

**STRATEGI PENGEMBANGAN BERBASIS EKONOMI
KREATIF STUDI PADA USAHA MD PHOTOGRAPY**

KOTA PALOPO

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

RIZKY MULYANI

21 0401 0044

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN BERBASIS EKONOMI
KREATIF STUDI PADA USAHA MD PHOTOGRAPY DI
KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

RIZKY MULYANI

21 0401 0044

Pembimbing

Burhan Rifuddin, S.E., M.M.

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Mulyani

Nim : 2104010044

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

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

Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut. Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 20 NOVEMBER 2025

buat pernyataan,



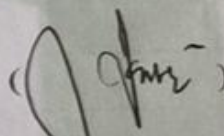
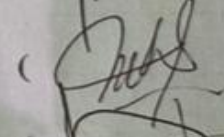
Rizky Mulyani
21 0401 0044

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Berbasis Ekonomi Kreatif Studi pada Usaha MD Photography di Kota Palopo yang ditulis oleh Rizky Mulyani Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104010044, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 14 November 2025 Miladiyah bertepatan dengan 23 Jumadil Awal 1447 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 2 Desember 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H. I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Megasari, S.Pd., M.Sc. | Penguji II | () |
| 5. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:



Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 198201242009012006



Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah
Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.
NIP. 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan ke hadirat Allah Swt., yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Berbasis Ekonomi Kreatif Studi Pada Usaha *MD Photograpy* Di Kota Palopo”. Setelah melalui proses dan perjalanan yang panjang. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw., kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya yang telah memperjuangkan dan menyebarkan ajaran agama Islam sehingga membawa peradaban perkembangan ilmu pengetahuan yang dirasakan hingga saat ini.

Penulisan skripsi dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menghaturkan ucapan terima kasih yang teristimewa dan terutama dengan penuh ketulusan hati kepada:

kedua orang tua tercinta, Ayah handa Syahban, S.H beliau mendidik dan memberikan motivasi bagi anaknya serta memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini hingga akhir dan pintu surgaku, Ibunda Mulyana, S.E beliau yang berperan penting dalam proses menyelesaikan studi ini sampai akhir namun beliau tidak henti memberikan kasih sayang dengan penuh cinta serta melangitkan doa-doanya demi kemudahan dan kelancaran penulis dalam menjalangkan kehidupan perkuliahan.

Begitupula penghargaan setinggi-tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M. Ag. selaku Rektor UIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr, Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Palopo, Ilham, S.Ag., MA. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Kepala Perpustakaan UIN Palopo Zainuddin S, S.E., M.Ak. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam skripsi ini.
4. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy.,M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Palopo, Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
5. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. dan Megasari, S.Pd., M.Sc. selaku Dosen penguji I dan II yang memberikan kritikan serta arahan dan masukan kepada saya untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Muh. Abdi Imam, S.E., M.Si, Ak., CA. selaku Dosen Penasehat Akademik..
8. Kakak kandung penulis Ardiansyah dan Firmansyah yang senantiasa menyemangati, semoga ini dapat memberikan senyum bahagia bagi beliau.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Munawir, SE Suami penulis yang telah berkontribusi banyak dalam menyelesaikan skripsi ini, memberikan dukungan baik tenaga, waktu maupun material. Terimakasih telah menjadi bagian hidup penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di UIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi
11. Kepada semua teman seperjuangan penulis di Ekonomi Syariah khususnya pada kelas EKIS B, yang selalu membantu penulis selama kuliah dan selalu memberikan saran, masukan dan pelajaran hidup yang nantinya akan dikenang. Terimakasih teman-teman semoga kita mampu mencapai kesuksesan bersama.

Semoga bernilai ibadah dan mendapat pahala di sisi Allah Swt. Aamiin

Palopo,2025

Rizky Mulyan

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

1. Transliterasi Arab-Latin

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

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	şa	ş	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

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

2. *Vocal*

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

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

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَ	<i>fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
اَوَ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ...	<i>fathah dan alif atau ya'</i>	Ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>kasrah dan ya'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>ḍammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4) Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua, yaitu: *ta'marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta'marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudhah al-athfāl

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madinah al-fādhilah

الْحِكْمَةُ : al-ḥikmah

5) Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā

نَجِّينَا : najjainā

الْحَقَّ : al-ḥaqq

نُعْم : nu'ima

عُدُّو : 'aduwwun

Jika huruf *kasrah* (حِى) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِي : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِي : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6) Kata Sandang

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

Contoh:

الشَّمْسُ : al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : al-zalزالah(az-zalزالah)

الْفَلْسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilādu

7) Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

النَّوْعُ : al-nau'

شَيْءٌ : syai'un

أَمْرٌ : umirtu

8) Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhaMDulillah, dan munaqasyah. Namun, bila

kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba 'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9) Lafz al-Jalālah (الله)

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

Contoh:

دِينُ اللهِ : dīnullāh

بِالله : billāh

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafaz al-jalālah*, di transliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ : hum fī rahmatillāh

10) Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD).

Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama yang ditulis dengan huruf kapital tetap

huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terterletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-).

Ketentuan yang sama juga berlaku untuk awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadhān al-lazī unzila fīh al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī‘ al-Islāmī

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

Contoh:

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

Naṣr Ḥāmid Abū Zāid, ditulis menjadi: Abū Zāid, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zāid, Naṣr Ḥamīd Abū)

2. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT	= Subhānahū wa ta'ālā
SAW	= Ṣallallāhu 'Alaihi wa Sallam
as	= 'Alaihi al-Salām
QS	= Qur'an Surah
BSI	= Bank Syariah Indonesia
KCP	= Kantor Cabang Pembantu
AO	= Account Officer
NPF	= Non Performing Financing

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Deskripsi Teori.....	10
1. Strategi dan Pengembangan	16
2. Usaha Mikro Kecil, dan Menengah	18
3. Ekonomi Kreatif.....	27
4. Photography dalam Pandangan Islam	40
C. Kerangka Pikir	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
C. Fokus Penelitian	45
D. Definisi Istilah.....	45

E. Desain Penelitian.....	46
F. Subjek Penelitian.....	46
G. Teknik Pengumpulan Data.....	46
H. Instrumen Penelitian.....	47
I. Pemeriksaan Keabsahan Data	48
J. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum	52
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUPAN	58
A. Simpulan	69
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat Surah At-Taubah ayat 105	40
Kutipan Ayat Surah Al-Baqarah ayat 168	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Usaha UMKM dikota Palopo	3
Tabel 2.1 Informasi Informan	55

ABSTRAK

Rizky Mulyani 2025, *“Strategi Pengembangan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif Studi pada Usaha MD Photography di Kota palopo”*
Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Palopo.
Dibimbing Oleh Burhan Rifuddin, S.E., M.M.

Latar belakang penelitian ini menyoroti peran krusial UMKM dalam perekonomian Indonesia, terutama melalui potensinya di sektor ekonomi kreatif. UMKM telah terbukti tangguh menghadapi krisis dan merupakan penyedia lapangan kerja utama. Kota Palopo, dengan potensi UMKM yang signifikan, menghadapi tantangan seperti penurunan penjualan dan keterbatasan modal. MD Photography, salah satu UMKM yang sukses di Palopo sebelum pandemi, menjadi studi kasus untuk mengkaji strategi pengembangan berbasis ekonomi kreatif, faktor-faktor keberhasilan, hambatan, dan dampaknya terhadap UMKM fotografi lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada pengembangan UMKM fotografi di Palopo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan MD Photography, observasi operasional, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi tema dan pola yang relevan. Penelitian berlangsung di MD Photography, Jalan Jenderal Sudirman, Kota Palopo, selama satu bulan. Subjek penelitian adalah pendiri sebagai informan utama dan karyawan sebagai informan pendukung. Keabsahan data diperiksa menggunakan triangulasi sumber data.

MD Photography berhasil menerapkan strategi pengembangan bisnis berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi, teknologi, dan keberlanjutan. Strategi ini mencakup relokasi, penargetan pasar yang luas, pemasaran yang komprehensif, inovasi berkelanjutan, dan manajemen keuangan yang baik. Tantangan yang dihadapi antara lain kesulitan mengarahkan pose pelanggan, miskomunikasi mengenai harga, kendala teknis penyuntingan, dan persaingan bisnis. Solusi yang diberikan meliputi pemberian panduan, penjelasan prosedur operasi standar (SOP), penggunaan aplikasi luring, dan pemeliharaan kualitas layanan. MD Photography juga memberikan dampak positif dengan menciptakan lapangan kerja.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Ekonomi Kreatif, Studi Kasus, MD Photography

ABSTRACT

Rizky Mulyani 2025, *“Creative Economy-Based MSME Development Strategy: A Study on MD Photography Business in Palopo City” Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, State Islamic University of Palopo. Supervised by Burhan Rifuddin, S.E., M.M.*

The background of this research highlights the crucial role of MSMEs in the Indonesian economy, particularly through their potential in the creative economy sector. MSMEs have proven resilient in the face of crises and are key job providers. Palopo City, with significant MSME potential, faces challenges such as declining sales and limited capital. MD Photography, a successful MSME in Palopo before the pandemic, serves as a case study to examine creative economy-based development strategies, success factors, obstacles, and their impact on other photography MSMEs. This research aims to contribute to the development of photography MSMEs in Palopo.

This research employed a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the owner and employees of MD Photography, operational observations, and documentation studies. Data analysis was conducted using descriptive qualitative methods to identify relevant themes and patterns. The research took place at MD Photography, Jalan Jenderal Sudirman, Palopo City, for one month. The research subjects were the founder as the primary informant and the employees as supporting informants. Data validity was checked using data source triangulation.

MD Photography successfully implemented a creative economy-based business development strategy through innovation, technology, and sustainability. This strategy included relocation, broad market targeting, comprehensive marketing, continuous innovation, and sound financial management. Challenges encountered included difficulty directing client poses, miscommunication regarding pricing, technical editing difficulties, and business competition. Solutions provided included providing guidance, explaining standard operating procedures (SOPs), utilizing offline applications, and maintaining service quality. MD Photography also had a positive impact by creating jobs.

Keywords: Development Strategy, Creative Economy, Case Study *MD Photography*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi perekonomian Indonesia, dengan definisi yang bervariasi antara Badan Pusat Statistik dan Kementerian Keuangan, di mana usaha kecil memiliki tenaga kerja 5-19 orang dan omzet maksimal Rp 600.000.000, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20-99 orang dengan omzet Rp 300.000,00 pertahun. Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting, terutama dalam menghadapi krisis ekonomi.¹ UMKM terbukti lebih tangguh menghadapi gejolak ekonomi dibandingkan usaha besar, serta berperan penting dalam produksi dan distribusi, serta dalam memperkuat struktur ekonomi nasional. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM secara menyeluruh yang melibatkan banyak pihak menjadi keharusan untuk mewujudkan UMKM yang tangguh, mandiri, dan berdaya saing.²

UMKM memegang peranan penting dan konsisten dalam perekonomian nasional, menjadi sumber lapangan kerja utama.³ Berbagai sektor usaha meliputi pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, energi, air bersih, perdagangan.,

¹ Aulia Daisy Arsy Syafitri And Fauzatul Laily Nisa, "Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2, No. 3 (2024): 189–98, <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>.

² Juliani Pudjowati Et Al., "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Kreatif Asesoris 'Cantik' Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Usaha Semasa Pandemi Pada Event Jatim Fair," *Community Development Journal* 4, No. 2 (2023): 2519–24, <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/14638%0ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/14638/11350>.

