif memiliki kemampuan untuk mendirikan sebuah usaha atau bisnis yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.⁶

Usaha atau bisnis merupakan kegiatan menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harapan mendapatkan keuntungan melalui penciptaan nilai dan proses transaksi. Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.⁷

Adapun pengembangan UMKM ekonomi kreatif di Desa Totokaton mencakup 20 unit usaha yang mencakup industri film, video, dan fotografi, penerbitan dan percetakan, kerajinan, kuliner, dan musik.

⁶ Syahril, "Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesempatan Kerja Terhadap Pengangguran Di Kabupaten Aceh."

⁷ Dani Danuar Tri U, *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang*, 15.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM di Desa Totokaton

No.	Bidang Industri	Jumlah Unit
1.	Film, Video, dan Fotografi	2 Unit
2.	Penerbitan dan Percetakan	2 Unit
3.	Kerajinan	1 Unit
4.	Kuliner	8 Unit
5.	Musik	2 Unit
6.	Jasa	5 Unit ⁸

Pertumbuhan ekonomi hanya diukur melalui pendapatan nasional. Sedangkan indikator keberhasilan pembangunan ekonomi terdiri dari pendapatan per kapita, indeks kualitas hidup, dan indeks pembangunan manusia.⁹

Dari uraian tersebut dapat menunjukkan bahwa mengembangkan usaha sama artinya mengembangkan kegiatan, mengembangkan produk, penjualan, mengembangkan konsumen, meningkatkan laba, serta mengembangkan nilai produk, manfaat produk serta distribusi produk. Pengembangan merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, baik didunia usaha, maupun masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang,

⁸ Survey Peneliti di Desa Totokaton

⁹ Abd. Rahim, *Ekonomi Pembangunan*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2015)

dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.¹⁰

Di desa Totokaton, dilihat dari perkembangan usaha yang sudah berjalan dalam mewujudkan konsep ekonomi kreatif, terdapat usaha yang berjalan di bidang kuliner dan di bidang jasa. Salah satu usaha yang berjalan yaitu Roti Kue Mochi Basah milik ibu Surati dan bapak Watno dan usaha yang berjalan di bidang jasa yaitu Arsy Laundry milik ibu Lisa Ningrum dan Bapak Fajar Pratama.

Kedua usaha ini sama – sama bersaing dalam bidangnya masing – masing. Dalam berjalannya kegiatan usaha ini jika dilihat dari keseluruhan hasil wawancara peneliti, pendapatan kedua usaha mengalami peningkatan, tapi peningkatan pendapatan itu juga diiringi dengan kendala dan banyaknya pesaing dengan usaha yang sama. Sehingga pendapatan pun menjadi menurun.

Tabel 1.2
Omset dari Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry pada bulan Februari sampai September tahun 2023

Nama UMKM	Roti Kue Mochi Basah	Arsy Laundry
Februari	Rp 1. 650.000,00	Rp 1. 200.000,00
Maret	Rp 1. 300.000,00	Rp 1. 200.000,00
April	Rp 1. 100.000,00	Rp 1. 350.000,00
Mei	Rp 1. 250.000,00	Rp 1. 200.000,00
Juni	Rp 1. 400.000,00	Rp 1. 300.000,00
Juli	Rp 1. 500.000,00	Rp 1. 300.000,00
Agustus	Rp 1. 500.000,00	Rp 1. 300.000,00
September	Rp 1. 500.000,00	Rp 1.300.000,00 ¹¹

¹⁰ Karyoto, *Proses Pengembangan Usaha*, (Jakarta : Prenada Grup, 2021)

¹¹ Wawancara dengan pemilik usaha

Berdasarkan uraian tabel omset di atas adanya beberapa kendala penurunan omset, seperti dalam wawancara peneliti dengan pemilik usaha Roti Kue Mochi Basah sendiri bahwasannya memaparkan kendala usahanya yaitu saat puasa ramadhan dan lebaran idul fitri karena itu banyak sisa dari penjualan kue itu sendiri¹², sedangkan dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik Arsy Laundry memaparkan kendala sehingga terjadi penurunan omset yaitu karena banyak usaha laundry baru yang menawarkan dengan harga dibawah terutama harga jasa setrika.¹³

Kedua UMKM berbasis ekonomi kreatif dari usaha tersebut dipilih dalam penelitian ini karena mampu mengembangkan sentral bisnisnya. Roti Kue Mochi Basah dipilih dalam penelitian ini karena usaha ini dianggap sudah matang dalam usaha karena sudah berdiri selama 10 tahun. Begitu juga Arsy Laundry dipilih dalam penelitian ini karena dianggap sebagai pelopor sebuah usaha Laundry dengan sistem jemput antar barang konsumen. Dengan ini muncul asumsi bahwa kedua UMKM tersebut dapat meningkatkan pendapatan, seiring dengan banyaknya persaingan usaha menyebabkan penurunan pendapatan, namun demikian UMKM terus berupaya mengembangkan dalam meningkatkan strategi yang akan berdampak pada peningkatan ekonomi. Walaupun usaha ini hanya bisa dikatakan home industry namun dari pengembangan usaha yang terus dilakukan seperti media iklan melalui akun sosial media yang dilakukan yaitu WhatsApp dan banner yang dipasang di sekitar rumah, melakukan promosi harga, penawaran dari

¹² Wawancara dengan pemilik usaha Ibu Surati dan Bapak Watno

¹³ Wawancara dengan pemilik usaha Ibu Lisa Ningrum

warung ke warung luar desa, dan ikut menjadi iklan dari kegiatan masyarakat, maka hasil usaha ini dapat menjadikan peningkatan ekonomi yang baik pula. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti secara lebih mendalam mengenai “Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur”

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut ”bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif terhadap peningkatan ekonomi di Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah .

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat penelitian ini antara lain yaitu sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif terhadap peningkatan ekonomi (studi kasus di Desa Totokaton Kecamatan Punggur).

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis adalah hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu bahan informasi dalam upaya menambah dan mengembangkan wawasan dan pengetahuan terutama dalam hal pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

- b. Secara praktis adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan memotivasi bagi pihak pelaku usaha demi kemajuan dan perkembangan usaha di bidang jasa dan di bidang kuliner di Desa Totokaton Kecamatan Punggur.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya .

Untuk itu, tinjauan krisis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini. Sehingga dapat ditemukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berbeda.

Selain itu, dalam penelitian ini dibutuhkan beberapa referensi yang diantaranya adalah kajian pustaka sebagai bentuk pengkayaan akan referensi yang digunakan sebagai dasar dan penguat untuk penelitian ini. Penelitian dalam bentuk skripsi yang telah dilakukan oleh beberapa mahasiswa, sebagai berikut :

Sumber Skripsi	Isi Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1. Riza Fatma, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penghambat pengembangan usaha dan strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam	Persamaannya adalah sama – sama melakukan penelitian tentang pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi	Perbedaannya adalah jika skripsi Riza Fatma tidak hanya mengangkat strategi pengembangan UMKM saja namun juga mengangkat faktor penghambat

Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di 151 A Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram	meningkatkan pendapatan karyawan dan pemilik tahu 151 Adi Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram	masyarakat.	pengembangan UMKM maka lain halnya dengan penelitian penulis yaitu hanya mengangkat staretegi pengembangan UMKM nya saja.
2. Laesa Junita Klisya Onsie Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Dalam Prespektif Islam di Dusun Tumpang Mulya Desa Poncowati Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM klaning berbasis ekonomi kreatif dan mengetahui bagaimana pandangan ekonomi islam mengenai strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan pendapatan pemilik dan karyawan usaha klaning di Dusun Tumpang Mulya Desa Poncowati Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah.	Persamaannya adalah sama – sama melakukan penelitian tentang ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.	Perbedaannya adalah jika skripsi dari Laesa Junita Klisya Onsie melakukan penelitian tentang ekonomi kreatif dalam prespektif islam sedangkan penelitian ini tidak meneliti dalam prespektif islam.
3. Riyanthi Idayu Strategi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengidentifikasi masalah yang dihadapi dan menyusun strategi dalam pengembangan UMKM yang berada di Desa	Penelitiannya adalah sama – sama meneliti tentang staretegi pengembangan UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.	Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Riyanthi Dayu <i>tidak menggunakan variabel berbasis ekonomi kreatif</i> terhadap peningkatan ekonomi kreatif

Kabupaten Pandeglang Banten.	Nembol Kecamatan Mandalawangi Pandeglang.		sedangkan dalam penelitian ini <i>menggunakan</i> <i>variabel ekonomi</i> <i>kratif</i> terhadap peningkatan ekonomi kreatif.
------------------------------------	--	--	---

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Strategi merupakan upaya pengembangan posisi kompetitif perusahaan di tengah persaingan usaha. Sementara itu, strategi adalah sepereangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Strategi meliputi pengidentifikasian dan pengimplementasian tujuan dan rencana tindakan tersebut. Strategi membutuhkan informasi untuk membuat keputusan strategi yang berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran, dan hal lain yang bersifat jangka panjang.

Strategi sebagai sebuah kata mungkin memiliki usia kata yang lebih tua dari istilah manajemen. Strategi sebagai sebuah kosa kata pada mulanya berasal dari Bahasa Yunani, yaitu 'strategos'. Kata 'strategos' ini berasal dari kata 'stratos' yang berarti militer dan 'ag' yang berarti memimpin.¹

Strategi juga didefinisikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran,

¹ Triton, "*Manajemen Strategis Terapan Perusahaan Dan Bisnis*", (Jakarta : Oryza, 2011), 13.

dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komporatif, dan sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan persepektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi.²

Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.³ Perencanaan pengembangan usaha adalah :

- a. Mengatur proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan pengadaan peralatan usaha untuk mencapai tujuan.
- b. Keseluruhan proses hal – hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang sudah ditentukan.
- c. Sebuah selling document tertulis yang disiapkan dan mengungkapkan daya tarik, serta harapan sebuah usaha atau bisnis kepada penyandang dana potensial.
- d. Perkembangan sistematis dari program tindakan dan ditunjukkan pada pencapaian tujuan usaha yang telah disepakati dengan proses analisis, dan seleksi di antara kesempatan – kesempatan pengembangan usaha yang ada.⁴

² Triton, 17.

³ Mey Elisa Safitri and Endang Maryanti, "Buku Ajar Kewirausahaan", (Jawa Tengah : PT. Nasya Expanding Management' 2022), 112.

⁴ Retno Murti Setyorini, "Buku Saku Prakarya (Kerajinan)", (Purbolinggo : Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 66.

Strategi pengembangan usaha adalah memilih dan menganalisis pasar yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran usaha yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia usaha diibaratkan dengan suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditas yang sama sehingga perlu sekali diciptakan strategi pengembangan usaha agar dapat memenangkan peperangan tersebut.⁵

2. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang :

- a. Produksi dan pengolahan;
- b. Pemasaran;
- c. Sumber daya manusia; dan
- d. Desain dan teknologi.⁶

⁵ Idris, *"Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi"*, (Jakarta : Prenada Group, 2015), 278

⁶ Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Suatu strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika secara sengaja organisasi mendesain strategi yang hendak meningkatkan status, kapasitas, dan sumber daya yang pada ujungnya akan melahirkan postur organisasi baru yang berbeda di masa depan.⁷ Menurut Karyoto dalam bukunya menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha adalah untuk meningkatkan kegiatan usaha atau untuk meningkatkan jumlah usaha, seperti :

a. Strategi produk

Produk merupakan hasil akhir atas kegiatan produksi yang dilakukan. Penerapan strategi produk bertujuan untuk memenangkan pasar dan mencapai pasar yang dituju sehingga dapat bersaing dengan produk-produk lainnya, hal ini sesuai dikatakan Assauri yang mengemukakan bahwa tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi pesaing.⁸

Strategi produk menurut Sayid Abas yaitu suatu cara yang akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya yang disebabkan karena adanya strategi produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang dipasarkan itu akan dapat menjual produk dirinya sendiri. Konsumen untuk membeli produk yang dibuat dengan memiliki kelebihan pada fitur dan fitur tersebut dapat berfungsi sesuai yang

⁷ Suwarsono Muhammad, Strategi Pemerintahan (Jakarta: Erlangga, 2018), 86.

⁸ Yupiter Mendrofa, "Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli," Jurnal EMBA Vol. 9, no. 2 (April 2021): 15.

diharapkan. Branding atau nama produk juga sangatlah penting, semakin terkenal brand produk maka peluang menarik konsumen untuk membeli produk tersebut semakin tinggi. Hal tersebut karena faktor kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk. Bahkan, konsumen akan tetap akan menyebut suatu brand meski berbeda merk untuk produk yang sama.⁹

b. Strategi penjualan

Strategi penjualan berbeda dengan strategi pemasaran yang fokus pada marketing dan dominasi pasar, sedangkan strategi fokus pada sistem penjualan dan distribusi dengan tujuan memberi kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan di setiap outlet atau toko yang dikunjungi. Strategi penjualan dapat berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, bergantung pada produk, pasar, konsumen dan tujuan perusahaan. Strategi penjualan harus sejalan dan berintegrasi dengan strategi pemasaran.

Strategi penjualan merupakan rencana perusahaan mengenai sistem penjualan produk dan jasa untuk meningkatkan profit. Strategi penjualan yang disusun dengan baik dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan penjualan yang menakjubkan. Strategi penjualan merupakan petunjuk bagaimana menyampaikan produk

⁹ Sayid Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha* (Ponorgo: Unmuh Ponorogo Press, 2017), 72.

kepada konsumen yang dikenal dengan istilah “*go-to-market*”, secara efisien dan efektif.¹⁰

c. Strategi pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya para produsen ataupun perusahaan dengan konsumen untuk mengadakan transaksi jual dan beli suatu produk barang dan jasa. Perusahaan yang memiliki produk beusia lama atau sudah mencapai usia penurunan sulit untuk mempertahankan pelanggannya. Apabila perusahaan tetap bertahan dengan produk lama tentunya dapat menurunkan angka penjualan di masa mendatang. Strategi pasar adalah cara memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal oleh konsumen, dengan mempunyai tujuan yang diharapkan yaitu mengetahui karakteristik produk yang ingin dijual serta target pasarnya, mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi yang tepat untuk memasarkan produk, dan mengetahui tempat memasarkan produk yang akan dijual serta sistem pendistribusiannya¹¹

d. Strategi distribusi

Distribusi adalah bagaimana cara menyebarluaskan produk atau layanan kepada pengguna akhir.¹² Strategi distribusi berkenaan

¹⁰ Elvie Mulia, *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual* (Jakarta: Gramedia, 2015), 106

¹¹ *Ibid*,

¹² Aji Damanuri dan Yuni Puspitaningrum, “Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 2, no. 2 (Juni 2022): 292.

dengan penentuan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan barang dan jasanya hingga sampai di tangan konsumen.

Distribusi adalah ketersediaan produk dan kemudahan membeli produk, strategi distribusi dapat diukur dari beberapa indikator yaitu :

- 1) Ketersediaan barang adalah ketersediaan produk atau stok barang pada tahapan saluran distribusi.
- 2) Proses pemesanan adalah proses distribusi dari produk ke produsen, proses pemesanan, sampai ke tangan pelanggan.
- 3) Kecepatan dalam pengiriman adalah rute perjalanan pengiriman barang dari batas yang sudah ditentukan oleh produsen.
- 4) Kemudahan dalam memperoleh produk adalah kemudahan mendapat suatu produk dengan pelayanan distribusi yang benar¹³

3. Indikator Pengembangan Usaha

Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omzet penjualan. Tolak ukur perkembangan usaha haruslah parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat nisbi atau bahkan bersifat maya yang sulit untuk dapat dipertanggung jawabkan. Semakin kongkrit tolak ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diraihnya

¹³ Karyoto, Proses Pengembangan Usaha (Batang: Karyoto, 2021), 35–38.

keberhasilan tersebut.¹⁴ Menurut Soleh¹⁵, peningkatan omset penjualan, pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan pelanggan/pembeli sebagai indikator pengukuran perkembangan usaha. Adapun indikator – indikator pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

a. Omset Penjualan sebagai Indikator Perkembangan Usaha

Menurut Peter dan Beaver¹⁶, tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan. Banyaknya omset penjualan juga menunjukkan nilai produksi barang atau jasa yang berhasil dijual oleh pelaku usaha. Kenaikan permintaan pasar akan mendorong para pengusaha untuk meningkatkan kapasitas produksinya dengan sejumlah modal.

b. Laba Usaha sebagai Indikator Perkembangan Usaha

Laba merupakan salah satu indikator kinerja perusahaan karena tujuan utama dari kegiatan operasional yang dijalankan oleh perusahaan adalah memaksimalkan laba. Laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan realisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut.

¹⁴ Zahrah Lathifah, Djuara P. Lubis, “Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah Kuliner Wilayah Solo Raya”, Jurnal Komunikasi Pembangunan, Vol. 16, No. 1, 2018, 80

¹⁵ Nur Hidayah, Achma Hendra Setiawan, “Analisis Perkembangan UMKM Binaan yang Memperoleh Kredit Wibawa dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang”, Jurnal of Economics, Vol. 9, No. 1, 2020, 100-101

¹⁶ Ibid,

c. Jumlah Pembeli atau Pelanggan sebagai Indikator Perkembangan Usaha

Banyaknya jumlah pembeli menunjukkan banyaknya permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Semakin tinggi jumlah pembeli atau pelanggan artinya permintaan konsumen akan barang atau jasa tersebut juga tinggi.

d. Jam Kerja sebagai Indikator Perkembangan Usaha

Menurut KBBI, jam kerja adalah waktu yang dijadwalkan bagi pegawai untuk bekerja. Lamanya seseorang mampu bekerja dalam sehari pada umumnya antara 6 sampai 8 jam. Menurut Arifin mengemukakan bahwa semakin banyak jam kerja yang dipergunakan artinya semakin produktif, hal ini juga mengindikasikan bahwa semakin tinggi jam kerja yang dicapai oleh pedagang atau pelaku usaha maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh.¹⁷

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau

¹⁷ Nur Hidayah, Achma Hendra Setiawan, "Analisis Perkembangan UMKM Binaan yang Memperoleh Kredit Wibawa dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang", *Jurnal of Economics*, Vol. 9, No. 1, 2020, 100-101

badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.¹⁸

Banyak pihak yang memberikan definisi terhadap UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Hal tersebut tidak mengherankan mengingat banyak pihak pula yang berkepentingan terhadap UMKM sehingga masing – masing dari mereka memberikan definisi sesuai dengan kriteria yang diciptakannya sendiri. Meskipun perbedaan – perbedaan ini bisa dipahami dari segi tujuan masing – masing institusi, kalangan yang terlibat dengan kelompok UMKM seperti pembuat kebijakan, konsultan, maupun para pengambil keputusan akan menghadapi kesulitan dalam melaksanakan tugasnya,¹⁹

2. Klasifikasi dan Kriteria UMKM

Dalam prespektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok, yaitu :

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sector informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

¹⁸ Reza Nurul Ichsan, “*Ekonomi Koperasi dan UMKM*”, (Medan, CV. Sentosa Deli Mandiri, 2021), 149

¹⁹ Rachmawan Budiarto, dkk ,”*Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*”,(Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2015) 2.

- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)

Sedangkan kriteria UMKM berdasarkan Asset dan Omzet bisa dijelaskan dalam tabel di bawah ini :²⁰

No.	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Juta - 500 Juta	>300 Juta – 2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 miliar	>2,5 Miliar – 50 miliar

Kriteria jumlah karyawan berdasarkan jumlah tenaga kerja atau jumlah karyawan merupakan suatu tolak ukur yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) untuk menilai usaha kecil atau besar, sebagai berikut:

	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Usaha Besar
Jumlah Tenaga Kerja	>4 orang	5-19 orang	20-99 orang	>100 orang ²¹

²⁰ Nuramalia Hasanah, Saparuddin Muchtar, and Indah Mulia Sari, "*Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*", (Ponorogo : Uwais Inspirasi Indonesia' 2020), 19.

²¹ Nuramalia Hasanah, Saparuddin Muchtar, and Indah Mulia Sari, "*Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*", (Ponorogo : Uwais Inspirasi Indonesia' 2020), 19.

C. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Secara umum, ekonomi kreatif (*creative economy*) diartikan sebagai suatu konsep perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifikan informasi dan kreativitas, dengan mengedepankan ide dan berbagai pengetahuan dari sumber daya manusia itu sendiri, sebagai faktor produksi yang paling utama. Dan menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan asset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi²² dan pengembangan :

- a. Dapat mendorong peningkatan pendapat, penciptaan lapangan kerja, dan pendapatan ekspor sambil mempromosikan inklusi sosial, keragaman budaya dan kemanusiaan perkembangan.
- b. Ini mencakup aspek ekonomi, budaya dan sosial yang berinteraksi dengan teknologi, kekayaan intelektual dan tujuan pariwisata.
- c. Ini adalah serangkaian kegiatan ekonomi berbasis pengetahuan dengan perkembangan dimensi dan keterkaitan lintas sectoral di tingkat makro dan mikro untuk perekonomian secara keseluruhan.
- d. Ini adalah pilihan pembangunan yang layak yang menyerukan tanggapan kebijakan yang inovatif dan multidisipliner dan tindakan antar kementerian.