³ Deden Hidayat Et Al., "Optimalisasi Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan" 6, No. 2 (2023): 52–64.

pariwisata, hotel restoran, jasa, dan industri pengolahan (termasuk industri kreatif) yang termasuk dalam kategori UMKM. Industri kreatif terbukti tangguh menghadapi krisis keuangan global, menjadikannya alternatif yang dapat diandalkan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.⁴

Kota Palopo sendiri merupakan kota yang sedang berkembang dengan salah satunya memanfaatkan potensi perkembangan UMKM. Sedangkan pada tahun 2022 berdasarkan penelitian yang telah ada mengatakan bahwasannya UMKM di Kota Palopo menghadapi berbagai tantangan berat seperti menurunnya penjualan, masalah modal dan distribusi, kesulitan bahan baku, menurunnya produksi, hingga PHK massal. Kondisi ini mengancam perekonomian nasional karena UMKM merupakan penggerak ekonomi dan penyerap utama tenaga kerja. Survei ADB menunjukkan dampak negatif pandemi terhadap UMKM di Indonesia, dengan sebagian besar usaha mikro mengalami kekurangan uang tunai dan mengurangi jumlah karyawan. Sedangkan berdasarkan pengamatan peneliti UMKM di kota Palopo sedang masa pemulihan untuk kembali mengembangkan masing-masing usahanya.

MD photography sendiri merupakan salah satu UMKM yang sudah berdiri sejak lama jauh sebelum covid-19, namun keberadaan *MD Photography* hingga saat ini masih menjadi perhatian bagi setiap masyarakat yang ingin menggunakan jasa mereka baik itu untuk acara-acara yang akan di lakukan. seiring dengan

⁴ MUhammad Ikbali, Imran Ukkas, and Achmad Zulkahfi, "Analisis Pengembangan Usaha Micro Kecil Menengah (Umk) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo," *Jurnal Kahfi UM Palopo*, 2021, 1–15.

berkembangnya potensi UMKM maka *MD photography* sendiri kini tidak menjadi satu-satunya dalam melakukan bisnis foto tersebut, seiring dengan waktu telah banyak orang-orang yang membuka jasa yang sama sehingga *MD photography* harus meningkatkan strategi dalam menghadapi persaingan bisnis dengan *photography* lainnya dan hal tersebut menjadi Tantangan tersendiri bagi *MD photograpy* dalam mempertahankan popularitasnya dengan berbagai macam harga yang telah ditetapkan sesuai dengan kualitas Yang mereka punya. *MD photography* telah menetapkan harga dengan kelas yang berbeda-beda mulai dari Rp. 350.000-1.000.000 lebih, hal ini tentu menjadi pusat perhatian bagi konsumen dalam melakukan perbandingan antara *MD photography* dengan jasa foto lainnya.

Oleh karena itu Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perkembangan UMKM *MD photography* di Kota Palopo, Sulawesi Selatan yang telah menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan yang signifikan sejak sebelum pandemi COVID-19. Penelitian ini akan mengkaji , faktor-faktor keberhasilannya dalam menarik konsumen, kendala yang dihadapi dan solusinya, serta dampaknya terhadap UMKM *photography* lainnya di Kota Palopo.⁵Dengan Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, observasi operasional, dan studi dokumentasi. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk

⁵ Putri Ayu Lestari Et Al., “Pengaruh Strategi Pemasaran , Kemampuan Dan Pengetahuan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kota Mojokerto” 2, No. 4 (2024).

mengidentifikasi tema dan pola, sehingga menghasilkan gambaran yang komprehensif tentang perkembangan *MD potograhpy* strategi bisnis yang efektif,

dan faktor-faktor keberhasilannya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM *photography* di Palopo dan sekitarnya, serta memberikan rekomendasi bagi pemerintah daerah. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang keberhasilan UMKM *photography* dan menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut. Adapun Laporan usaha jasa yang di sediakan oleh *MD Photography*.

Tabel.1.1 Laporan Jasa Usaha *MD Photography*

No	Jenis Layanan	Deskripsi
1	<i>Photograpy</i> Pernikahan	Jasa yang di berikan ketika adanya acara nikahan di suatu daerah tertentu, maka karyawan akan mendatangi tempat tersebut
2	<i>Photograpy</i> Preweding	Di lakukan di lokasi MD <i>Photograpy</i> itu sendiri, sesuai teman yang di inginkan konsumen
3	<i>Photograpy</i> Wisuda	Studio yang di sediakan berupa tema dengan latar wisuda
4	<i>Photograpy</i> Keluarga	Bebas dalam memilih studio yang di sediakan
5	<i>Photograpy</i> Individu	Bebas dalam memilih studio yang di sediakan
6	<i>Photograpy</i> Outdoor	Bebas memilih lokasi berdasarkan keinginan konsumen

7	<i>Photography</i> acara-acara lainnya	Menerima berbagai bentuk acara yang membutuhkan jasa <i>MD Photography</i>
8	Menyediakan Penyewaan Jas	Jas dapat di gunakan untuk foto ijazah atau foto formal lainnya
9	Menyediakan jasa makeup	Makeup sesuai konsep yang diinginkan.

Sumber data: hasil wawancara

UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung keuangan berkelanjutan perkembangan teknologi digital telah mengubah proses bisnis sehingga sektor bisnis dapat mengoptimalkan kemajuan tersebut. Hal ini sejalan dengan potensi teknologi untuk mengembangkan proses bisnis, meningkatkan efisiensi, dan mempercepat informasi.

UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk mengelola keuangan mereka secara lebih efektif dan efisien. Sistem akuntansi berbasis cloud memungkinkan pencatatan transaksi terintegrasi dan *real-time*, meningkatkan transparansi dan akurasi data keuangan. Aplikasi mobile banking memfasilitasi transaksi pembayaran yang cepat dan mudah serta memperluas akses ke layanan perbankan. Platform e-commerce menyediakan saluran pemasaran dan penjualan produk yang lebih luas, meningkatkan pendapatan dan arus kas UMKM. Analisis data digital memberikan wawasan berharga tentang perilaku konsumen dan tren pasar, membantu UMKM membuat keputusan yang tepat. Teknologi finansial (fintech) menawarkan berbagai solusi pembiayaan alternatif, memfasilitasi akses ke

modal kerja dan investasi. Penggunaan teknologi digital juga dapat mengurangi biaya operasional, seperti biaya administrasi dan pencetakan.⁶

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan-penyimpangan serta kemungkinan meluasnya masalah yang akan dibahas dalam penulisan ini, maka peneliti memerlukan batasan masalah yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian di batasi pada strategi yang di lakukan oleh *MD Photography* dalam mengembangkan usahanya melalui ekonomi kreatif
2. Penelitian di batasi pada tantangan dan solusi yang di hadapi oleh *MD Photography* dalam mengembangkan usahanya

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi yang di lakukan *MD Photography* dalam mengembangkan usahanya melalui ekonomi kreatif ?
2. Apa saja tantangan dan solusi yang di hadapi oleh *MD Photography* dalam mengembangkan usahanya.

D.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakuakn sebagai berikut:

⁶ Adzan Noor Bakri and Inggriawan Saputra, “Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Rabbids Kota Palopo” 2, no. 1 (2019).

1. Untuk mengidentifikasi terkait strategi yang di lakukan *MD Photography* dalam mengembangkan usahanya dengan melalui ekonomi kreatif
2. Untuk mengidentifikasi tantangan dan solusi yang di hadapi oleh *MD photography* dalam proses pengembangan usahanya.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian yang di lakukan:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang di harapkan pada penelitian ini adalah dapat meningkatkan ilmu dan menyediakan informasi terkait strategi yang di lakukan bisnis photoghrpy dalam mengembangkan usahanya dan tatangan serta solusi yang harus dihadapi dan di selesaikan untuk mencapai tujuan yang di harapkan.

2. Manfaat

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman kepada peneliti dan sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang telah di dapatkan selama masa perkuliahan

b. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap para pelaku yang ingin Terjun dalam dunia perbisnisan atau UMKM guna untuk memperoleh penghasilan yang di harapkan

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian sebelumnya membahas masalah ini akan digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan dalam penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut.

1. Handako SH Wijioyo, Moh, Saiful Anam, Shinta Nur Salsa Bella, Wulan Agustin, Melakukan penelitian dengan judul “Optimalisasi Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fotografi Sebagai Influnce Parawisata Daerah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan kepada perilaku fotografi di bojonegoro menunjukkan potensi yang sangat besar dalam meningkatkan daya tarik wisata serta perekonomian lokal.melalui penguasaan tehnik fotografi dasar, produksi konten berkualitas, dan kolaborasi antara pelaku fotografi dan sektor parawisata, program ini dapat menciptakan citra yang positif dan memperkenalkan keunikan serta keindahan bojonegoro kepada public yang luas. Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan adalah terletak pada variable yang sama, sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi,metode dan fokus dari pembahasan yang berbeda dengan penelitian yang di lakukan.⁷

⁷ Sinta Nur Et AL., “Optimalisasi Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fotografi” 6, No. 1 (2025): 557–62.

2. Devel Kartika, Hadi Sunaryo, Eka Farida, Melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Syaria” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM kerajinan Bambu Desa Gantangan Banyuwangi berencana melibatkan semua perajin bamboo dalam sektor ekonomi kreatif. Mereka akan melakukan pemetaan produk guna peningkatan daya saing terhadap pasar ritel dan internasional. Kota banyuwangi memiliki banyak kerajinan bumbu, sehingga perlu dilakukan pemetaan untuk memperjelas industry kreatifnya.persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adala sama-sama memiliki variable yang sama, sedangkan perbedaan dari penelitian yang sedang di lakukan terletak pada lokasi dan fokus pembahasan yang berbeda dimana Penelitian ini berbasi ekonomi syariah sedang penelitian yang akan di lalukan terfokus pada Ekonomi kreatif⁸
3. Klemens Mere, Muhammad Hery Santoso, Mutisari, Herni Utami Rahmawati, Mihammad Ade Kurnia Harahap, Melakukan penelitian dengan judul “Peran Ekonomi Kreatif dalam MenggerakkanPertumbuhan Ekonomi Lokal”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran ekonomi kratif dalam menggerakkan prtumbuhan ekonomi lokal bukan hanya menjadi sumber penciptaan lapangan pekerjaan yang signifikan, melainkan jugapendorong utama inovasi dan pengembangan produk baru. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada variable yang sama, sedangkan perbedaan

⁸ Nining Asniar Ridzal Et Al., “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buton Selatan,” Owner 7, No. 4 (2023): 3730–40, <https://doi.org/10.33395/Owner.V7i4.1952>.

dari kedua penelitian ini adalah terletak pada lokasi dan Tujuan dalam penelitian yang dilakukan dimana penelitian yang akan dilakukan fokus terhadap pelaku UMKM sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui ekonomi kreatif⁹

B. Deskripsi Teori

1. Strategi dan Pengembangan UMKM

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah rencana komprehensif yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang suatu organisasi atau individu. Rencana ini melibatkan serangkaian tindakan terpadu dan terkoordinasi, yang memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal. Keberhasilan suatu strategi bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang lingkungan internal dan eksternal organisasi. Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) sering digunakan untuk memetakan potensi dan tantangan yang dihadapi. Strategi yang efektif harus adaptif dan dinamis, serta mampu merespons perubahan lingkungan yang tak terduga. Implementasi strategi membutuhkan kepemimpinan dan komitmen yang kuat dari semua pihak yang terlibat. Pemantauan dan evaluasi yang berkala sangat penting untuk memastikan strategi tetap relevan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi yang baik akan meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang keberhasilan. Memilih strategi yang tepat adalah kunci keberhasilan.

⁹ Klemens Mere Et Al., "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal," *Community Development Journal* 4, No. 6 (2023): 12324–29.

Pengembangan strategi melibatkan proses analisis sistematis, mulai dari mendefinisikan tujuan, mengidentifikasi peluang dan ancaman, hingga memilih tindakan yang tepat. Proses ini membutuhkan pertimbangan cermat terhadap berbagai faktor, termasuk sumber daya, kapabilitas, dan lingkungan kompetitif. Penetapan indikator kinerja utama (KPI) sangat penting untuk mengukur efektivitas strategi. efektivitas strategi. Pemanfaatan teknologi dan informasi merupakan faktor krusial dalam pengembangan dan implementasi strategi di era modern. Strategi yang baik memberikan arah yang jelas dan terukur bagi organisasi untuk mencapai visi dan misinya. Evaluasi dan penyesuaian strategi secara berkala berdasarkan hasil evaluasi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang. Keberhasilan suatu strategi bergantung pada kemampuan organisasi untuk beradaptasi dan berinovasi. Komunikasi yang efektif sangat penting untuk memastikan semua anggota organisasi memahami dan berkomitmen terhadap strategi yang telah disepakati.¹⁰

Adapun pengertian strategi menurut beberapa para ahli sebagai berikut:

- 1) Siagian Mendefinisikan strategi sebagai serangkaian keputusan dan tindakan fundamental yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jenjang organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

¹⁰ Miftah Sahara, Mohammad Faizal, and Meriyati, "Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Asuransi Jasindo Syariah Cabang Palembang," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 181–210, <https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/download/14/10>.

- 2) Marrus Memandang strategi sebagai proses penentuan rencana oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, sekaligus mengembangkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.
- 3) Grant Mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif yang melibatkan pengeralahan sumber daya untuk mencapai posisi yang menguntungkan.
- 4) Lukiasuti Menyatakan bahwa strategi sering disamakan dengan taktik.
- 5) Jauch dan Glueck Mendefinisikan strategi sebagai rencana terpadu yang menghubungkan keunggulan strategis organisasi dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan tercapainya tujuan utama organisasi.
- 6) Salusu dan Young Mendefinisikan strategi sebagai seni menggunakan kapabilitas dan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan secara saling menguntungkan. Strategi menekankan tiga elemen penting: keterampilan/kemampuan, sumber daya, dan lingkungan.

Penting untuk diingat bahwa definisi strategi dapat bervariasi tergantung pada konteks dan pendekatan yang digunakan. Para ahli di atas menawarkan perspektif yang berbeda namun saling melengkapi dalam memahami memahami konsep strategi.¹¹

¹¹ Tofan Ibrahim, "Strategi Pemerintah Kecamatan Langensari Dalam Pencegahan Covid-19," *STISIP Bina Putera Banjar* 6(2), no. 2 (2022): 93–102.

b. Pengertian Pengembangan

Pengembangan dalam konteks ilmiah mengacu pada proses sistematis untuk meningkatkan atau memodifikasi sesuatu, baik produk, metode, maupun sistem, agar lebih efektif, efisien, dan optimal. Proses ini melibatkan perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang terstruktur. Pengembangan seringkali didasarkan pada riset dan analisis data untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengukur keberhasilan.¹² Tujuan utama pengembangan adalah menghasilkan perbaikan yang terukur dan berkelanjutan. Pengembangan dapat bersifat inkremental (perbaikan bertahap) atau radikal (inovasi besar). Pendekatan pengembangan dapat bervariasi tergantung pada konteks dan kebutuhan spesifik. Pendekatan ini mencakup pengujian dan penyempurnaan berulang untuk memastikan hasil yang diinginkan tercapai. Pengembangan yang sukses membutuhkan kolaborasi dan pemahaman yang mendalam tentang domainnya.

Pengembangan juga menuntut kreativitas dan inovasi dalam menemukan solusi dan pendekatan baru. Hal ini melibatkan pembelajaran berkelanjutan dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan. Proses pengembangan yang baik akan menghasilkan produk atau sistem yang lebih berkelanjutan dan efisien. Umpan balik yang konstruktif sangat penting untuk menjaga proses pengembangan yang terfokus dan efektif. Dokumentasi yang terperinci sangat penting untuk melacak kemajuan dan berbagi pengetahuan. Pemanfaatan teknologi dan informasi

¹² Rismayanti, "Strategi Penerapan Ekonomi Hijau Dalam Mengatasi Middle Income Trap," *Gorontalo Development Review* 6, no. 1 (2023): 39–52, <https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/gdrev/article/viewFile/2623/1110>.

seringkali menjadi faktor krusial dalam mempercepat dan meningkatkan efisiensi proses pengembangan. Keberhasilan pengembangan diukur dari pencapaian tujuan yang ditetapkan dan dampak positifnya terhadap konteks yang lebih luas. Penggunaan metodologi yang tepat akan memaksimalkan peluang keberhasilan pengembangan.¹³

Adapun pengertian pengembangan menurut beberapa para ahli sebagai berikut:

- 1) Borg dan Gall Mendefinisikan pengembangan (R&D) sebagai proses pengembangan dan validasi produk pendidikan. Produk ini tidak terbatas pada materi seperti buku teks atau film, tetapi juga mencakup prosedur dan proses, seperti model pembelajaran dan metode pengajaran. Hal ini menekankan pengembangan dan validasi produk pendidikan secara komprehensif.
- 2) Putra Memandang pengembangan sebagai pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menghasilkan produk atau peralatan baru, atau untuk meningkatkan produk dan layanan yang sudah ada secara substansial melalui proses atau sistem baru sebelum produksi komersial dimulai. Hal ini menekankan inovasi dan peningkatan yang signifikan.
- 3) Majid Menambahkan bahwa bahan ajar (dalam konteks pendidikan) adalah informasi, perangkat, dan teks yang dibutuhkan guru untuk melaksanakan pembelajaran. Hal ini berfokus pada aspek fungsional pengembangan dalam konteks pembelajaran.

¹³ Nella Wilda et al., "Pengembangan Modul Berbasis Discovery Learning Pada Materi Persamaan Dan Fungsi Kuadrat Kelas X Sma N 14 Iskandar Muda Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 4, no. 1 (2023): 59–70.

pengembangan membutuhkan kolaborasi dan komunikasi yang efektif antara berbagai pihak yang terlibat, termasuk peneliti, praktisi, dan pengguna. Umpan balik yang konstruktif dari berbagai pihak sangat berharga untuk memastikan proses pengembangan tetap fokus dan relevan dengan kebutuhan yang ada. Dokumentasi yang terperinci juga merupakan aspek krusial dalam pengembangan, karena memungkinkan pelacakan kemajuan, berbagi pengetahuan, dan keberlanjutan hasil pengembangan yang telah dicapai. Dengan demikian, pengembangan dalam konteks ilmiah bukan sekadar proses teknis, tetapi juga proses sosial yang kompleks yang membutuhkan keterampilan interpersonal dan manajemen yang kuat. Aspek dalam segi etika pembangunan juga harus menjadi perhatian utama, terutama ketika pembangunan tersebut berdampak langsung pada masyarakat atau lingkungan. Pembangunan yang bertanggung jawab harus mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan untuk memastikan bahwa hasilnya tidak hanya efektif secara teknis tetapi juga berkelanjutan dan bermanfaat secara luas. Dengan demikian, pembangunan holistik akan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas hidup dan kemajuan ilmu pengetahuan yang berkelanjutan.

Selain kolaborasi, komunikasi, dan etika, pengembangan juga sangat bergantung pada penerapan metodologi yang tepat dan adaptif yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan. Metodologi yang dipilih harus mampu mengakomodasi perubahan dinamis dan memungkinkan evaluasi berkala sehingga proses pengembangan dapat disesuaikan dengan cepat dan tepat. pengembangan juga membutuhkan dukungan teknologi informasi yang memadai untuk

mempercepat pemrosesan, analisis, dan dokumentasi data.¹⁴ Penggunaan teknologi digital seperti sistem manajemen proyek, perangkat lunak kolaborasi daring, dan basis data terintegrasi dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengembangan. Lebih lanjut, pengembangan harus selalu berorientasi pada inovasi berkelanjutan dengan secara konsisten menerapkan pembelajaran dari evaluasi dan umpan balik untuk meningkatkan kualitas produk atau sistem. Dengan demikian, pengembangan yang terencana dan terkelola dengan baik akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat luas.¹⁵

b. Jenis-Jenis UMKM

Berdasarkan Keputusan No. 127 Tahun 2001, usaha kecil dan menengah dapat beroperasi di sektor industri dan perdagangan. Secara umum, UMKM sendiri terbagi menjadi dua bidang utama: industri dan penyedia barang/jasa.

- 1) Industri Makanan: Pengolahan makanan dan minuman dengan cara tradisional (penggaraman, pengasinan, fermentasi, dan lain-lain)
- 2) Industri Tekstil: Tenun, rajut, batik, dan bordir (manual dan ATB)
- C. Industri Hasil Hutan dan Perkebunan: Pengolahan bahan bangunan (bambu, nipah) dan bahan baku industri (lateks, kulit kayu)

¹⁴ fasiha, "Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law September 2017, Vol. 2, No. 2 [Http://Www.Iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Amwal](http://www.iainpalopo.ac.id/index.php/Amwal)," *Islamic Economic* 2, no. 2 (2017): 111–27.

¹⁵ Sitta Kusuma, *Buku Manajemen Pemasaran di Era Digitalisasi* (Padang: Takaza Innovatix Labs, 2024)

- D. Industri Perkakas: Perkakas tangan manual/semi-mekanis untuk pertukangan dan pertanian (kecuali cangkul dan sekop).
- E. Industri Gerabah: Pembuatan barang dari tanah liat (dengan/tanpa glasir).
- F. Industri Jasa: Perawatan dan perbaikan peralatan otomotif, kapal, elektronik, dan rumah tangga (manual/semi-otomatis).
- G. Industri Kerajinan: Kerajinan tangan yang berciri khas budaya dan bernilai seni.¹⁶

Pengembangan merek dan strategi pemasaran yang unik sangat penting untuk memperkuat identitas dan nilai jual produk. Pengembangan pasar, baik domestik maupun internasional, melalui pameran dan kolaborasi dengan pembeli sangat penting. Dukungan pemerintah dalam bentuk kemudahan akses pasar dan pembiayaan sangat penting bagi keberlanjutan usaha. Dengan demikian, industri dapat menjadi sektor ekonomi yang tangguh dan memberikan manfaat ekonomi bagi para pengrajin.¹⁷

Selain industri kerajinan, sektor jasa juga memainkan peran penting dalam perekonomian UMKM. Industri jasa berbasis teknologi, seperti desain grafis, aplikasi seluler, dan pemasaran digital, memiliki potensi pasar yang sangat besar. Pengembangan industri jasa membutuhkan perhatian terhadap kualitas layanan, daya tanggap, dan kepuasan pelanggan. Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pekerja jasa sangat penting untuk meningkatkan daya saing. Pemanfaatan

¹⁶ M . J Hafsah, "Upaya Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah UMKM," *Jurnal Infoskop* 1, no. Upayapengembanganumkm(2004):1,

¹⁷ Kabupaten Bengkalis-riau and S Susie, "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)" 29, no. 1 (2018): 1–10.

teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan layanan sangatlah penting.¹⁸ Pengembangan branding dan pemasaran yang efektif untuk membangun citra positif dan kepercayaan pelanggan juga penting. Dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan fasilitasi akses pembiayaan sangatlah penting. Dengan demikian, sektor jasa dapat menjadi penggerak ekonomi yang inovatif dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian nasional.

c. Strategi UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan. UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan hasil pembangunan di Indonesia.¹⁹ oleh karena itu kita dapat melihat beberapa strategi yang dapat di lakukan dalam mengembangkan UMKM.

- 1) Strategi Pengembangan Pasar UMKM: Dua pendekatan utama: pengembangan produk dan pengembangan sistem penjualan.
- 2) Pengembangan Produk: Strategi prioritas jika produk sudah diterima pasar dan terbukti menguntungkan.
- 3) Pengembangan Sistem Penjualan: Dua pendekatan: • Internal: Membuka cabang, outlet, atau agen sendiri.