²² Sopanah, Syamsul Bahri, and Mohammad Gozali, "Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal", (Surabaya : Scopindo Media Pustaka' 2020), 2.

- e. Di jantung ekonomi kreatif adalah industri kreatif.²³

2. Sektor – Sektor dalam Ekonomi Kreatif

Sub Sektor yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif yaitu sebagai berikut :

a. Pengembangan Permainan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan computer atau pun android serta IOS maupuun video yang bersifat hiburan semata, tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

b. Kriya

Seni kriya merupakan salah satu subsector yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Berdasarkan dari bahan baku industri ini meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil.

c. Desain Interior

Saat ini potensi desain interior memiliki prospek yang baik, hal tersebut berkaitan dengan masih tumbuhnya pembangunan pemukiman dan pembangunan dari bangunan komersial seperti bangunan hotel, perkantoran, serta pusat perbelanjaan.

d. Musik

²³ Sri Hardiyanti Sartika, "*Ekonomi Kreatif*", (Yayasan Kita Menulis, 2022), 9.

Kegiatan kreatif ini lebih menekankan pada pengembangan industri musik yang diharapkan dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi pelaku yang terlibat di dalamnya dan memberikan kualitas hidup bagi penikmatnya. Kegiatan ini menysasar pada artis, penulis lagu, penulis lirik, penata musik, komposer, produser, sound engineer, music director, dan session player.

e. Seni Rupa

Kegiatan kreatif ini berkaitan dengan seni rupa modern dan kontemporer yang berdasar pada nilai - nilai seni murni, dengan menyertakan Seni Rupa Tradisional sebagai sektor yang menjadi inspirasi, melingkupi: seluruh lingkup akademis, yaitu seni terapan dan seni murni; dan lingkup produk, baik itu sebagai karya seni maupun sebagai produk pengetahuan.

f. Desain Produk

Sub sektor ekonomi kreatif desain produk berkaitan dengan proses kreasi sebuah produk yang memasukkan unsur fungsi dengan estetika.

g. Fesyen (Fashion)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi desain pakaian, alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, dan juga bisa terkait dengan distribusi produk fesyen.

h. Kuliner

Kegiatan kreatif ini memiliki 2 ruang lingkup, yaitu bidang jasa kuliner dan barang kuliner. Jasa kuliner meliputi restoran dan jasa boga, sedangkan barang kuliner meliputi specialty foods.

i. Film, Animasi, dan Video

Subsektor film, animasi, dan video memiliki prospek ke depan yang baik dan merupakan salah satu subsector ekonomi kreatif yang memiliki pertumbuhan tercepat.

j. Fotografi

Kegiatan kreatif ini difokuskan pada fotografi profesional, yaitu fotografi jurnalistik, fotografi komersial, dan fotografi seni, yang meliputi seluruh genre dalam fotografi, yang didorong untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing profesi fotografer Indonesia.

k. Desain Komunikasi Visual

Potensi desain komunikasi visual masih perlu ditingkatkan, hal tersebut dikarenakan masih rendahnya kepedulian pasar terkait dengan desain. Hasil karya desain grafis sering dinilai dengan harga yang kurang layak. Padahal para desainer grafis membutuhkan proses yang cukup panjang dalam bekerja, dari memikirkan filosofi, mengolah desain sehingga mempunyai makna, dan menghasilkan produk jadi.

l. Televisi dan Radio

Kegiatan kreatif ini berfokus pada pengembangan konten, bukan pada kegiatan penyiarannya. Ruang lingkup konten televisi mencakup empat kategori besar, yaitu berita lunak, program hiburan, permainan, serta musik dan pertunjukan, sedangkan konten radio mencakup: berita, siaran lepas, siaran dengan naskah, dan musik.

m. Arsitektur

Aktivitas desain berkaitan dengan desain bangunan secara keseluruhan, mulai dari level makro (perencanaan kota, tata kota, arsitektur lanskap) hingga level mikro (detail konstruksi).

n. Periklanan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yaitu komunikasi satu arah dengan menggunakan media dan target tertentu. Termasuk proses membuat, menggunakan, dan mendistribusikan iklan yang dihasilkan, misalnya dimulai dengan riset pasar, diikuti dengan rencana komunikasi periklanan, alat periklanan luar ruang, produksi bahan iklan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

o. Seni Pertunjukan

kegiatan kreatif ini berkaitan dengan seni pertunjukan itu sendiri, perkembangan atau genre, pengelolaan kelompok, gubahan bentuk, serta berdasarkan bentuk penyajian dan konsumsi. Seni pertunjukan disajikan sebagai produk seni yang dipentaskan untuk

dinikmati/dikonsumsi sebagai produk seni, bukan sebagai jasa seni. Seni pertunjukan sebagai jasa dapat dilihat pada seni pertunjukan sebagai pengisi acara even non-seni budaya, pengisi acara TV, wedding singer, dan home band. Fokus pengembangan seni pertunjukan antara lain: tari, teater, musik, dan lintas disiplin (wayang, sendratari, sastra lisan).

p. Penerbitan

Kegiatan kreatif ini tidak hanya terfokus pada penerbitan buku, melainkan penerbitan media berkala, piranti lunak, permainan interaktif, atau penerbitan lainnya seperti musik, video, maupun film dan animasi.

q. Aplikasi

Seiring dengan semakin meningkatnya penetrasi *smartphone*, industry pengembangan aplikasi semakin meningkat dan menjadi subsector yang berpotensi besar ke depannya.²⁴

D. Peningkatan Ekonomi

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).²⁵ Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang

²⁴ Titik Purwanti, dkk, “*UMKM Membangun Ekonomi Kreatif*”, (Sumatera Barat : PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 56-62

²⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 185.

yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu.²⁶

Menurut Gregori Mankiw menyebutkan pendapatan masyarakat sebagai pendapatan perorangan (personal income) yaitu pendapatan yang diterima rumah tangga dan bisnis ekonomi non perusahaan.²⁷

Kontribusi pendapatan dari satu jenis kegiatan terhadap total pendapatan rumah tangga tergantung pada produktivitas faktor produksi yang digunakan dari jenis kegiatan yang bersangkutan. Stabilitas pendapatan rumah tangga cenderung dipengaruhi dominasi sumber-sumber pendapatan. Jenis-jenis pendapatan yang berasal dari sektor pertanian umumnya tidak terkait dengan musim dan dapat dilakukan setiap saat sepanjang tahun.²⁸

Kemakmuran masyarakat tidak semata-mata hanya didasarkan pada tolak ukur besarnya pendapatan nasional dan pendapatan per kapita, namun juga bagaimana pendapatan nasional itu didistribusikan secara lebih merata ataukah timpang. Ini adalah masalah keadilan, dan tidak berarti pendapatan nasional didistribusikan secara merata sempurna dianggap adil. Pendapatan dianggap didistribusikan secara merata sempurna bila setiap individu memperoleh bagian yang sama dengan output perekonomian. Tetapi distribusi pendapatan menjadi sangat tidak

²⁶ Reksoprayitno, "Sistem Ekonomi Dan Demokrasi Ekonomi", (Jakarta : Bina Grafika, 2004), 79.

²⁷ Gregori Mankiw, "Pengantar Ekonomi Jilid 2", (Jakarta: Erlangga, 2003), 130.

²⁸ M.TH. Handayani and Ni Wayan Putu Artini, "Kontribusi Pendapatan Ibu Rumah Tangga Pembuat Makanan Olahan Terhadap Pendapatan Keluarga," 9.

adil bila bagian sangat besar output nasional dinikmati oleh segelintir kelompok masyarakat.²⁹

2. Jenis- Jenis pendapatan

Menurut teori konsumsi dengan hipotesis pendapatan permanen dari Milton Friedman, pendapatan masyarakat digolongkan menjadi dua yaitu:

- a. Pendapatan permanen (permanen income) yaitu pendapatan yang selalu diterima pada periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya. Misalnya pendapatan dari gaji atau upah, pendapatan permanen disebut juga pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan. Secara garis besar pendapatan permanen ini dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

- 1) Gaji dan upah

Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.

- 2) Pendapatan dari usaha sendiri

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dari biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

²⁹ Prathama Rahardja and Mandala Manurung, *"Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi Dan Makroekonomi) Edisi Ketiga"*, (Jakarta : Lembaga Fakultas Ekonomi UI, 2008), 245.

3) Pendapatan dari usaha lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan antara lain pendapatan dari hasil menyewakan asset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun dan lain-lain.

- b. Pendapatan sementara yaitu pendapatan yang dapat diperkirakan sebelumnya, yang termasuk dalam kategori pendapatan ini adalah dana sumbangan, hibah dan lain sebagainya yang sejenis.³⁰

Teori konsumsi Jhon Maynard Keynes menjelaskan bahwa konsumsi saat ini (current consumption) sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposabel saat ini (current disposable income). Menurut Keynes, ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung tingkat pendapatan. Artinya, tingkat konsumsi tersebut harus dipenuhi, walaupun tingkat pendapatan sama dengan nol. Itulah yang disebut dengan konsumsi otonomus (autonomus consumption). Jika pendapatan disposabel meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat, hanya saja peningkatan konsumsi tersebut tidak sebesar peningkatan pendapatan disposabel.

Pendapat lain yang dilakukan oleh Keynes dalam fungsi konsumsi adalah pendapatan yang terjadi (current income), bukan

³⁰ Umi Rohmah, *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam*, 45–47.

pendapatan yang diperoleh sebelumnya, dan bukan pula pendapatan yang diperkirakan terjadi di masa datang (yang diharapkan).³¹

Sedangkan pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.
- b. Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

Sedangkan pendapatan menurut bentuknya dibedakan menjadi:

- a. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan yang sifatnya regular dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa, sumber utamanya berupa gaji, upah, bangunan, pendapatan bersih dari usaha sendiri dan pendapatan dari penjualan seperti: hasil sewa, jaminan sosial. Premi asuransi.
- b. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya regular dan biasanya tidak berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang..

Menurut Yudhohusodo, tingkat pendapatan seseorang dapat digolongkan dalam empat golongan yaitu:

³¹ Prathama Rahardja and Mandala Manurung, "*Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi Dan Makroekonomi) Edisi Ketiga*", (Jakarta : Lembaga Fakultas Ekonomi UI, 2008), 258–59.

- a. Golongan yang berpenghasilan rendah (*low income group*) yaitu pendapatan rata-rata dari Rp150.000 perbulan.
- b. Golongan berpenghasilan sedang (*moderat income group*) yang pendapatan rata-rata Rp150.000 – Rp450.000 perbulan.
- c. Golongan berpenghasilan menengah (*middle income group*) yaitu pendapatan rata-rata yang diterima Rp450.000 – Rp900.000 perbulan.
- d. Golongan berpenghasilan tinggi (*high income group*) yaitu rata-rata pendapatan lebih dari Rp900.000.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

Menurut Bintari, Suprihatin, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut.³²

- a. Kesempatan kerja yang tersedia. Dengan semakin tinggi atau semakin besar kesempatan kerja yang tersedia berarti banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- b. Kecakapan dan keahlian kerja. Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan. Kekayaan yang dimiliki, jumlah kekayaan yang dimiliki seseorang juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh. Semakin banyak kekayaan yang dimiliki berarti semakin besar peluang untuk mempengaruhi penghasilan.