¹⁸ Taufik Rahman Ilyas, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Lokal Berbasis Platform Digital Di Kota Malang," *Indonesian Journal of Humanities and Social* ... 5, no. 2 (2024): 1083–92, <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/view/5833%0Ahttps://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/download/5833/1751>.

¹⁹ I W Suparta, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung," *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 12, no. 1 (2018): 1–8.

- 4) *Eksternal*: Bekerjasama dengan pihak lain untuk membangun jaringan pemasaran.

Pengembangan UMKM yang berkelanjutan adalah kunci untuk menciptakan ekonomi yang kuat dan inklusif. Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.²⁰

Strategi pengembangan UMKM yang baik harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk karakteristik produk, target pasar, dan kemampuan finansial pemilik usaha. Mengembangkan produk yang inovatif dan bernilai tambah sangat penting untuk menarik minat konsumen. Riset pasar yang komprehensif membantu memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Pemilihan saluran distribusi yang tepat, baik daring maupun luring, memastikan produk UMKM dapat menjangkau target pasar yang luas. Membangun merek dan citra merek yang kuat sangat penting untuk membedakan produk UMKM dari pesaing. Pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan promosi produk meningkatkan efisiensi dan jangkauan. Kolaborasi dengan pihak lain, seperti lembaga pelatihan dan konsultan bisnis, dapat meningkatkan kapasitas manajemen dan pemasaran UMKM. Dengan strategi yang tepat sasaran, UMKM dapat tumbuh dan berkembang pesat.

Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor swasta, sangat penting bagi keberhasilan pengembangan UMKM. Pemerintah dapat memberikan berbagai insentif, seperti subsidi bunga kredit,

²⁰ Fani, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Atau UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat" 2, no. 1 (2021).

kemudahan perizinan, dan pelatihan kewirausahaan. Lembaga keuangan perlu menyediakan akses pembiayaan yang mudah dan terjangkau bagi UMKM. Sektor swasta dapat berperan dalam memberikan pelatihan, pendampingan, dan kemitraan usaha bagi UMKM. Pengembangan infrastruktur pendukung bagi UMKM, seperti kawasan industri dan pusat pelatihan, sangat penting. Mengembangkan ekosistem UMKM yang kondusif, yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Kolaborasi dan sinergi antara berbagai pihak sangat penting untuk menciptakan iklim ekonomi yang mendukung pertumbuhan UMKM. Dengan dukungan yang komprehensif ini, UMKM dapat menjadi pilar ekonomi yang kuat dan kompetitif.

d. Teori Strategi Pengembangan UMKM

Strategi pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) bertujuan untuk mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah agar lebih berdaya saing dan berkelanjutan. Teori-teori yang relevan dalam strategi ini antara lain:

1. Teori Sumber Daya

Pandangan Berbasis Sumber Daya (RBV) memandang perusahaan sebagai kumpulan sumber daya strategis yang unik, langka, kompleks, saling melengkapi, dan sulit ditiru. Keunggulan kompetitif bergantung pada sumber daya khas yang menciptakan hambatan untuk ditiru dan ancaman substitusi. Meningkatnya tekanan kompetitif dapat mengurangi keunggulan ini, sehingga perusahaan harus mempertahankan dan memperkuat kompetensi uniknya untuk bertahan hidup.

Mahoney (1992) menyarankan untuk mengevaluasi sumber daya dan kompetensi secara berkesinambungan untuk menilai daya tahan dan keunikannya. Penelitian Mahoney dan Rajendran mengkaji RBV dari tiga perspektif: manajemen strategis (keunggulan kompetitif, laba, dan kinerja), ekonomi organisasi (teori keagenan, hak milik, biaya transaksi, dan ekonomi evolusioner), dan analisis industri. Strategi, menurut RBV, adalah pengejaran keuntungan (pendapatan yang melebihi biaya peluang sumber daya). Sumber daya meliputi tanah, peralatan, tenaga kerja (termasuk kemampuan dan pengetahuan), modal (berwujud dan tidak berwujud), dan aset bernilai lainnya. Sewa dapat diperoleh melalui: sumber daya yang langka (sewa Ricardian, seperti lokasi superior atau paten), perlindungan pemerintah atau pengaturan kolusi (sewa monopoli), dan kemampuan kewirausahaan dalam menghadapi ketidakpastian (sewa kewirausahaan).²¹

2. Teori Inovasi

Teori Inovasi Schumpeter yang dikemukakan dalam bukunya "*The Theory of Economic Development*" menekankan pentingnya peran inovator dan wirausahawan dalam mendorong pembangunan ekonomi. Schumpeter mendefinisikan inovasi sebagai berbagai hal, seperti menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas, mengembangkan metode produksi baru, membuka pasar baru, dan menemukan sumber daya baru.²² Kemajuan teknologi yang dihasilkan oleh inovasi menciptakan

²¹ Rima Elya Dasuki, "Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View," *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 12, no. 3 (2021): 447–54, <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>.

²² Rahmi Fadillah, "Inovasi Pengembangan UMKM Sate Ikan Mentigi Berbasis Ekonomi Kreatif (KKN Mas Di Desa Malaka Lombok Utara)," *Abdi Psikonomi* 2 (2021): 124–30, <https://doi.org/10.23917/psikonomi.v2i4.410>.

peluang dan keuntungan, menarik investasi dari lembaga keuangan seperti bank ke produk inovatif. Investasi ini mendorong persaingan antarbank, yang pada akhirnya mengikis margin keuntungan dari inovasi. Kesimpulannya, adopsi *fintech* oleh bank dapat meningkatkan kinerja keuangan, tetapi juga memicu persaingan yang mengikis margin keuntungan dari inovasi.²³

3. Teori Jaringan

Teori Jaringan Aktor (ANT) memandang UMKM sebagai bagian dari jaringan hubungan sosial yang kompleks. Keberhasilan UMKM bergantung pada kemampuan mereka untuk berinteraksi secara efektif dengan para aktor (pemasok, pelanggan, pemerintah, dll.) dan perantara (informasi, regulasi, teknologi) dalam jaringan tersebut membantu menganalisis bagaimana UMKM membangun dan mengelola jaringan ini untuk mencapai tujuan bisnis mereka.²⁴

4. Teori Ekonomi Kelembagaan

Ekonomi *institutional* menjelaskan bahwa keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh aturan main formal (peraturan pemerintah) dan informal (norma sosial). Peraturan yang baik memfasilitasi akses terhadap kredit, perlindungan hukum atas kekayaan intelektual, dan penetapan standar kualitas, sehingga mendorong pertumbuhan UMKM. Sebaliknya, birokrasi yang kompleks dan penegakan hukum

²³ Luckfi Nurcholis, "Dimensi Ekologis Sedekah Laut: Analisis Teori Aktor-Jaringan (Actor Network Theory)," *Bioma: Berkala Ilmiah Biologi* 26, no. 1 (2024): 59–68, <https://doi.org/10.14710/bioma.2024.64181>.

²⁴ Christoffel O Mardy Et Al., "Sejarah Teori Kewirausahaan: Dari Saudagar Sampai Ke Startup," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 7, No. Sejarah Teori Kewirausahaan (2020): 187–96, Christoffelmintardjo@Unsrat.Ac.Id.

yang lemah menciptakan ketidakpastian dan menghambat pembangunan. Norma sosial seperti kepercayaan dan etika bisnis yang kuat mendukung kolaborasi dan reputasi positif, sementara ketimpangan sosial dan korupsi menciptakan ketidakadilan dan persaingan yang tidak sehat. Singkatnya, keseimbangan antara peraturan yang mendukung dan norma sosial yang positif sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.²⁵

e. Indikator Strategi Pengembangan

Teori *Re-Inforcement* (KPI) dalam konteks strategi pengembangan adalah pendekatan yang menekankan penggunaan umpan balik untuk memotivasi pencapaian tujuan strategis. Dalam implementasinya, usaha menetapkan Key Performance Indicators (KPI) yang terukur untuk berbagai aspek indikator pengembangan, seperti pertumbuhan pangsa pasar, tingkat kepuasan pelanggan, atau efisiensi operasional. Pencapaian KPI ini akan mendapatkan "reinforcement" positif, misalnya investasi lebih lanjut, alokasi sumber daya tambahan, atau pengakuan atas keberhasilan inisiatif strategis. Berikut adalah beberapa indikator strategi pengembangan:

1. Pertumbuhan Pasar:

a). Peningkatan pangsa pasar: Mengukur seberapa besar pangsa pasar yang dikuasai usaha dibandingkan dengan pesaing.

²⁵ Mengenal Pemikiran, Old Institutional, And Economics Oie, "Mengenal Pemikiran Old Economic (Oie) Dalam Ilmu Ekonomi Kelembagaan" 6, No. 1 (2020): 37–46.

b). Pertumbuhan Pendapatan: Mengukur peningkatan total pendapatan usaha dari penjualan produk atau layanan.

c). Ekspansi ke pasar baru: Mengukur keberhasilan usaha dalam memasuki dan mengembangkan bisnisnya di wilayah atau segmen pasar baru.

2. Inovasi Produk dan Layanan:

a). Jumlah produk baru yang diluncurkan: Mengukur frekuensi usaha memperkenalkan produk atau layanan baru ke pasar.

b). Tingkat adopsi produk baru: Mengukur seberapa cepat dan luas produk atau layanan baru diadopsi oleh pelanggan.

c). Investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D): Mengukur alokasi sumber daya perusahaan untuk inovasi dan pengembangan produk.

3. Efisiensi Operasional:

a). Pengurangan biaya produksi: Mengukur efektivitas usaha dalam mengurangi biaya yang terkait dengan produksi barang atau jasa.

b). Peningkatan produktivitas: Mengukur output yang dihasilkan per unit input (misalnya, tenaga kerja, modal) dalam proses produksi.

c). Optimalisasi rantai pasokan: Mengukur efisiensi dan efektivitas manajemen rantai pasokan usaha.

4. Kepuasan Pelanggan:

- a). Skor kepuasan pelanggan: Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk, layanan, dan pengalaman usaha.
- b). Tingkat retensi pelanggan: Mengukur kemampuan usaha untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada selama periode waktu tertentu.
- c). Jumlah keluhan pelanggan: Mengukur frekuensi dan jenis keluhan yang diajukan oleh pelanggan sebagai umpan balik untuk perbaikan.

5. Pengembangan Sumber Daya Manusia:

- a). Tingkat pelatihan karyawan: Mengukur frekuensi dan kualitas pelatihan yang diberikan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.
- b). Tingkat retensi karyawan: Mengukur kemampuan usaha untuk mempertahankan karyawan yang berkualitas selama periode waktu tertentu.
- c). Keterlibatan karyawan: Mengukur tingkat motivasi, komitmen, dan partisipasi karyawan dalam mencapai tujuan usaha.

6. Keberlanjutan:

- a). Pengurangan dampak lingkungan: Mengukur upaya usaha untuk mengurangi emisi, limbah, dan penggunaan sumber daya alam.
- b). Praktik bisnis yang etis: Mengukur kepatuhan usaha terhadap standar etika dan hukum yang berlaku dalam semua aspek bisnisnya.

c). Kontribusi sosial: Mengukur dampak positif usaha terhadap masyarakat melalui program sosial dan kegiatan amal.

7. Kinerja keuangan:

a). Pengembalian investasi (ROI): Mengukur tingkat pengembalian investasi yang diterima usaha dari berbagai proyek dan inisiatif.

b). Margin laba: Mengukur persentase laba yang diperoleh usaha dari penjualan setelah dikurangi biaya.

c). Arus kas: Mengukur kemampuan usaha untuk menghasilkan kas dari operasi bisnisnya. Indikator-indikator ini dapat digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi keberhasilan strategi pengembangan usaha secara keseluruhan.

Teori indikator pengembangan strategi tidak secara khusus berasal dari satu penjelasan akan tetapi konsepnya dapat ditemukan di berbagai teori yang mencakup strategi bisnis, pemasaran, dan pengembangan produk. Indikator tersebut meliputi Indikator Kinerja Utama (KPI), kepuasan pelanggan, produktivitas karyawan, pangsa pasar, dan analisis SWOT untuk mengukur efektivitas indikator strategi pengembangan Berdasarkan teori Key Performance Indicators (KPI).²⁶

3.Ekonomi Kreatif

a. Pengertian Ekonomi kreatif

²⁶ Sudaryanto, "Peran KPI dalam Mendorong Kinerja Karyawan dan Produktivitas Organisasi," *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Inovasi Digital (JIMaKeBiDi)* 1, no. 2 (2024): 61–72.

Ekonomi kreatif merupakan suatu Konsep di mana adanya kolaborasi antara ilmu pengetahuan dengan teknologi yang saling terhubung untuk mendorong Pembangunan ekonomian dan juga menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik. Berasal dari Amerika Serikat dan Inggris, konsep industri kreatif telah menyebar ke seluruh dunia, terutama Asia. Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kreativitas untuk menghasilkan hal-hal baru dan bernilai. Saat ini, pengembangan ekonomi kreatif cenderung berfokus pada sektor-sektor tertentu seperti industri kreatif dan budaya, atau pengembangan hak kekayaan intelektual seperti hak cipta. Alokasi sumber daya yang tepat sangat penting.²⁷ Ekonomi kreatif itu sendiri merupakan upaya pembangunan berkelanjutan melalui kreativitas, menciptakan iklim ekonomi yang kompetitif dengan sumber daya yang terbarukan . Hal ini penting bagi negara maju dan berkembang, karena menawarkan peluang untuk memanfaatkan sumber daya yang tak terbatas: ide, bakat, dan kreativitas.

Konsep ekonomi kreatif diperkenalkan dalam buku John Howkins, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, yang diterbitkan pada tahun 2001. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai proses menciptakan nilai tambah melalui kreativitas, warisan budaya, dan lingkungan, yang pada akhirnya meningkatkan perekonomian. Proses ini digerakkan oleh individu-individu kreatif yang menggunakan keterampilan mereka. Hakikatnya, ekonomi kreatif adalah suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan barang atau jasa

²⁷ Muhamad Yusuf, "Pengembangan Strategi Ekonomi Kreatif Di Kota," : : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara 10 (2023): 7–8.

yang baru, bernilai ekonomis, dan bersifat komersial, yang berlandaskan pada kreativitas.²⁸

Ekonomi kreatif yang berbasis kreativitas membutuhkan perlindungan hukum yang kuat, terutama terkait hak kekayaan intelektual (HKI). Kesadaran hukum sangat penting bagi pelaku ekonomi kreatif untuk melindungi karyanya dari pembajakan dan peniruan. Pemerintah perlu menyediakan akses yang mudah dan terjangkau bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mendapatkan perlindungan HKI. Penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran HKI juga krusial untuk menciptakan iklim usaha yang adil dan kompetitif. Edukasi dan sosialisasi tentang HKI bagi pelaku ekonomi kreatif sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman. Kolaborasi dengan organisasi internasional dalam perlindungan HKI dapat meningkatkan daya saing produk ekonomi kreatif di pasar internasional. Dengan perlindungan HKI yang kuat, pelaku ekonomi kreatif dapat lebih fokus mengembangkan kreativitas dan inovasi tanpa khawatir akan pembajakan. Hal ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Pengembangan ekonomi kreatif membutuhkan kolaborasi dan sinergi antar berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, lembaga pendidikan, dan masyarakat. Pemerintah berperan dalam menciptakan kebijakan yang mendukung, memberikan insentif, dan mengembangkan infrastruktur pendukung. Lembaga pendidikan berperan dalam mengembangkan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Pelaku usaha berperan dalam menciptakan produk dan layanan yang

²⁸ Halifa Haqqi and Hasna Wijayati, "Peranan Mendorong Ekspor Produk Ekonomi Kreatif Di Pasar Global," *Sosietas* 1, no. 34 (2018): 16–55.

inovatif dan bernilai tambah. Masyarakat berperan sebagai konsumen dan pendukung ekonomi kreatif. Membangun ekosistem ekonomi kreatif yang kondusif dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan sangatlah penting. Pengembangan jejaring dan kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif memperkuat daya saing dan memperluas akses pasar. Dengan kolaborasi yang efektif, ekonomi kreatif dapat menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

b. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Kementerian Perdagangan (Kemendag) RI mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai industri yang memanfaatkan kreativitas dan bakat individu untuk menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat. Hal senada disampaikan Suryana yang menyebut industri kreatif sebagai jantung ekonomi kreatif, yang bertumpu pada kreativitas sumber daya manusia untuk menghasilkan nilai tambah ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui ide inovatif yang menghasilkan produk dan layanan. Fabian Januarius Kuwado juga menegaskan pentingnya kreativitas dalam ekonomi kreatif.²⁹

Adapun Ciri-Ciri atau karakteristik dari ekonomi kreatif Menurut Schulpen dan Gibbon adalah Sebagai berikut:

- 1) Ide merupakan gagasan pokok pelaku ekonomi; Adanya kreasi intelektual dalam dunia usaha; Kegiatan usaha bersifat terbuka dan tidak terbatas;

²⁹ Sebagai Solusi and Mengatasi Pengangguran, "Peran Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran" 13, no. 1 (2019).

- 2) Menghasilkan produk yang bernilai kreatif;
- 3) Adanya kerjasama dari berbagai pihak;
- 4) Ekonomi kreatif sebagai konsep yang sifatnya relatif dan mudah terganti.³⁰

Dengan kemampuan adaptasi dan inovasi yang kuat, pelaku ekonomi kreatif dapat bertahan dan berkembang pesat di tengah perubahan yang cepat. Kemampuan untuk mengenali peluang baru dan memanfaatkannya secara efektif merupakan kunci kesuksesan. Membangun jaringan dan berkolaborasi dengan pelaku bisnis lain sangat penting untuk memperluas akses pasar dan berbagi pengetahuan. Membangun citra merek yang kuat dan konsisten meningkatkan daya tarik produk di kalangan konsumen. Memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk membangun komunitas dan berinteraksi dengan konsumen. Mempertahankan kualitas produk dan layanan agar selalu memenuhi harapan konsumen. Evaluasi dan pemantauan kinerja bisnis secara berkala sangat penting untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Dengan strategi yang tepat dan kemampuan adaptasi yang kuat, pelaku ekonomi kreatif dapat menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian.

Pemerintah berperan krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif melalui kebijakan yang kondusif. Penyediaan infrastruktur pendukung, seperti pusat kreativitas dan inkubator bisnis, memudahkan wirausahawan mengembangkan usahanya. Pemberian insentif dan penyederhanaan perizinan usaha mengurangi beban administratif bagi pelaku ekonomi kreatif. Dukungan

³⁰ Asiva Noor Rachmayani, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Pada Umkm Zhafira Popcron, 2024.

pendanaan melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau skema pendanaan lainnya juga penting. Pengembangan program pelatihan dan pendidikan yang berfokus pada peningkatan keterampilan dan kreativitas juga penting. Promosi dan pemasaran produk ekonomi kreatif melalui pameran dan kegiatan promosi lainnya juga penting. Kolaborasi dengan sektor swasta juga penting untuk membangun ekosistem ekonomi kreatif yang lebih kuat. Dengan dukungan komprehensif dari pemerintah, ekonomi kreatif dapat tumbuh dan berkembang menjadi sektor unggulan perekonomian nasional.

c. Potensi Ekonomi kreatif

Ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan positif, ditandai dengan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) yang signifikan dari tahun ke tahun. Ekspor ekonomi kreatif juga meningkat, meskipun ekspor nonmigas nasional menurun, menunjukkan ketahanan sektor ini. Tenaga kerja di sektor ini terus bertambah, menciptakan lapangan kerja baru. Potensi ekonomi kreatif didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan internet. Platform digital memudahkan akses pasar dan penjualan produk kreatif. Perdagangan elektronik memainkan peran krusial dalam distribusi dan penjualan produk kreatif. Indonesia memiliki jumlah pengguna internet yang besar, menciptakan pasar yang besar untuk produk kreatif. Namun, tantangan seperti perizinan usaha yang lambat dan kurangnya efisiensi rantai pasok masih perlu diatasi. Pemerintah perlu mendorong inovasi dan memberikan pelatihan bagi pelaku ekonomi kreatif untuk meningkatkan daya saing.

Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia sangat menjanjikan, dengan munculnya banyak perusahaan rintisan (startup) dan perusahaan unicorn. Investasi asing juga terus mengalir ke sektor ini. Pemerintah telah berupaya membangun infrastruktur TIK dan menggalakkan gerakan "Ayo Berjualan Online". Program Making Indonesia bertujuan untuk merevitalisasi sektor manufaktur dan meningkatkan daya saing. Namun, kendala seperti keamanan siber dan kurangnya sumber daya manusia terampil masih menjadi perhatian. Pengembangan kualitas sumber daya manusia di bidang teknologi informasi dan komunikasi sangatlah penting. Kesiapan untuk transformasi digital harus ditingkatkan melalui pelatihan dan pendidikan yang memadai. Pentingnya menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, termasuk akses permodalan dan regulasi yang jelas, tidak dapat diabaikan. Pemerintah juga perlu memastikan pemanfaatan yang inklusif untuk kegiatan produktif.³¹

Pemanfaatan teknologi digital yang inklusif untuk kegiatan produktif memerlukan strategi yang tepat sasaran. Pemerintah perlu memastikan pemerataan akses teknologi bagi seluruh lapisan masyarakat, terutama di daerah terpencil. Program literasi digital yang komprehensif sangat penting untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi. Pembangunan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi yang memadai di seluruh Indonesia menjamin konektivitas yang baik. Dukungan pemerintah terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis digital dapat

³¹ Rozikin and Mohammad Jon Tasrif, "Potensi Ekonomi Kreatif Tahun 2024 Negara Indonesia," *Jurnal Manajemen FE-UB* 11, no. 2 (2024): 1.

meningkatkan daya saing dan menciptakan lapangan kerja. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif. Program pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan strategi yang tepat, pemanfaatan teknologi digital dapat menciptakan dampak ekonomi yang positif dan berkeadilan bagi seluruh lapisan masyarakat. .

Untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, sinergi antar berbagai pemangku kepentingan sangat diperlukan. Pemerintah perlu merumuskan regulasi yang jelas dan kondusif, sehingga memudahkan pelaku ekonomi kreatif dalam menjalankan usahanya. Lembaga keuangan berperan krusial dalam menyediakan modal yang terjangkau dan mudah diakses. Sektor swasta dapat berkontribusi melalui investasi, kemitraan, dan transfer teknologi. Lembaga pendidikan dan pelatihan berperan krusial dalam mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten dan inovatif. Kolaborasi dan komunikasi yang efektif antar pemangku kepentingan sangat penting untuk memastikan efektivitas program. Dengan sinergi yang kuat, ekonomi kreatif Indonesia dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d. kebijakan dan Regulasi Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dipelopori melalui Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, yang menekankan pentingnya kreativitas dan

keterampilan individu dalam menciptakan nilai ekonomi. Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 kemudian membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), sekarang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, untuk mengelola dan mengembangkan sektor ini. Namun, peraturan yang ada dianggap kurang komprehensif dalam mengatasi tantangan yang dihadapi ekonomi kreatif. Peraturan masih spesifik sektoral, tanpa kerangka hukum yang secara khusus melindungi dan mengatur jenis ekonomi berbasis kreativitas ini. Isu-isu kunci meliputi kualitas sumber daya manusia, akses ke modal, dan perluasan pasar. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) juga merupakan isu krusial yang perlu diperkuat. Kebijakan pemerintah perlu fokus pada penciptaan iklim usaha yang kondusif dan memberikan kemudahan bagi para pelaku ekonomi kreatif. Pentingnya standardisasi produk juga patut mendapat perhatian.