³² Umi Rohmah, *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam*, 49–50.

- c. Keuletan kerja. Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan dan keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila suatu saat mengalami kegagalan, maka kegagalan tersebut dijadikan bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.
- d. Banyak sedikitnya modal yang digunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap penghasilan yang diperoleh.

Menurut Glimer dalam Edi Sutrisno, faktor-faktor yang mempengaruhi kesempatan kerja adalah.³³

- a. Kesempatan untuk maju
- b. Dalam hal ini ada tidaknya kesempatan untuk memperoleh pengalaman dan peningkatana kemampuan selama bekerja
- c. Keamanan kerja
Faktor ini disebut sebagai penunjang kepuasan kerja baik bagi karyawan. Keadaan yang aman sangat mempengaruhi perasaan karyawan saat bekerja
- d. Gaji/upah
Gaji/upah lebih banyak menyebabkan ketidakpuasan, dan jarang orang mengekspresikan kepuasan kerjanya dengan sejumlah uang yang diperolehnya

³³ Edy Sutrisno, "*Manajemen Sumber Daya Manusia*,"(Jakarta : Kencana, 2017) 77–78.

e. Perusahaan dan manajemen

Perusahaan dan manajemen yang baik adalah yang mampu memberikan situasi dan kondisi kerja yang stabil

f. Pengawasan

Sekaligus atasannya, supervise yang buruk dapat berakibat absensi dan turn over

g. Faktor interistik dari pekerjaan

Atribut yang ada dalam pekerjaan masyarakat keterampilan tertentu. Sukar dan mudahnya serta kebanggaan akan tugas dapat meningkatkan atau mengurangi kepuasan

h. Kondisi kerja

Termasuk di sini kondisi tempat, ventilasi, penyiaran, kantin, dan tempat parkir

i. Aspek social dalam pekerjaan

Merupakan salah satu sikap yang sulit digambarkan tetapi dipandang sebagai faktor yang menunjang puas atau tidaknya dalam bekerja

j. Komunikasi

k. Fasilitas

Fasilitas rumah sakit, cuti, dana pension, atau perumahan merupakan standar suatu jabatan dan apabila dapat dipenuhi akan menimbulkan rasa puas.

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat yaitu:

a. Faktor-faktor ekonomi

Faktor ekonomi yang menentukan tingkat konsumsi yaitu pendapatan rumah tangga, kekayaan rumah tangga, jumlah barang-barang konsumsi tahan lama dalam masyarakat, tingkat bunga, perkiraan tentang masa depan, dan kebijakan pemerintah mengurangi ketimpangan distribusi pendapatan.

b. Faktor-faktor demografi (kependudukan)

Yang tercakup dalam faktor-faktor kependudukan yaitu pertama. Jumlah penduduk, jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata orang atau per keluarga relatif rendah. Kedua, komposisi penduduk, komposisi penduduk suatu negara dapat dilihat dari beberapa klasifikasi diantaranya: usia (produktif dan tidak produktif), pendidikan (rendah, menengah, tinggi), dan wilayah tinggal (perkotaan dan pedesaan).

c. Faktor non ekonomi

Faktor non ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial-budaya masyarakat. Misalnya, berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika, dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat.³⁴

³⁴ Prathama Rahardja and Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi Dan Makroekonomi) Edisi Ketiga*, (Jakarta : Lembaga Fakultas Ekonomi UI, 2008), 264-68.

Berdasarkan uraian tersebut bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan masyarakat ada hubungannya dengan faktor yang mempengaruhi kesempatan kerja. Dikarenakan banyak aspek yang mempengaruhi tingkat pendapatan masyarakat untuk bekerja bahkan sudah bekerja disuatu usaha kecil menengah.³⁵

³⁵ Riza Fatma, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat*, 43.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau sering dikenal dengan *field research*. Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagaimana terjadi di lokasi tersebut.¹

Berdasarkan pengertian di atas, maka penelitian ini akan menguraikan keadaan yang terjadi dengan jelas dan terperinci, yaitu mencari dan memaparkan pengetahuan yang didapat untuk melihat fokus masalah yang ditentukan.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu data yang bukan berbentuk angka atau nominal tertentu, tetapi lebih sering berbentuk kalimat pertanyaan, uraian, deskripsi, yang mengandung suatu makna dan nilai tertentu yang diperoleh melalui instrumen penggalan data khas kualitatif seperti wawancara, observasi, analisis dokumen dan sebagainya.²

¹ Abdurrahmat Fatoni, *Metode Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Skripsi*, 96.

² Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Group Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, 10.

Menurut Husein Umar, deskriptif adalah “menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari sesuatu gejala tertentu”. Kualitatif merupakan penelitian yang mengungkapkan suatu fenomena melalui deskripsi bahasa non statistik secara holistik.³

Penelitian bersifat deskriptif kualitatif dalam penulisan ini adalah menggambarkan suatu fakta secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks melalui pengumpulan data dan kenyataan yang ada sesuai dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Data yang diperoleh dengan wawancara langsung dengan pihak- pihak yang terkait . Data ini dikumpulkan dari hasil wawancara langsung dengan pemilik usaha Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry, karyawan Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry, dan Konsumen.

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek tempat asal data dapat diperoleh, dapat berupa bahan pustaka, atau orang (orang atau responden).⁴ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh

³ Husain Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, 22.

⁴ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, 151.

subyek yang dapat dipercaya.⁵ Data primer juga merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan dari sumber asli oleh orang yang melakukan penelitian.⁶ Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau teknik penentuan dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁷ Jadi dalam penelitian ini peneliti menentukan sumber informan yang dianggap dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti memperoleh informasi dari:

- a. Pemilik usaha pada usaha Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry
- b. Karyawan Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry
- c. Ada 30 konsumen dari Roti Kue Mochi Basah dan 24 konsumen Arsy Laundry, peneliti mengambil masing – masing 3 konsumen dengan kriteria konsumen lama dan konsumen sering.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang dijadikan pelengkap guna melancarkan proses penelitian, data sekunder ini dilakukan melalui studi kepustakaan, baik dari pustaka buku maupun dokumentasi atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian. Data sekunder juga merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.⁸ Data sekunder yang digunakan dalam

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 22.

⁶ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, 146.

⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, cv, 2017), 85

⁸ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, 146.

penelitian ini diperoleh dari buku – buku (seperti buku Pengembangan Usaha yang ditulis oleh Triton, Ekonomi Kreatif yang ditulis oleh Sri Hardiyanti Sartika, Sopanah, Syamsul Bahri dan Mohammad Gozali, dan Peningkatan Ekonomi yang ditulis oleh Titik Purwanti) dan ditambah dengan sumber - sumber sekunder lainnya yang berhubungan dengan penelitian seperti artikel, jurnal, yang sesuai dengan judul penelitian sebagai dasar acuan terhadap penelitian yang dibuat.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Interview (wawancara) adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.⁹ Wawancara adalah metode pengumpulan data yang amat populer, karena itu banyak digunakan di berbagai penelitian.¹⁰

Wawancara yang digunakan peneliti yaitu wawancara semi struktur atau *semistructur interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas.¹¹ Pelaksanaannya lebih terbuka, hal ini agar menemukan jawaban dari permasalahan yang ada.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan Pemilik Usaha Roti Kue Mochi Basah (Bapak Watno dan Ibu Surati),

⁹ Cholid Narbuka and Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*, 44.

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 155.

¹¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, cv, 2017), 231-233.

Pemilik Usaha Arsy Laundry (Ibu Lisa Ningrum dan Bapak Fajar Pratama), Karyawan (Ibu Wati karyawan Arsy Laundry dan Bapak Ridwan karyawan Roti Kue Mochi Basah), dan 4 Konsumen (Titik Ismiyati dan Damanuri selaku konsumen Roti Kue Mochi Basah dan Lestari Ningsih dan Fitriana Rahmawati selaku konsumen Arsy Laundry).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Teknik ini biasanya digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa data sekunder.¹² Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian meliputi catatan-catatan, laporan kegiatan, foto-foto dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan data berupa catatan - catatan atau laporan kegiatan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.¹³

Dalam penelitian ini peeliti menggunakan dokumentasi untuk mengumpulkan data yang bersifat dokumenter seperti, foto wawancara, foto lokasi usaha, dan foto produk.

D. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data tidak hanya digunakan untuk menyanggah apa yang telah dituduhkan kepada konsep penelitian kualitatif, yang mengatakan bahwa penelitian ini tidak bersifat ilmiah, tetapi teknik pemeriksaan

¹² Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, 183.

¹³ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya, 2019), 201.

keabsahan data ini merupakan sebagai tahapan yang tidak dapat dipisahkan dari tubuh pengetahuan pada penelitian kualitatif.

1. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas terdiri dari triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Jenis triangulasi dalam penelitian ini menggunakan ketiga triangulasi.

a. Triangulasi Sumber

Digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui berbagai sumber. Sumber yang diwawancarai pada UMKM ini adalah pemilik dan karyawan.

b. Triangulasi Teknik

Digunakan untuk menguji kredibilitas kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Data yang diperoleh dari wawancara dicek melalui dokumen yang diperoleh dari objek pengamatan.

c. Triangulasi Waktu

Digunakan untuk menguji kredibilitas dengan melakukan pengecekan kembali terhadap data sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama, namun dengan waktu yang berbeda.¹⁴

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Dengan data yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik dan karyawan secara langsung. Dari sumber data tersebut akan dideskripsikan dengan menyertakan foto sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya.

¹⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, cv, 2017), 270.

E. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian penting dalam proses penelitian karena dengan analisis inilah, data yang ada akan tampak manfaatnya, terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian.¹⁵ Analisa data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan uraian sumber dasar yang membedakan dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan antara dimensi-dimensi uraian.¹⁶

Dalam hal analisis data ini peneliti menggunakan data kualitatif yaitu kegiatan menganalisa data berupa bahan yang diperoleh dari pengamatan dan informasi yang diberikan oleh informan kemudian membahas dan menguraikannya baik dari hal-hal yang bersifat umum kemudian menarik suatu kesimpulan.¹⁷

¹⁵ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, 189.