Salah satu kendala utama adalah minimnya akses permodalan bagi pelaku ekonomi kreatif, terutama di subsektor non-bendawi. Undang-Undang UMKM dan Undang-Undang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) memberikan dukungan, tetapi belum spesifik terhadap kebutuhan ekonomi kreatif. Skema pembiayaan alternatif seperti crowdfunding dan modal ventura perlu terus dipromosikan dan difasilitasi. Pemerintah perlu berperan sebagai penjamin pinjaman modal atau pemegang saham sementara bagi pelaku usaha kreatif yang potensial. Memperluas akses pasar, baik domestik maupun internasional, juga menjadi tantangan tersendiri. Informasi pasar yang akurat dan terkini sangat penting bagi pelaku usaha. Peningkatan promosi melalui berbagai media, termasuk pemasaran digital, sangat penting. Pemerintah dapat memfasilitasi partisipasi dalam pameran dan kegiatan promosi di dalam dan

luar negeri. Integrasi kebijakan di berbagai sektor terkait merupakan kunci keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif.³²

Integrasi kebijakan lintas sektor terkait membutuhkan koordinasi antar kementerian dan lembaga pemerintah. Pembentukan tim kerja lintas sektor untuk mengembangkan strategi dan kebijakan terpadu sangat penting. Koordinasi yang efektif memastikan konsistensi kebijakan dan menghindari tumpang tindih program. Kolaborasi antar kementerian dalam memberikan pelatihan dan peningkatan kapasitas bagi pelaku ekonomi kreatif sangat penting. Integrasi data dan informasi lintas sektor memungkinkan pemantauan dan evaluasi kinerja program yang lebih efektif. Sinkronisasi regulasi lintas sektor terkait menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif dan mengurangi kerumitan birokrasi. Melibatkan pelaku ekonomi kreatif dalam proses penyusunan kebijakan sangat penting untuk memastikan kebijakan responsif terhadap kebutuhan lapangan. Dengan integrasi kebijakan yang efektif, pengembangan ekonomi kreatif dapat lebih terarah dan terkoordinasi.

Selain integrasi kebijakan, peningkatan kualitas sumber daya manusia juga menjadi kunci keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif. Pemerintah perlu meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan di bidang kreativitas dan kewirausahaan. Kurikulum harus disesuaikan dengan kebutuhan industri ekonomi kreatif.³³ Kolaborasi dengan universitas dan lembaga pelatihan sangat penting

³² Pengaturan Ekonomi Et Al., “(Regulating Of Creative Economy To Develop New Economic Resources) Tahun 2001 Oleh John Howkins .

³³ Rismayanti, “Strategi Penerapan Ekonomi Hijau Dalam Mengatasi Middle Income Trap,” *Gorontalo Development Review* 6, no. 1 (2023): 39–52, <https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/gdrev/article/viewFile/2623/1110>.

untuk mengembangkan program pendidikan dan pelatihan yang berkualitas. Program magang dan pengalaman kerja industri dapat memberikan pengalaman berharga bagi calon pelaku ekonomi kreatif. Pengembangan pusat pelatihan terpadu dan inkubator bisnis dapat memfasilitasi pengembangan keterampilan dan inovasi. Pemerintah juga perlu memberikan insentif bagi perusahaan yang berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. Dengan sumber daya manusia yang berkualitas, ekonomi kreatif Indonesia dapat lebih kompetitif di pasar global.

e. Indikator Keberhasilan Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif, sebagai penggerak ekonomi yang berbasis pada kreativitas dan inovasi, memiliki beberapa indikator keberhasilan yang saling terkait. Pertumbuhan ekonomi yang signifikan, ditandai dengan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) sektor kreatif, merupakan indikator kunci. Penciptaan lapangan kerja baru di sektor ini juga menunjukkan keberhasilannya dalam menyerap tenaga kerja, khususnya di kalangan anak muda. Peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha dan pekerja mencerminkan dampak positif ekonomi kreatif terhadap kesejahteraan. Meningkatnya ekspor produk kreatif menunjukkan daya saing di pasar internasional. Inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan dibuktikan dengan munculnya produk dan layanan baru, unik, dan bernilai tambah. Mengembangkan infrastruktur pendukung untuk ekonomi kreatif, seperti pusat pelatihan dan inkubator bisnis, juga penting. Penguatan branding dan pemasaran produk kreatif meningkatkan daya saing dan nilai jualnya. Meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi kreatif menunjukkan keberhasilan

dalam pemberdayaan masyarakat. Akhirnya, keberlanjutan bisnis ekonomi kreatif menunjukkan stabilitas dan ketahanan jangka panjang sektor ini. Adapun Point Indikator tersebut sebagai berikut:

- 1) pertumbuhan ekonomi: Peningkatan PDB di sektor ekonomi kreatif.
- 2) Penciptaan lapangan kerja: Jumlah lapangan kerja baru yang tercipta di sektor ekonomi kreatif.
- 3) Pertumbuhan pendapatan: Peningkatan pendapatan masyarakat dari kegiatan ekonomi kreatif.
- 4) Ekspor: Peningkatan nilai ekspor produk dan jasa ekonomi kreatif.
- 5) Inovasi dan kreativitas: Munculnya produk dan jasa baru yang inovatif dan kreatif.
- 6) Infrastruktur: Pengembangan infrastruktur pendukung ekonomi kreatif (pusat pelatihan, inkubator bisnis, dll.).
- 7) Pemasaran: Penguatan branding dan pemasaran produk ekonomi kreatif.
- 8) Keberlanjutan usaha: Stabilitas dan ketahanan jangka panjang usaha ekonomi kreatif.³⁴

Keberlanjutan usaha di bidang ekonomi kreatif sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Akses terhadap pembiayaan yang memadai, baik dari perbankan maupun investor, merupakan penentu utama keberlangsungan usaha. Penguasaan teknologi dan inovasi yang berkelanjutan memungkinkan usaha untuk

³⁴ Bernilai Tinggi, "Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal Menjadi Produk Bernilai Tinggi," 2024, 226–30.

beradaptasi dengan perubahan pasar dan tetap kompetitif.³⁵Sumber daya manusia yang terampil dan kreatif juga krusial untuk menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas. Dukungan kebijakan pemerintah yang kondusif, berupa insentif, kemudahan perizinan, dan perlindungan hukum, sangat penting untuk menciptakan iklim usaha yang sehat. Pengembangan jaringan usaha dan kolaborasi antar pelaku usaha memperkuat ketahanan usaha di tengah persaingan yang ketat. Diversifikasi produk dan pasar juga dapat mengurangi risiko dan meningkatkan ketahanan usaha. Dengan demikian, usaha ekonomi kreatif dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian nasional.

Untuk memastikan keberlanjutan usaha ekonomi kreatif, diperlukan strategi yang komprehensif dan terintegrasi. Peningkatan kapasitas wirausaha melalui pelatihan dan pendidikan di bidang manajemen bisnis, pemasaran, dan teknologi sangat penting. Peningkatan akses pasar, baik domestik maupun internasional, melalui pameran, promosi, dan kolaborasi dengan pelaku usaha lain, perlu terus didorong. Pemantauan dan evaluasi kinerja usaha secara berkala memungkinkan identifikasi masalah dan tindakan yang tepat waktu. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan sangat penting untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Riset dan pengembangan produk kreatif baru juga perlu diprioritaskan. Dengan demikian, ekonomi kreatif dapat

³⁵ Heri Erlangga et al., "The Influence Of Digital Marketing & Innovasion On The School Performance," *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* 12, no. April (2021): 118–27.

menjadi sektor unggulan yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

4. Pengembangan / Strategi dalam Pandangan Islam

Sedangkan dalam pandangan islam Fotografi, dibolehkan sepanjang tidak melanggar aturan syariat. Syekh Wahbah Al-Zuhaili menegaskan dalam kitabnya bahwa *photography* tidak dilarang karena tidak menciptakan objek baru, tetapi hanya merekam kejadian yang sudah ada (Al-Fiqhul Islami wa Adillatuhu). Adapun Ayat yang membahas Tentang mencari nafkah dengan pekerjaan yang halal sebagai berikut:

a. Qs At-Taubah ayat 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ قُلْ ۖ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عَلِيمٍ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahannya:

"Katakanlah (kepada Muhammad): "Bekerjalah, Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada Yang Mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu Dia beritakan kepadamu apa yang telah kamu kerjakan."

b. Qs Al-Baqarah ayat 168

مُبِينٌ يَّأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ

Terjemahannya:

"Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.

Kedua ayat ini memberikan petunjuk bagi seorang *photography* untuk bekerja keras, mencari nafkah dengan cara yang halal, dan selalu berpegang teguh pada nilai-nilai Islam. *photography* dapat menjadi salah satu cara untuk mencari nafkah dan beribadah kepada Allah, asalkan dilakukan dengan niat yang baik dan sesuai dengan aturan syariat.³⁶

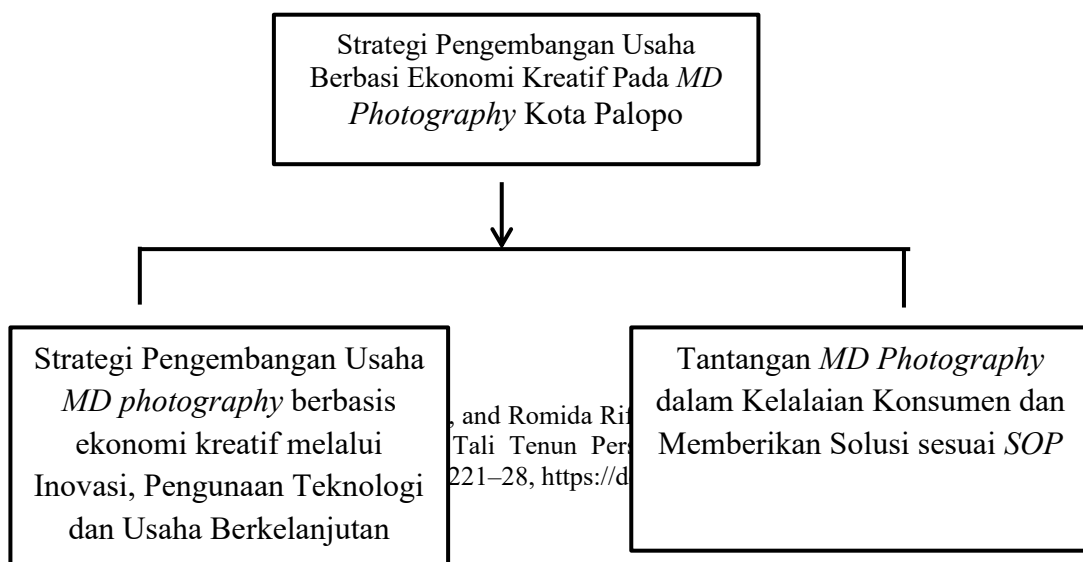
Dalam konteks *Photography* bekerja dengan niat baik dan sesuai dengan hukum Islam berarti menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama, seperti mengambil gambar yang mengandung unsur aurat, pornografi, atau yang dapat menyebabkan perbuatan dosa. Penting bagi seorang fotografer Muslim untuk selalu menjaga etika dan moralitas dalam setiap proses pengambilan gambar, baik dari segi persiapan, pemotretan, maupun proses penyuntingan dan penyebaran hasilnya. Kejujuran dan integritas juga merupakan nilai-nilai penting dalam menjalankan profesi ini, menghindari manipulasi gambar atau penyebaran informasi palsu. Menjaga kualitas karya juga merupakan bentuk ibadah, karena menunjukkan ketulusan dan komitmen terhadap karya tersebut. Dengan demikian, fotografi menjadi jalur dakwah dan media untuk menyampaikan pesan-pesan positif kepada masyarakat.