¹⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 103.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 345.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Usaha

1. Roti Kue Mochi Basah

Perekonomian Desa Totokaton dapat berjalan dengan salah satu unit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner yaitu Roti Kue Mochi Basah. Usaha ini dikelola oleh pemiliknya sendiri, yaitu ibu Surati dan bapak Watno. Awal mula usaha tersebut dapat berdiri dikarenakan kondisi perekonomian keluarga saat itu masih di bawah dan tidak ada sumber mata pencaharian. Oleh karena itu, Usaha ini mulai dirintis sejak awal tahun 2014 untuk membangun perekonomian keluarga yang lebih baik. Roti Kue Mochi Basah adalah nama label yang terdapat pada produk. Hal ini dibuktikan adanya hasil wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola usaha mengatakan bahwa :

“Dulu alasan saya mendirikan usaha ini karena ekonomi saya masih dibawah ditambah lagi saya sama suami saya tidak punya penghasilan yang tetap kebetulan saya pindahan dari karang terus saya melihat di daerah sini belum ada usaha seperti saya sekarang ini makanya saya nekat membuka usaha di awal tahun 2014 dengan nama usahanya Roti Kue Mochi Basah.”¹

Kemampuan pemilik dalam pembuatan produk bermula ketika ditawari oleh saudaranya untuk belajar proses pembuatan yang sudah berjalan di Tanjung Karang. Setelah itu, ibu Surati dan Bapak Watno memutuskan

¹ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pemilik Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

untuk pindah ke Desa Totokaton untuk memulai dan mengembangkan usaha hingga sekarang. Roti Kue Mochi Basah memiliki 3 varian rasa yaitu coklat, kelapa, dan kacang hijau. Wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola usaha mengatakan bahwa :

“Karyawan saya dulu ada 4 disetiap bagian produksi itu ada sendiri – sendiri mulai dari pembuatan roti pengemasan pengampasan tapi karena pandemi kemarin ini penjualan menurun penghasilan hanya cukup untuk kebutuhan keluarga makanya mau tidak mau saya berhentikan dan usaha ini saya kelola dengan suami saya saja”.²

Dari hasil wawancara yang dilakukan, usaha Roti Kue Mochi Basah sebelumnya memiliki 4 karyawan yang masing-masing ditempatkan di bagian pembuatan produk, pengemasan, dan bagian pengampasan. Namun karena pandemic *covid-19*, karyawan bagian pembuatan produk dan pengemasan diberhentikan dan sekarang hanya ada 1 karyawan dibagian pengampasan.

2. Arsy Laundry

Usaha yang bergerak di bidang jasa yaitu Arsy Laundry milik ibu Lisa Ningrum dan Bapak Fajar Pratama, berdiri sejak awal tahun 2020, bermula karena pandemi covid-19 pemilik merasa kondisi ekonomi yang menurun lalu membuka usaha Laundry ini. Tidak mudah bagi pemilik karena masa pandemi banyak orang merasa khawatir dan berfikir akan mudah terkena virus, namun pemilik tetap optimis dan mampu mempertahankan usaha ini hingga sekarang.

² Wawancara dengan Ibu Surati selaku pemilik Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara kepada Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola usaha Arsy Laundry mengatakan bahwa :

“Laundry ini dulu saya dirikan tahun 2020 awal – awal covid itu karena ekonomi lagi turun juga karena memang udah ada rencana sebelumnya, awal buka sedikit ragu juga karena ada orang yang mau laundry takut kena virus tapi alhamdulillah sampai sekarang laundry ini masih bertahan saya juga punya 1 karyawan awal buka semua saya kerjakan sendiri sama suami saya”.³

Awal berdirinya usaha ini semua pekerjaan dikerjakan sendiri oleh pemilik, mulai dari pengambilan barang, mencuci, menyetrika sampai pengantaran barang yang sudah bersih. Kemudian, setelah pandemi berakhir pemilik merasa terbebani dengan padatnya jadwal kerja dari pemilik sendiri, maka pemilik memutuskan untuk memperkerjakan 1 karyawan bagian menyetrika dan packing baju yang sudah bersih, selain pekerjaan tersebut semua pekerjaan dilakukan sendiri oleh pemilik. Berikut wawancara dengan pengelola usaha Ibu Lisa Ningrum:

B. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi pada Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry

Strategi pengembangan usaha merupakan rencana menyusun kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang usaha yang menyediakan barang/produk dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka agar dapat bertahan dan *survive* dari pesaing. Data yang digunakan dalam

³ Wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pemilik Usaha Arsy Laundry pada tanggal 3 febuari 2024

penelitian ini merupakan hasil wawancara kepada pelaku usaha, karyawan, dan konsumen.

Menurut hasil wawancara kepada Ibu Surati dan Ibu Lisa Ningrum sebagai pengelola usaha, narasumber memaparkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan adalah terus mengenalkan usaha agar dikenal masyarakat luas, mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk dan jasa dan bertahan dari banyak pesaing yang ada disekitar.

1. Roti Kue Mochi Basah

Hasil wawancara kepada Ibu Surati sebagai pengelola usaha memaparkan bahwa strategi yang dilakukan dengan menawarkan produk secara langsung seperti ke kantin atau koperasi sekolah – sekolah, warung, dan kantin rumah sakit. Berikut wawancara dengan pengelola usaha Ibu Surati :

“Roti Kue Mochi Basah dulu cuma ada di warung – warung sekitar sini saya titipin nanti 5 hari diambil ganti yang baru alhamdulillah sekarang ini saya juga menawarkan ke kantin sekolah MTs sama Aliyah itu kan gabung trus SMK Karya Wiyata sama kantin rumah sakit di rumah sakit umum”⁴

Dalam pemenuhan target guna meningkatkan pendapatan, pelaku usaha melakukan beberapa cara dalam pemenuhan target penjualan, narasumber memaparkan bahwa pemenuhan target dilakukan dengan promosi melalui media sosial baik pemilik sendiri maupun karyawan, menambah jumlah produksi dengan varian yang berbeda, memperluas

⁴ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pemilik Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

sasaran penjualan, serta meningkatkan pelayanan bagi konsumen. Hal tersebut terus dilakukan yang tidak hanya dari pengelola usaha sendiri namun juga karyawan dengan meningkatkan kinerja agar memuaskan konsumen. Sayangnya usaha ini masih menggunakan peralatan yang sederhana dalam pemenuhan target produksi dan menyebabkan produksi kurang efisien.⁵

Menurut wawancara dengan pelaku usaha, narasumber mamaparkan bahwa melakukan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan usaha Roti Kue Mochi Basah dengan menciptakan produk dengan rasa baru dan mempertahankan roti dengan rasa yang khas. Berikut wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola usaha :

“Untuk pengolahannya saya masih menggunakan peralatan sederhana sampai sekarang ini mungkin dinilai kurang efisien tapi kami tetap berusaha untuk melakukan inovasi dari rotinya sendiri yang sekarang ini ada 3 rasa ada coklat kelapa dan kacang hijau”.⁶

Berikut foto dari varian rasa Roti Kue Mochi Basah :

Gambar 1. 1
Varian Roti Kue Mochi Basah
Rasa kacang hijau

⁵ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

⁶ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024



Gambar 1. 2
Varian Roti Kue Mochi Basah
Rasa kelapa



Gambar 1. 3
Varian Roti Kue Mochi Basah
Rasa coklat



Menurut wawancara dengan bapak Ridwan sebagai karyawan Roti Kue Mochi Basah, narasumber mengatakan bahwa sudah bekerja kurang lebih selama 1 tahun sebagai pengampas roti dengan jam kerja 3x dalam 1 minggu. Sistem upah yang dilakukan yaitu pembayaran setiap minggu sebesar Rp 350.000,00. Berikut wawancara dengan Bapak Ridwan selaku karyawan Roti Kue Mochi Basah :

“Saya udah ikut bu Surati kurang lebih 1 tahun, saya kerja seminggu 3x harinya disesuaikan sama rotinya kira – kira hari ini sudah siap untuk diampas atau belum, gaji saya mingguan setiap hari minggu 350 ribu”⁷

Menurut narasumber dengan meningkatkan kualitas produk dan memperluas pemasaran adalah upaya yang sudah dilakukan oleh pemilik agar usaha tetap berjalan. Narasumber juga mengatakan bahwasanya ikut serta dalam pemasaran dengan mengenalkan produk kepada masyarakat luas..

Adapun hasil wawancara kepada beberapa konsumen usaha Roti Kue Mochi Basah:

b. Menurut wawancara dengan Bapak Daman nuri selaku konsumen Roti

Kue Mochi Basah mengatakan bahwa :

“Roti Mochi di warung saya ini cukup banyak penggemarnya dari anak – anak samapai orang tua pada suka kata mereka enak rotinya apa lagi kalau baru datang masih baru gitu cepet abisnya”⁸

⁷ Wawancara dengan Bapak Ridwan selaku karyawan Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

⁸ Wawancara dengan Bapak Daman nuri selaku konsumen Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 4 febuari 2024

Dari hasil wawancara tersebut penjualan Roti Kue Mochi Basah di warungnya cukup ramai penggemarnya tidak hanya dari anak – anak bahkan kalangan orang tua pun menyukai apalagi ketika barang baru datang karena rasanya yang khas dan enak.

- c. Menurut wawancara dengan Ibu Titik Ismiyati selaku konsumen Roti Kue Mochi Basah mengatakan bahwa ;

“Saya udah langganan Roti Kue Mochi sekitar 2 tahun lebih yang beli bilang rasanya enak lembut paling dicari itu rasa kacang hijau”⁹

Roti Kue Mochi Basah adalah salah satu jenis roti yang banyak dicari terutama rasa kacang hijau karena memiliki rasa yang khas dengan varian rasanya yang berbeda, sudah lebih dari 2 tahun beliau menjual produk Roti Kue Mochi Basah.

2. Arsy Laundry

Hasil wawancara kepada Ibu Lisa Ningrum selaku pemilik usaha , narasumber memaparkan bahwa strategi yang digunakan yaitu promosi melalui akun media sosial seperti Facebook dan WhatsApp namun untuk sekarang lebih aktif di WhatsApp saja. Berikut wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Arsy Laundry :

“Kalau untuk pengenalan usaha ini saya lewat WA lebih aktifnya sekarang kalau FB tidak sesering di WA tidak pasti waktunya bisa satu dua bulan sekali kalo di FB”¹⁰

⁹ Wawancara dengan Ibu Titik Ismiyati selaku konsumen Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 4 febuari 2024

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Usaha Arsy Laundry pada tanggal 3 febuari 2024

Usaha ini juga melakukan pengenalan usaha dengan cara tradisional yaitu dari mulut ke mulut atau mengandalkan relasi.

Gambar 1. 4
Akun Facebook Arsy Laundry



Gambar 1. 5
Akun WhatsApp Arsy Laundry



Gambar 1. 6
Promo Arsy Laundry



Peningkatan model produk dari Arsy Laundry sendiri dari yang sebelumnya hanya menerima jasa laundry berupa pakaian dan bedcover saja sekarang juga menerima jasa laundry boneka karpet dan juga sepatu.