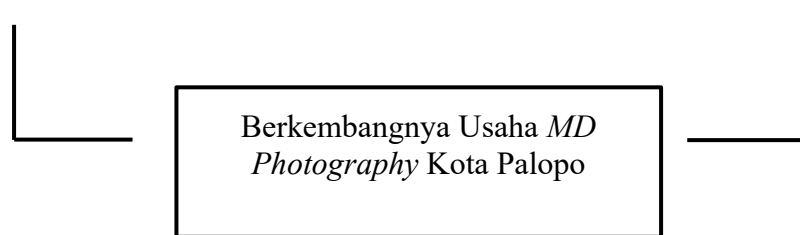
Selain menjaga etika dan moralitas, seorang fotografer Muslim juga harus mempertimbangkan aspek halal dan *thayyib* dalam mencari nafkah. Ini berarti

³⁶ Muhammad Ruslan dan Fasiha, *Islamic Economic*, Makassar 2013.

menghindari pekerjaan yang merugikan orang lain atau mengandung riba. Membayar sesuai kesepakatan dan menghindari penipuan klien merupakan elemen penting dari prinsip ini. Membangun hubungan baik dengan klien dan menghormati proses kolaboratif juga merupakan perwujudan nilai-nilai Islam. Menuntut ilmu dan terus meningkatkan kualitas fotografi merupakan bagian dari upaya menghasilkan karya terbaik. Dengan demikian, seorang fotografer Muslim dapat menjalankan profesinya secara profesional, beretika, dan sesuai dengan ajaran Islam.³⁷

C. Kerangka Pikir





Kerangka pikir ini memaparkan strategi pengembangan usaha *MD Photography* di Kota Palopo, yang berlandaskan prinsip ekonomi kreatif. Inovasi, pemanfaatan teknologi, dan keberlanjutan usaha menjadi pilar utama strategi ini. Keberhasilannya bergantung pada efektivitas manajemen dalam merespon tantangan operasional. Salah satu tantangan krusial adalah pengelolaan kelalaian konsumen. Penyelesaian masalah konsumen harus sesuai standar operasional prosedur (SOP). Keberhasilan dalam mengatasi tantangan ini akan mendorong pertumbuhan usaha. Pengembangan usaha yang berkelanjutan menjadi target utama. Model ini menekankan pentingnya inovasi dan adaptasi teknologi dalam bisnis fotografi. Analisis tantangan dan solusi yang sistematis menjadi kunci keberhasilan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan suatu metode kualitatif untuk menggalih pemahaman mendalam tentang apa yang akan di teliti, oleh karena itu penelitian ini di pilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi nuansa kompleksitas. Dari penelitian yang akan di lakukan peneliti akan memperoleh data deskriptif dari ucapan dan tulisan maupun perilaku dari objek penelitian tersebut. Selain itu peneliti juga menekankan pada proses dari produk dan outcome.³⁸

Dari penelitian yang akan di lakukan dapat menghasilkan data deskriptif dari ucapan dan tulisan maupun perilaku dari objek penelitian tersebut. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada data yang berupa kata atau gambar. selain itu penelitian ini lebih menekankan pada proses dari produk atau *outcome*. hal ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam dan rinci, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu fenomena yang terjadi sehingga metode kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus yang berfokus pada kasus spesifik dan konteks yang spesifik.³⁹

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan daerah kota, tepatnya Lokasi penelitian *MD Photography* ini dilakukan di Jalan Jenderal Sudirman, Binturu, Kota Palopo, Sulawesi Selatan,

³⁸ Dalam Penelitian, Ilmu Sosial, and Achmad N U R ChaMDi, “Dalam Penelitian, Ilmu Sosial,” 2024.

³⁹ Dalam Penelitian, Ilmu Sosial, and Achmad N U R ChaMDi, “Metode,” 2024.

dan memakan waktu selama satu bulan dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif, khususnya di bidang fotografi. Studi Kasus: *MD Photography*, Kota Palopo dan tantangan serta solusi yang dihadapi.

D. Definisi Istilah

Adapun Definisi Istilah dalam penelitian ini berdasarkan apa yang telah di Pahami oleh peneliti sebagai berikut:

1.Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan *MD Photography* melibatkan analisis situasi, penentuan target, dan langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan, memperluas bisnis, dan mencapai tujuan jangka panjang meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, memperkuat merek.

2. Ekonomi Kreatif

Berbasis kreativitas, inovasi, dan pengetahuan, ekonomi kreatif menghasilkan barang dan jasa dengan nilai tambah (desain, seni, musik, film, *Photography* , teknologi), dan memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

3. Studi pada usaha *MD Photography*

merupakan penelitian khusus yang berfokus pada kondisi, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh bisnis *MD Photography*. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data tentang bisnis tersebut, seperti sejarah, struktur, proses operasional, dan kinerja. Tujuannya adalah untuk memahami secara mendalam kondisi bisnis *MD Photography* dan menemukan solusi untuk pengembangannya.

E. Desain Penelitian

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang kaya akan detail, termasuk sudut pandang subjektif, untuk memberikan gambaran yang faktual, akurat, dan sistematis tentang fenomena yang diteliti, sebagaimana dijelaskan Nasir yang menekankan studi tentang kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran, dan peristiwa terkini.⁴⁰

F. Subjek Penelitian

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pihak pendiri usaha *MD Photography* itu sendiri yang Memiliki segala informasi selama melakukan perjalanan usahanya dan terdapat narasumber lainnya yaitu karyawan-karyawan *MD photography*.

⁴⁰ “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif,” *Universitas Negri Yogyakarta, Indonesia* 21, no. 1 (2021): 33–54, <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.

G. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

.1. Pengamatan (Observasi)

Dengan melakukan observasi melihat secara langsung kondisi lapangan yang akan di teliti maka peneliti akan memperoleh data yang fakta. Di dasari dengan adanya perilaku yang tampak dan dapat di lihat oleh mata, dapat di dengar dan dapat di hitung serta diukur.

2. Wawancara

Dengan melakukan wawancara secara langsung maka peneliti akan memperoleh data yang valid di lakukan antara peneliti dengan sumber yang akan di teliti, sehingga informasi- informasi yang di dapatkan bersifat fakta. Adapun pertanyaan yang terdapat dalam lembar wawancara yang di tunjukkan langsung kepada informan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi memungkinkan pengumpulan data melalui peninjauan dan pencatatan laporan yang ada, termaksud dokumen resmi seperti data rinci, catatan terkait penelitian, dan foto lokasi.⁴¹

H. Instrumen Penelitian

⁴¹ Zhahara Yusra, Rufran Zulkarnain, and Sofino Sofino, "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pendmik Covid-19," *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (2021): 15–22, <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data di lapangan meliputi:

1. Pedoman wawancara
2. Lembar Observasi
3. Media perekam, mengambil foto di lokasi penelitian yang dilakukan.

Pedoman wawancara merupakan kerangka acuan yang terstruktur, berisi pertanyaan-pertanyaan kunci, untuk memandu proses wawancara dan memastikan pengumpulan data yang relevan dan tepat sasaran. Wawancara dilakukan secara langsung dengan narasumber untuk menggali informasi secara mendalam.

2. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk memeriksa keabsahan data, peneliti menggunakan tehnik triangulasi, dimana triangulasi merupakan pendekatan yang menggunakan berbagai metode , sumber data, atau sudut pandang untuk mengumpulkan , menganalisis data, dan menginterpretasikan data. Tehnik triangulasi terdapat beberapa triangulasi diantaranya, triangulasi sumber, tehnik, dan waktu. Namun , dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti maka peneliti hanya menggunakan triangulasi sumber data.⁴²

⁴² Dedi Susanto, Risnita, and M. Syahran Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah," *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, no. 1 (2023): 53–61, <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>.

Validasi dan reliabilitas data penelitian perlu di uji untuk menjamin keakuratan dan keterpercayaan temuan. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menguji keabsahan data, antara lain:

a. Kredibilitas

dan bergantung pada keakuratan instrument pengumpulan data. Instrument yang salah akan menghasilkan data yang tidak akurat dan tidak mencerminkan kenyataan sebenarnya.

b. Transferabilitas

Transferabilitas berkenan dengan generalisasi. Sampai dimana generalisasi yang di rumuskan juga dapat berlaku bagi kasus-kasus lain diluar penelitian. Dalam metode penelitian kualitatif peneliti tidak dapat menjamin keberlakuan penelitian pada subjek lain.

c. Dependabilitas

Ketergantungan mengukur sejauh mana suatu instrument pengukuran dapat diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten. Penelitian yang memiliki ketergantungan yang tinggi akan menghasilkan temuan yang sama jika diulangi dengan menggunakan metode yang sama.

d. *Confirmability* (Objektifitas)

Konfirmabilitas menguji seberapa konsisten hasil penelitisn dengan proses dan metode yang di gunakan. Jika hasil penelitian dapat ditelusuri kembali ke proses penelitian, maka penelitian tersebut memenuhi standar konfirmailitas.⁴³

⁴³ Susanto, Risnita, and Jailani.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses sistematis yang meliputi pencarian, pengorganisasian, dan pengelompokan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi pola, memilih data yang penting, dan menarik simpulan yang mudah dipahami. Data mentah yang terkumpul dalam penelitian kemudian dianalisis untuk diangkat menjadi suatu pembahasan ilmiah yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sebelum dan sesudah pengumpulan data di lapangan. Tujuannya adalah untuk meringkas, menyederhanakan, dan mengkhususkan data sehingga permasalahan yang diteliti dapat dipecahkan. Analisis data kualitatif deskriptif menggunakan kata-kata dan argumen yang sesuai dengan kenyataan dan situasi.⁴⁴

Adapun Teknik dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Analisis data deskriptif kualitatif dilakukan dengan mengolah data naratif (lisan dan tulisan). Data tersebut kemudian dikelompokkan dan disajikan dalam bentuk teks naratif untuk memudahkan pemahaman.
2. Reduksi Data Pengumpulan data lapangan sering kali menghasilkan data yang sangat besar dan kompleks. Oleh karena itu, reduksi data, proses meringkas dan menyederhanakan data menjadi sangat penting dan perlu dilakukan secara sistematis.

⁴⁴ Chusnul Rofiah, "Analisis Data Kualitatif: Manual Atau Dengan Aplikasi?," *Develop* 6, no. 1 (2022): 33–46, <https://doi.org/10.25139/dev.v6i2.4389>.

Adapun Langkah-langkah dalam mereduksi data adalah sebagai berikut:

- a. Memilih data yang dianggap penting
- b. Membuat kategori data
- c. Mengelompokkan data dalam setiap kategori

Setelah data direduksi, data disajikan (display data) secara terorganisir untuk memudahkan penafsiran dan penarikan kesimpulan.

3. Penyajian data Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Display data merupakan kumpulan data yang diorganisasikan sehingga dapat memberikan gambaran ke arah proses penarikan kesimpulan.⁴⁵

4. Penarikan kesimpulan

Penelitian kualitatif menghasilkan temuan-temuan baru. Kesimpulan ini awalnya bersifat sementara dan dapat berubah apabila bukti-bukti pendukung lebih kuat pada saat pengumpulan data, namun apabila bukti-bukti tersebut valid dan konsisten mendukung kesimpulan awal setelah pengumpulan data selanjutnya, maka kesimpulan tersebut dianggap kredibel.