“Sistem laundry saya ini jemput antar jadi konsumen tetap dirumah tinggal telepon saya atau suami saya lebih seringnya ke saya untuk ambil laundrynya nanti suami saya ambil kalau udah bersih di press plastic nya lalu di antar ke rumahnya lagi, dulu cuma nerima pakaian paling berat paling bedcover kalau sekarang bisa karpet juga boneka sepatu”¹¹

Agar suatu produk memiliki daya tarik tersendiri, maka pelaku usaha menjaga kualitas produk dengan melakukan kreativitas dan inovasi. Narasumber mengatakan bahwa dengan menyediakan layanan antar jemput barang dan packing barang yang sudah bersih dengan press plastic adalah kreativitas dan inovasi yang sudah dilakukan hingga saat ini

¹¹ Wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Usaha Arsy laundry pada tanggal 3 febuari 2024

Menurut hasil wawancara kepada Ibu Suyati selaku karyawan Arsy Laundry, diperoleh informasi bahwasannya narasumber sudah bekerja selama 2 tahun dengan jam kerja setiap hari, ia bekerja bagian setrika baju. Sistem upah yang dilakukan adalah menghitung berat barang setrika dengan harga Rp 1.000,00/ kg. Upah dibayarkan setiap harinya setelah beliau selesai bekerja, upah yang biasa ia terima Rp. 25.000,00 sampai Rp 40.000,00. Berikut wawancara dengan Ibu Suyati selaku karyawan Arsy Laundry :

“saya ini termasuk karyawan yang bertahan lama disini saya sudah bekerja selama 2 tahun setiap hari nya saya kerja cuma untuk jam nya tidak pasti karena saya juga sering ke sawah dulu juga sistem bayarnya kan borongan gitu per kg jadi saya bisa nyambi kerja dirumah dulu, untuk gajinya setiap hari biasanya saya bisa 25 ribu sampai 40 ribu”.¹²

Menurut narasumber usaha Laundry ini terus melakukan pembelajaran dan peningkatan mutu pelayanan guna mengembangkan usaha dan menjaga usaha ini agar tetap berjalan. Narasumber juga mengatakan bahawa selaku karyawan hanya ikut serta dalam melakukan pemasaran secara tradisional dari mulut ke mulut.

Adapun wawancara kepada beberapa konsumen Arsy Laundry :

1. Menurut wawancara kepada Ibu Lestari Ningsih selaku konsumen pelanggan Arsy Laundry mengatakan :

¹² Wawancara dengan Ibu Suyati selaku karyawan Arsy laundry pada tanggal 3 febuari 2024

“saya tau Arsy Laundry ini dari teman saya lewat statusnya di WA saya coba disini alhamdulillah saya suka Arsy Laundry karena yang pastinya murah sesuai dengan harga intinya pelayanan juga bagus apalagi sistem antar jemput yang sangat membantu bagi saya”.¹³

Dari hasil wawancara tersebut bahwa, jasa yang diberikan oleh Arsy Laundry cukup memuaskan, pelayanan baik dan harga pun terjangkau. Dengan sistem antar jemput barang juga sangat membantu. Narasumber juga mengatakan awal mula mengetahui Arsy Laundry dari postingan yang dishare oleh temannya di WhatsApp, beliau sudah berlangganan sekitar 1,5 tahun.

2. Menurut wawancara kepada Ibu Fitri Rahmawati selaku konsumen pelanggan Arsy Laundry mengatakan :

“saya jadi langganan Arsy Laundry ini sekitar 1 tahun kebetulan saya sudah kenal dengan pemiliknya saya juga satu kontak dengan beliau, saya merasa puas dengan layanannya yang sesuai lokasinya pun tidak jauh dari rumah saya”¹⁴

Dari hasil wawancara tersebut, narasumber menjadi konsumen Arsy Laundry selama 1 tahun, awal mula mengetahui Arsy Laundry dari postingan pemilik Arsy Laundry sendiri di WhatsApp. Narasumber juga mengatakan bahwa puas dengan pelayanan dan kualitas yang di berikan oleh Arsy Laundry. Lokasinya juga tidak jauh dari rumahnya.

Dari beberapa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pelaku usaha pastinya terdapat hambatan – hambatan yang terjadi selama proses

¹³ Wawancara dengan Ibu Lestari Ningsih selaku konsumen Arsy Laundry pada tanggal 4 febuari 2024

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Fitri Rahmawati selaku konsumen Arsy Laundry pada tanggal 4 febuari 2024

pengembangan usaha tersebut dilakukan. Adapun hambatan yang sering terjadi yaitu banyaknya usaha – usaha baru yang sama yang melakukan promosi dengan harga jauh lebih murah, beragam jenis produk jajanan baru yang banyak dikalangan masyarakat, serta harus bersaing dengan pelaku usaha lain yang lebih melek teknologi. Oleh karena itu pelaku usaha ini masih terus meningkatkan strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan.

C. Analisis Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, usaha ini bergerak di bidang kuliner dan jasa yang termasuk dalam salah satu subsektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. Usaha ini dikelola secara pribadi dan dibantu oleh karyawannya dalam pengerjaannya. Pemilik usaha menekuni dan mengelola usaha ini dengan baik dan tidak mengalami begitu banyak kesulitan, karena bahan baku utama yang digunakan terbilang sederhana dan mudah untuk diperoleh. Roti Kue Mochi Basah membutuhkan bahan utama seperti telur, tepung terigu, gula, dan bahan pokok lainnya. Sedangkan Arsy Laundry hanya membutuhkan bahan seperti detergent, pelembut pakaian dan bahan lainnya juga mudah untuk didapatkan.

Dalam strategi pemasaran yang dilakukan tidak hanya melalui media sosial saja, pemasaran yang dilakukan secara langsung kepada konsumen juga sangat meningkatkan penjualan di era sekarang ini, dimana bersaing dengan

media yang semakin canggih dan masyarakat yang lebih dominan berbelanja secara online.

Awal mula pemasaran produk melalui media digital ,yaitu *WhatsApp* dan *Facebook*. Akan tetapi, pelaku usaha mengatakan bahwa kurang aktif dalam media sosial *Facebook* juga menjadi kendala bagi pelaku usaha.. Berjalannya waktu pemasaran secara tradisional juga tidak kalah dari pemasaran secara digital. Tidak sedikit pelanggan mengatakan hanya mengetahui dari mulut ke mulut saja. Sampai sekarang pemasaran terus dilakukan baik promosi secara langsung maupun melalui media digital.

Meningkatkan pendapatan dalam suatu usaha tentunya memerlukan strategi. Strategi merupakan rencana yang disusun untuk mempercepat pemecahan permasalahan pada suatu pengembangan usaha. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada Pelaku Usaha, Karyawan, dan Konsumen Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha terdiri dari beberapa aspek strategi yaitu aspek strategi pemasaran, aspek strategi produksi , aspek strategi teknologi, aspek strategi kreativitas dan inovasi.

1. Aspek Strategi Pemasaran

Aspek strategi pemasaran dalam melakukan promosi yang dapat membantu segala bentuk komunikasi persuasif yang dirancang untuk menginformasikan kepada pelanggan tentang barang atau jasa, dan untuk mempengaruhi masyarakat agar membeli barang atau menggunakan jasa tersebut. Promosi yang dilakukan oleh Roti Kue Mochi Basah dan Arsy

Laundry ini bertujuan untuk menginformasikan sekaligus membujuk calon konsumen agar tertarik membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Seperti yang dikemukakan oleh narasumber Ibu Surati bahwa:

“saya memasarkan produk ini dengan mengenalkan langsung kepada konsumen melalui lokasi untuk penitipan roti saya ini”.¹⁵

Hasil dari penelitian, Roti Kue Mochi Basah memasarkan produknya secara *personal selling* atau memasarkan produk secara langsung bertatap muka dengan calon pembeli melalui karyawan dari Roti Kue Mochi Basah yaitu Bapak Ridwan. Adapun hasil wawancara kepada Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola usaha Arsy Laundry bahwa :

“saya melakukan pengenalan usaha saya ini yaitu dengan mengenalkan jasa laundry saya yang memang disitu membutuhkannya melalui akun media sosial saya sendiri”¹⁶

Sedangkan Arsy Laundry memasarkan dengan cara mempromosikan melalui aplikasi *WhatsApp*, yaitu dengan mengunggah status di *WhatsApp* dengan begitu kontak yang menyimpan nomor Ibu Lisa Ningrum akan mengetahui dengan mudah.

Dengan demikian aspek strategi pemasaran yang dilakukan pelaku usaha belum maksimal karena belum menggunakan media sosial yang tersedia saat ini agar mudah diketahui oleh banyak orang. Seharusnya pelaku usaha tidak menggunakan akun pribadi saja tetapi dapat membuat

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Usaha Arsy laundry pada tanggal 3 febuari 2024

akun bisnis usaha media sosial sendiri agar lebih mudah dijangkau karena akun bisnis memberikan fitur – fitur penting untuk penjualan.

2. Aspek Strategi Produksi

Aspek strategi produksi dalam suatu usaha juga penting dalam pemenuhan target serta pengembangan usaha dalam peningkatan model produksi. Dengan strategi produksi yang tepat akan turut menentukan kepuasan kepada konsumen. Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry ini masih menggunakan peralatan produksi yang sederhana, dalam proses memproduksinya langsung ditangani oleh pengelolanya sendiri dan dibantu dengan karyawan, hal ini bertujuan untuk mengejar target dalam peningkatan penjualan dan konsumen merasa puas akan produk. Ciri khas rasa dan pelayanan yang terus dipertahankan dan ditingkatkan guna memenuhi ekspektasi konsumen. Tingkat kepuasan konsumen akan produk adalah hal yang utama, semakin konsumen merasa puas akan produk, maka kemungkinan untuk konsumen kembali akan semakin tinggi. Ibu Surati selaku pengelola Roti Kue Mochi Basah mengatakan bahwa :

“usaha roti saya ini memang masih menggunakan peralatan yang sederhana belum menggunakan mesin – mesin canggih, tetapi walau begitu saya berusaha untuk tidak merubah ciri khas dari roti saya ini”.¹⁷

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

Adapun hasil wawancara kepada Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola usaha Arsy Laundry yaitu ;

“peralatan saya itu masih biasa dalam artian belum canggih seperti mesin cuci masih menggunakan yang biasa setrika pun masih seperti setrika rumah tangga belum menggunakan setrika uap pada umumnya di Laundryan”¹⁸

Berdasarkan uraian di atas, aspek strategi produksi yang dilakukan oleh pelaku usaha kurang efisien karena masih menggunakan peralatan produksi yang sederhana, meskipun hal tersebut memberi keuntungan dalam hal biaya produksi yang terjangkau namun dalam peningkatan penjualan juga harus diperbarui agar memudahkan dalam pemenuhan target penjualan.

3. Aspek Strategi Teknologi

Pelaku usaha belum memanfaatkan dengan baik cara pemanfaatan teknologi seperti mengedit konten, menggunakan aplikasi yang ada di handphone sebagai media branding secara mandiri. Pelaku usaha menggunakan media sosial *WhatsApp* sebagai media promosi yang hanya dengan mengunggah foto saja. Seharusnya, jika pedagang lebih terbuka akan teknologi maka bisa lebih mudah dan praktis dalam mengembangkan usaha. Dengan itu dapat mengenalkan produk dan jasa untuk menarik minat masyarakat luas sehingga mampu meningkatkan omset usaha. Ibu Surati selaku pengelola usaha Roti Kue Mochi Basah mengatakan bahwa :

“saya ini kalau teknologi masih buta tau nya posting – posting saja tapi belum tau bagaimana supaya dilihatnya lebih menarik gitu

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Usaha Arsy laundry pada tanggal 3 febuari 2024

makanya saya mengenalkan produk saya itu secara langsung kalau lewat akun pribadi saya kurang aktif memang”.¹⁹

Adapun hasil wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola usaha Arsy Laundry yaitu :

“kalau Cuma posting di akun pribadi itu ya sering karena memang pengenalan saya lewat postingan akun media sosial tapi tidak dengan video – video atau foto yang menarik karena saya akui saya memang kurang paham untuk membuat video atau foto lebih bagus”.²⁰

Dengan demikian, bahwa pelaku usaha dalam melakukan aspek strategi usaha belum maksimal, karena pelaku usaha belum melekat teknologi dalam penggunaan aplikasi yang bertujuan sebagai daya tarik terhadap konsumen untuk meningkatkan penjualan produk. Seharusnya pelaku usaha bisa menggunakan foto dan video menarik untuk meriview hasil produk sehingga konsumen tergerak untuk membeli produk tersebut. Aktifnya sosial media secara rutin juga penting, dengan posting produk secara konsisten dapat selalu terhubung interaksi pelaku usaha dengan konsumen.

4. Aspek Strategi Kreativitas dan Inovasi

Aspek strategi kreativitas dan inovasi dalam pengembangan usaha juga penting, dengan mengetahui peluang dan kesempatan serta berani untuk melakukannya dapat menciptakan kreasi dan inovasi dari sebuah

¹⁹ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

²⁰ Wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Usaha Arsy laundry pada tanggal 3 febuari 2024

usaha. Ibu Surati selaku pengelola Roti Kue Mochi Basah mengatakan bahwa :

“saya tadinya membuat cuma 2 rasa awal itu dulu coklat dan kacang hijau lalu saya coba rasa baru kelapa Alhamdulillah banyak yang suka juga”²¹

Adapun hasil wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Arsy Laundry yaitu :

“pengemasan laundry saya dulu cuma pake plastik ditali gitu terus sekarang ini saya pake plastik terus saya press supaya lebih rapi dibawanya juga enak”²²

Usaha Roti kue mochi basah dan Arsy laundry ini mengambil kesempatan dan berani untuk terus melakukan kreativitas dan inovasi, dimulai dari pelayanan dan pengemasan produk serta menciptakan rasa baru dari produknya dan juga menghubungkan diri pelaku usaha dengan karyawan untuk menciptakan pemikiran baru dalam pengembangan usahanya.

Dengan demikian, strategi yang digunakan pelaku usaha dalam pengembangan kreativitas dan inovasi sudah tepat sehingga pelaku usaha mampu bersaing dengan usaha lain. Semakin banyak inovasi produk maka akan bertambah pula omset yang didapatkan. Namun tidak hanya itu saja, pelaku usaha juga harus bisa terus melakukan pembaharuan dari produk.

²¹ Wawancara dengan Ibu Surati selaku pengelola Usaha Roti Kue Mochi Basah pada tanggal 2 febuari 2024

²² Wawancara dengan Ibu Lisa Ningrum selaku pengelola Usaha Arsy laundry pada tanggal 3 febuari 2024

5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan indikator pengembangan usaha Roti Kue Mochi Basah dan usaha Arsy Laundry masih dalam kriteria Usaha Mikro, karena pendapatan usaha masih dibawah 50 juta/tahun. Berdasarkan penelitian rata – rata pendapatan Roti Kue Mochi Basah 18 juta/ tahun dan rata – rata pendapatn Arsy Laundry 16 juta/tahun.

6. Ekonomi Kreatif

Berdasarkan subsektor ekonomi kreatif, usaha Roti Kue Mochi Basah dan usaha Arsy Laundry bergerak dibidang kuliner dan jasa. Dari hasil penelitian yang dilakukan, usaha Roti Kue Mochi Basah dan usaha Arsy Laundry merupakan ini merupakan contoh bagaimana UMKM dapat menghadirkan inovasi dalam industri kreatif. Untuk mengembangkan usaha ini, pelaku usaha dapat mempertimbangkan berbagai faktor seperti tenaga kerja dan kemajuan teknologi. Dengan demikian, mereka dapat menarik konsumen dan memperluas pasar mereka dengan mempertahankan segi tradisional usaha.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif terhadap peningkatan ekonomi adalah sebagai berikut :

1. UMKM Roti Kue Mochi Basah menggunakan strategi pengembangan pemasaran secara *personal selling* dan dalam pemenuhan target penjualan seperti terus melakukan promosi melalui media sosial baik pemilik sendiri maupun karyawan, menambah jumlah produksi dengan varian yang berbeda, memperluas sasaran penjualan, serta meningkatkan pelayanan bagi konsumen. Strategi pengembangan usaha yang dilakukan mampu meningkatkan pendapatan meskipun belum signifikan, yang sebelumnya rata – rata Rp 1.300.000 setiap bulannya sekarang menjadi Rp 1.500.000 setiap bulannya.
2. UMKM Arsy Laundry menggunakan strategi pengembangan promosi melalui akun media sosial seperti Facebook dan WhatsApp namun untuk sekarang lebih aktif di WhatsApp saja. Usaha ini juga melakukan pengenalan usaha dengan cara tradisional yaitu dari mulut ke mulut atau mengandalkan relasi. Peningkatan model produk dari Arsy Laundry sendiri dari yang sebelumnya hanya menerima jasa laundry berupa pakaian dan bedcover saja sekarang juga menerima jasa laundry boneka karpet dan juga sepatu. Pendapatannya rata – rata kisaran Rp 1.250.000

sampai Rp 1.300.000 setiap bulannya. Meskipun belum signifikan namun pengembangan usaha terus dilakukan agar dapat meningkatkan pendapatan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka saran dapat ditujukan kepada :

1. Bagi pemilik usaha untuk terus melakukan pengembangan dengan memperluas sasaran pemasaran produk dan memanfaatkan media digital dalam membantu pemasaran produk dan jasa, terus melakukan kreativitas dari produk dan jasa nya serta memperbarui peralatan produksinya agar lebih efisien dalam pemenuhan target produk.
2. Bagi karyawan untuk terus membantu melakukan kreativitas dan memberikan motivasi agar usaha dapat tetap berjalan dan mampu bersaing agar usaha berkembang.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melanjutkan penelitian UMKM di Desa Totokaton, sehingga dapat menambah data mengenai strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan perekonomian para pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahim. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta : CV Andi Offset, 2015
- Abdurrahmat Fatoni, *Metode Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Skripsi*
- Damanuri, Aji dan Yuni Puspitaningrum. “Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 2, no. 2 (Juni 2022): 292.
- Dani Danuar Tri U, *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang*
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*
- Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Group Instrumen Penggalan Data Kualitatif*
- Heni Ariyani and Halpiah, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pendapatan,” *Jurnal Kompetitif Media Informasi Ekonomi Pengembangan Manajemen Akuntansi* 6, no. 2 (2022)
- Husain umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*
- Idris. *Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*. Jakarta : Prenada Group, 2015
- Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya, 2019
- Isnaini, *Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah Terhadap Sektor UMKM Di Sumatera Utara*
- Karyoto. *Proses Pengembangan Usaha*. Jakarta : Prenada Grup, 2021
- M.TH. Handayani and Ni Wayan Putu Artini, “Kontribusi Pendapatan Ibu Rumah Tangga Pembuat Makanan Olahan Terhadap Pendapatan Keluarga,”
- Mendrofa, Yupiter . “Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada UD. Vian Jaya Kota Gunungsitoli,” *Jurnal EMBA* Vol. 9, no. 2 (April 2021)
- Mey Elisa Safitri and Endang Maryanti, *Buku Ajar Kewirausahaan*
- Muhammad, Suwarsono. *Strategi Pemerintahan* . Jakarta: Erlangga, 2018

- Mulia, Elvie. *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual*. Jakarta: Gramedia, 2015
- Namira Ufrida, Bayu Wulandari, and Widya Sari, *Buku Panduan Enterpreneurial Financial Planning Untuk Pelaku Usaha UMKM*, 94.
- Nuramalia Hasanah, Saparuddin Muchtar, and Indah Mulia Sari, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*
- Nur Hidayah, Achma Hendra Setiawan, “*Analisis Perkembangan UMKM Binaan yang Memperoleh Kredit Wibawa dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang*”, *Jurnal of Economics*, Vol. 9, No. 1, 2020
- Prathama Rahardja and Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi Dan Makroekonomi) Edisi Ketiga*
- Rachmawan Budiarto et al., *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*
- Rachmawan Budiarto et al., *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*
- Retno Murti Setyorini, *Buku Saku Prakarya (Kerajinan)*
- Riza Fatma, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat*
- Sopannah, Syamsul Bahri, and Mohammad Gozali, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv, 2017
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*
- Suryana. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru, Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*. Bandung: Salemba Empat, 2013
- Syahril, “*Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesempatan Kerja Terhadap Pengangguran Di Kabupaten Aceh.*”
- Titik Purwanti, dkk. *UMKM Membangun Ekonomi Kreatif*. Sumatera Barat : PT Global Eksekutif Teknologi, 2022
- Triton, *Manajemen Strategis Terapan Perusahaan Dan Bisnis*

Tulus T.H. Tambunan, *UMKM Di Indonesia Perkembangan, Kendala, Dan Tantangan*

Umi Rohmah, *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam*

Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008

Zahrah Lathifah, Djuara P. Lubis, “*Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah Kuliner Wilayah Solo Raya*”, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 16, No. 1, 2018

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0674/In.28.1/J/TL.00/02/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Siti Zulaikha (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **MELI AGUSTIN**
NPM : 1903011081
Semester : 10 (Sepuluh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (STUDI KASUS UMKM DI DESA TOTOKATON KECAMATAN PUNGGUR)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 Februari 2024
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

OUTLINE

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (Studi Kasus di Desa Totokaton Kecamatan Punggur)

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
NOTA DINAS
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pengembangan Usaha
 - 1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha
 - 2. Strategi Pengembangan Usaha.
 - 3. Indikator Peningkatan Ekonomi
- B. Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM)
 - 1. Pengertian Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM).
 - 2. Kasifikasi dan Kriteria UMKM
- C. Ekonomi Kreatif
 - 1. Pengertian Ekonomi Kreatif

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI

(Studi Kasus di Desa Totokaton Kecamatan Punggur)


A. Wawancara

1. Wawancara kepada pemilik UMKM Roti Kue Mochi Basah dan pemilik UMKM Arsy Laundry
 - a. Sejak kapan UMKM ini berdiri ?
 - b. Berapa jumlah karyawan yang bekerja pada UMKM tersebut ?
 - c. Bagaimana cara memasarkan produk – produk ?
 - d. Bagaimana cara memenuhi target dalam meningkatkan pendapatan pada UMKM Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry ?
 - e. Bagaimana Strategi pengembangan yang dilakukan Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry ?
 - f. Bagaimana strategi peningkatan gaya produk yang dilakukan ?
 - g. Bagaimana cara menghadapi hambatan yang terjadi ?
 - h. Bagaimana kreativitas yang digunakan dalam pengembangan usaha ?
2. Wawancara kepada karyawan
 - a. Sudah berapa lama anda bekerja ?
 - b. Berapa penghasilan yang didapat dari bekerja di sana ?
 - c. Bagaimana sistem upah yang dilakukan ?
 - d. Apa upaya – upaya yang dilakukan pemilik agar usaha tetap berjalan ?
 - e. Apakah anda sudah melakukan kreativitas dalam mencoba model / rasa baru ?
3. Wawancara kepada konsumen
 - a. Apa alasan anda membeli produk dari Roti Kue Mochi Basah ?
 - b. Apa alasan anda memilih jasa Arsy Laundry ?
 - c. Apakah anda puas dengan pelayanan dan kualitas dari produk dan jasa yang ditawarkan ?

B. Dokumentasi

1. Foto saat melakukan penelitian
2. Data pelanggan Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry

Dosen Pembimbing


Dr. Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, November 2023

Peneliti


Meli Agustin
NPM. 1903011081

2. Sektor – Sektor dalam Ekonomi Kreatif
- D. Peningkatan Ekonomi
 1. Pengertian Pendapatan
 2. Jenis – Jenis Pendapatan
 3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil usaha Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry
- B. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi pada Roti Kue Mochi Basah dan Arsy Laundry
- C. Analisis pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing



Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, November 2023

Peneliti



Meli Agustin
NPM. 1903011081



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0738/In.28/D.1/TL.00/03/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PEMILIK ROTI KUE MOCHI BASAH
DAN ARSY LAUNDRY
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0739/In.28/D.1/TL.01/03/2024, tanggal 07 Maret 2024 atas nama saudara:

Nama : **MELI AGUSTIN**
NPM : 1903011081
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PEMILIK ROTI KUE MOCHI BASAH DAN ARSY LAUNDRY bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di ROTI KUE MOCHI BASAH DAN ARSY LAUNDRY, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (STUDI KASUS UMKM DI DESA TOTOKATON KECAMATAN PUNGGUR)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Maret 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

SURAT BALASAN IZIN RESEARCH

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
IAIN METRO Lampung
Di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Permohonan izin Research yang diajukan kepada Pemilik Roti Kue Mochi Basah, yang diajukan atas nama:

Nama : **MELI AGUSTIN**
NPM : 1903011081
Semester : 10 (Sepuluh)
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur)

Dengan ini disampaikan bahwa saya menyetujui permohonan Research di Roti Kue Mochi Basah.

Demikian surat balasan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Punggur, 20 Maret 2024
Pemilik Roti Kue Mochi Basah


SURATI

SURAT BALASAN IZIN RESEARCH

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
IAIN METRO Lampung
Di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Permohonan izin Research yang diajukan kepada Pemilik Arsy Laundry, yang diajukan atas nama:

Nama : **MELI AGUSTIN**
NPM : 1903011081
Semester : 10 (Sepuluh)
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS
EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN
EKONOMI (Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton
Kecamatan Punggur)

Dengan ini disampaikan bahwa saya menyetujui permohonan Research di Arsy Laundry.

Demikian surat balasan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Punggur, 20 Maret 2024
Pemilik Arsy Laundry


LISA NINGRUM



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0739/In.28/D.1/TL.01/03/2024

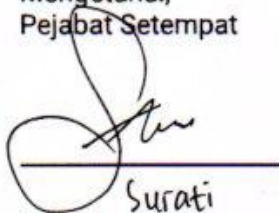
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MELI AGUSTIN**
NPM : 1903011081
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di ROTI KUE MOCHI BASAH DAN ARSY LAUNDRY, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (STUDI KASUS UMKM DI DESA TOTOKATON KECAMATAN PUNGGUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Surati

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Maret 2024

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0739/In.28/D.1/TL.01/03/2024

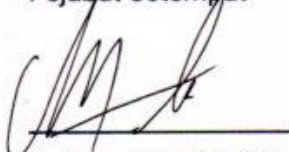
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MELI AGUSTIN**
NPM : 1903011081
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di ROTI KUE MOCHI BASAH DAN ARSY LAUNDRY, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI (STUDI KASUS UMKM DI DESA TOTOKATON KECAMATAN PUNGGUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


LISA NINGERUM

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Maret 2024

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-597/In.28/S/U.1/OT.01/06/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Meli Agustin
NPM : 1903011081
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1903011081

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 07 Juni 2024
Kepala Perpustakaan



Dr. Asad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47298

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Meli Agustinn
NPM : 1903011081
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi (Studi Kasus UMKM di Desa Totokaton Kecamatan Punggur) untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan LULUS menggunakan aplikasi Turnitin dengan Score 17%.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 11 Juni 2024
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardiana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Meli Agustin

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903011081

Semester / T A : X / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6/6 24	kec di muagaskan - bagkapi persyaratn - pelajari dan kuasai isi skripsinya	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H

NIP. 19720611 199803 2 001

Meli Agustin

NPM. 1903011081



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Meli Agustin

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903011081

Semester / T A : X / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30/24 /5	<ul style="list-style-type: none">- ini ditabel analisis → beri- pagel sur- kesimpulan mujarab pntong- soal di tjate lpa sopu?- sekalian lengkapi usw-ya	
	3/24 16	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki lampiran? :- beri materi- di H&D- bulat di seikh- tte di seikh- laia? yg blm ada	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Meli Agustin
NPM. 1903011081



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Meli Agustin

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903011081

Semester / T A : X / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/24/24 5	<p>Analisis di bagian pembahasan teori. terdapat di aspek (airan (fudis): maka payubangan itu di analisis: a. aspek strategi. b. untuk → untuk ke mana? c. ekonomi kreatif → dan misal: bagaimana untuk payubangan 2 untuk itu untuk di kreasi mana? mengapa? di aspek pendapat bagian? Bunyi, struktur, format yg efektif!</p> <p>2. Kesimpulan similar! 3. Daftar pustaka lebih pedoman 4. Suble lebih user? ya</p>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Meli Agustin
NPM. 1903011081



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Meli Agustin

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903011081

Semester / T A : X / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/5 2024	<p>- Hitung kembali total wawancara yg berulang-ulang. - Evaluasi bahasa ilmiah yg sesuai - Perhatikan penulisan kalimat awal alinea - Ganti kata "beliau" dengan kata yg menjelaskan hasil wawancara - total wawancara lebih baik di pilah per tema : a. mode, b. laud - Analisis belum ada isinya, hanya mengulang hasil wawancara syg? tanya: - aspek strategi Desain penelitian strategi yg dijualin ... seperti ... kurang tepat atau bisa analisis kerangka ... ? sehingga bisa lebih baik!</p>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Meli Agustin
NPM. 1903011081



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Meli Agustin

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903011081

Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/24 01	Bab III → tentukan sumber informan konsumen berdasarkan kriteria pada sumber data primer. Sesuaikan pengertian sumber data sekunder sesuai dengan penelitian kualitatif.	
	28/24 01	ace bab I - III Dapat diajukan seminar dan syarat selanjutnya lanjutan penelitian dan publikasi bab IV - V	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Meli Agustin
NPM. 1903011081



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Meli Agustin

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903011081

Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5/24 /01	Bab III → sub sub-judul pemerintah dan kementerian di APD dan kementerian?	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dr.Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Meli Agustin
NPM. 1903011081



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Meli Agustin
NPM : 1903011081

Jurusan/Fakultas : ESy/FEBI
Semester : IX/2023

No	Hari/Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4/23 /12	<p>- Ac outline</p> <p>- Perbaiki APD → tabel, tabel pada aspek pengungkapan</p> <p>- LBM terdapat kontradiksi pernyataan tabel menurun karena bbp positif, tapi kemudian ada sent negatif → ???</p> <p>- Bab II → harus di akhir/akhir dari referensi buku? utma spt strategi usaha, selain kreatif, tidak boleh sama dari artikel, artikel itu oleh pengembang konfrontasi hrs konsisten</p>	

Dosen Pembimbing,

Dr. Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ybs,

NPM. 1903011081

DOKUMENTASI PENELITIAN



**Dokumentasi dengan Pelaku Usaha Ibu Surati tanggal 2 Februari 2024
pukul 16.00**



**Dokumentasi dengan karyawan Roti Kue Mochi Basah 2 Februari 2024
pukul 17.00**



Dokumentasi dengan Pelaku Usaha Ibu Lisa Ningrum 3 Februari pukul 13.00



Dokumentasi dengan karyawan Arsy Laundry Ibu Suyati 3 Februari 2024 pukul 13.30



Dokumentasi dengan konsumen Arsy Laundry Ibu Lestari Ningsih tanggal 4 Februari 2024 pukul 16.00



Dokumentasi dengan konsumen Arsy Laundry tanggal 4 Februari 2024 pukul 16.30



Dokumentasi dengan konsumen Roti Kue Mochi Basah Ibu Titik Ismiyati tanggal 4 Februari 2024 pukul 17.00



Dokumentasi produk Roti Kue Mochi Basah



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Meli Agustin merupakan anak dua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Wigiyanto dan Ibu Suwartini Lahir di Totokaton, pada tanggal 25 Agustus 2001. Alamat rumah di Desa Toto Katon, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah.

Penulis menyelesaikan pendidikan formalnya di RA Al-Furqon lulus pada tahun 2006/2007. Lalu melanjutkan Sekolah Dasar di SDN 3 Totokaton lulus pada tahun 2012/2013. Kemudian melanjutkan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama di MTs Ma'arif 01 Punggur lulus pada tahun 2015/2016. Selanjutnya pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMK Kartikatama lulus pada tahun 2018/2019. Dan pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.