⁴⁵ Yudin Citriadin, "Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif Dan Penelitian Kuantitatif Dalam Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner," 2020.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Md Photography

a. Sejarah Md Photogrphy

MD Photography memulai operasinya pada tahun 2004 di Padang Sappa, sebelum pindah secara strategis ke Kota Palopo pada tahun 2011. Keputusan ini didasarkan pada analisis potensi pasar yang menjanjikan, terutama di kalangan anak muda yang memiliki antusiasme tinggi terhadap *Photogrphy*. Menanggapi dinamika pasar, *MD Photography* menerapkan serangkaian inovasi kreatif, termasuk memilih nama merek yang mudah diingat dan memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai saluran pemasaran utama. Lebih lanjut, kolaborasi aktif dengan berbagai acara lokal telah menjadi strategi kunci untuk memperluas jangkauan *MD Photography* dan meningkatkan popularitasnya di kalangan masyarakat Palopo. Hal ini menunjukkan adaptasi yang baik terhadap tren dan kebutuhan pasar lokal.

2. Letak Geografis

a. letak geografis

Wilayah Kota Palopo terletak di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki luas wilayah 247,52 km dengan koordinat geografis pada 2o53'15" – 3o04'08" LS dan 120o03'10"– 120o14'34" BT.

b. Batas Wilayah

- 1) Utara : Kecamatan Walenrang, Kabupaten Luwu
- 2). Selatan : Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu.
- 3) Timur : Teluk Bone
- 4) Barat : Kecamatan Tondon Nanggala, Kabupaten Toraja Utara

c. Jumlah Kecamatan dan Kelurahan Secara administratif Kota Palopo terdiri dari 9 kecamatan sebagai berikut.

1. Distrik Wara (Kode Area 73.73.01 Luas 11,49 Km²)
2. Distrik Telluwanua (Kode Area 73.73.04 Luas 34,34 Km²)
3. Distrik Wara Utara (Kode Area 73.73.02 Luas 10,58 Km²)
4. Distrik Wara Barat (Kode Area 73.73.06 Luas 54,13 Km²)
5. Distrik Wara Timur (Kode Area 73.73.05 Luas 12,08 Km²)
6. Distrik Mungkajang (Kode Area 73.73.08 Luas 53,80 Km²)
7. Distrik Sendana (Kode Area 73.73.07 Luas 37,09 Km²)
8. Distrik Bara (Kode Area 73.73.09 Luas 23,35 Km²)
9. Distrik Wara Selatan (Kode Area 73.73.03 Luas 10,66 Km²)

3. Visi dan Misi Kota Palopo

Visi : Menjadi salah satu kota jasa yang terdepan di kawasan Indonesia Timur.

Misi : Mewujudkan karakter warga Kota Palopo sebagai penyelenggara pelayanan terbaik di bidang pemerintahan, pembangunan, dan kemasyarakatan, Mewujudkan suasana Kota Palopo sebagai kota yang tenteram, aman, dan tenteram bagi kegiatan politik, ekonomi, sosial budaya, agama, pertahanan, dan keamanan dalam menunjang keutuhan Negara.⁴⁶

4. Karakter Informan

Tabel 3.1 Karakter Informan

Nama	Alamat	Waktu Wawancara	Pendidikan Terakhir
Damayannti, S,KM,. MM	Binturu palopo	30 – 04 - 2025	S2
Wahyu	Cakala Jaya palopo	30 – 04 - 2025	S1
Andi Adelya Putri	Binturu palopo	30 – 04 – 2025	SMA
Arif	Andi Tadda palopo	31 – 04 - 2025	SMA
Anni	Jendral Sudirman palopo	31 – 04 - 2025	SMA
Nisa	Cakalang Mas Palopo	31 – 04 - 2025	SMA
Lia	Cakalang Mas Palopo	31 – 04 - 2025	S1

Sumber Data yang diolah

B. Hasil Penelitian

⁴⁶ Pemetaan Obyek, Wisata Alam, and D I Kota, “Jurnal Environmental Science” 5 (2022).

1. Strategi yang di lakukan *MD Photography* dalam mengembangkan usahanya dengan melalui ekonomikreatif

Pada proses usaha yang di lakukan *MD Photogrhy*, tentu memiliki banyak sekali rintangan yang harus di hadapi. Hal ini menjadikan langkah bagi *MD Photography* dalam membuat dan memilih strategi yang mampu mengembangkan usaha mereka. Sebelum memasuki penelitian secara mendalam terkait strategi *MD Photogrhy*. peneliti lebih awal mempertanyakan terkait Berapa lama *MD Photography* telah beroperasi dan apa saja jenis layanan yang di tawarkan kepada konsumen.

Adapun pernyataan yang telah diberikan oleh anak dari MD Photography sebagai pengelola usaha Andi Adelya Putri sebagai berikut:

“jadi awal mulanya ini usahanya orang tuaku kak, dia pertama lokasinya di padang sappo, disana itunkami buka sejak tahun 2004 dan pada tahun 2011 kami pindah lokasi ke palopo untuk membangun usaha *MD Photography* karena na lihat-lihat ibuku memiliki potensi ini lokasi. Sedangkan kalau mau dilihat kak terkait layanan yang kami berikan ke konsumen hanya jasa foto dan hasil karyanya yang di akhir namun tentu perlu adanya proses agar apa yang diberikan konsumen bisa bernilai bagus dan menarik”.

Setelah mendapatkan informasi tersebut peneliti kembali menggali informasi lainnya terkait Target dari usaha *MD Photography* dan bagaimana mereka dalam memasarkan jasa yang mereka berikan serta jumlah karyawan yang dipekerjakan dalam usaha MD Photography. Hal ini juga telah di jawab oleh saudari Andi Adelya Putri.

“Terkait ketiga pertanyaan ini kak, yang pertama itu dilihat dari segi target pasar, jadi target pasar kami itu kak tergantung dari konsumen yang ingin menggunakan jasa kami entah itu anak yang usianya dari belita, kana da biasa itu orang tua mau na abadikan kelahirannya anknya dan menyewa Photogrphy

nah kami juga membuka jasa itu jadi kalau target sih dari anak kecil sampai orang dewasa dan tuapun menjadi target pasar kami kak. Terkait bagaimana kami memasarkan jasa MD Photography biasa itu kan kaka dan mahasiswa-mahasiswa organisasi yang melakukan kegiatannya biasa kami memberikan bantuan kepada mereka dan nanti nama usaha kami akan na paparkan juga di kegiatan mereka, kami juga sering ikut kegiatan kegiatan yang dilakukan pemerintah memberikan kontribusi untuk dikenal banyak kalangan diluar sana dan selain itu kegiatan budaya ataupun acara-acara yang dilakukan oleh kota palopo selalu kami ushakan untuk berkontribusi. Dan perihal karyawan di usaha kami ini kak, ada sekitar 14 orang dari 14 orang ibi ada karyawan tetap dan ada karyawan yang ganti-ganti tergantung kebutuhan usaha *MD Photography*”.

Setelah memperoleh informasi sebelumnya maka peneliti memasuki pertanyaan dengan menelusuri lebih dalam strategi *MD Photography*. Oleh karena itu peneliti mempertanyakan terkait bagaimana *MD Photography* dalam memanfaatkan potensi ekonomi kreatif, bagaimana *MD Photography* dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam layanan yang mereka berikan serta bagaimana mereka mempertahankan kualitas agar tetap kompetitif dalam persaingan pasar hal ini masih dijawab oleh saudari Andi Adelya Putri.

“Baik kak terkait bagaimana ini usahanya orang tuaku na memanfaatkan itu ekonomi kreatif di, jadi sebelumnya itu kak ini opu ku melihat potensi di kota palopo banyak anak-anak yang suka pergi foto-foto ke wilayah wilayah yang menarik menurut mereka to kek *hunting-hunting* begitu bahasanya anak sekolah dulu. Nah dari situ kak ada terlintas pikirannya opu ku bagaimana ini usaha di pindahkan saja ke palopo dan diberikan beberapa inovasi untuk menarik perhatian-perhatian masyarakat dibuatkan branding yang lebih mudah di ingat oleh masyarakat makanya dikasih nama *MD Photography* lebih mudah diingat dan disebutkan, dan opuku juga kak na memanfaatkan media memang sejak pada saat itu digunakan *facebook* untuk memasarkan jasanya karena pada saat itu kan lebih banyak orang gunakan itu aplikasi tapi sekarang sudah ada juga *Instagramnya* dan aplikasi *WhatsApp* nya kak, selain itu sering juga opu ku berkolaborasi dengan teman-teman yang ada di palopo dan dari situ nama usaha kami juga lebih dikenal lagi sama orang-orang. Kalau bicara strateginya kami kak dalam kreativitas dan inovasi agar bisa bersaing dengan baik di pasar, jadi usaha kami ini di setiap tahunnya selalu melakukan inovasi background atau latar belakang tempatnya orang berfoto-foto biar para konsumen tidak berfikir bahwa itu-itu saja konsep fotonya, dan selain itu kami juga tingkatkan kreativitas melalui inspirasi dari permintaan-permintaan konsumen seperti biasanya konsumen mau sewa dan mereka yang pilih lokasi yang menurut mereka indah, estetik dan

bagus salah satunya seperti di panca gendung-gendung besar yang memberikan efek yang estetik, biasa juga ada dilabombo. Selain itu kak kami juga menggunakan teknologi sebagai media untuk mengedit foto-foto yang telah dihasilkan agar lebih indah saat diberikan ke konsumen serta kami telah membuat layanan kreatif lainnya seperti paket contohnya seperti foto sesi prewedding, wisuda, hakikaa dan lain sebagainya sesuai kebutuhan konsumen kak”.

Setelah pernyataan sebelumnya, peneliti juga mempertanyakan perihal bagaimana *MD Photography* dalam mengelolah keuangan usaha mereka dan sumber daya usaha mereka, bagaimana *MD Photography* dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi, apakah usaha mereka memiliki rekan kerja sama dan bagaimana kontribusi *MD Photography* didalam daerah serta Bagaimana rencana usaha ini kedepannya. Hal ini masih dijawab oleh Andi Adelya Putri selaku pengelola *MD Photography* sekaligus anak dari pemilik usaha tersebut yang memiliki hak dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan sebelumnya.

“Terkait penghasilan kak jujur saja jangan ki kaget karena perbulannya ini usaha Rp. 80.000.000 juta, tapi tidak selamanya juga ada ji waktu dimana menurun penghasilan, kalau soal bagaimana dikelolah uang ini yang pegang orang tua saya tentu saya sebagai pengelola juga di berikan bagian atau bisa dibilang gaji lah kak, selain saya karyawan tetap juga pastinya di bayarkan dan selebihnya di simpan oleh opu saya selaku owner asli dari ini usaha, kalau mau di bilang pengeluaran untuk usaha tidak selalu yah karena kami kan jual jasa jadi biaya yang kami keluarkan untuk jasa-jasa kami di setiap pertahunnya pi kaya ganti kamera kah, ganti background kah atau propert-properti lainnya kak. Dan AlhaMDulillah owner sejahtera, anak sejahtera dan karyawan juga sejahtera karena gaji AlhaMDulillah bisa dibilang tinggi untuk lokasi palopo tidak bisa kami sebutkan karena privasi dalam usaha kami yah, tapi mampu mensejahterakan karyawan mau pun ownernya, karena mampu memnuhi kebutuhan, keinginan, pendidikan dan juga hal lainnya. Terkait adaptasi dengan perkembangan teknologi kami tetap mengikuti zaman yah kak, seperti menggunakan medsos facebook, instagra, dan juga wa, selain itu kami juga menggunakan computer kak untuk mengedit foto-foto konsumen kami agar lebih menarik. Terkait kerja sama sampai sekarang kami masih memasarkan jasa-jasa kami dengan usaha sendiri sih kak. biasanya kami memanfaatkan kontribusi-kontribusi yang kami berikan ke kegiatan mahasiswa maupun kegiatan

pemerintahan salah satu contohnya seperti kegiatan budaya kami juga berkontribusi sehingga nama dari usaha kami di tampilkan sebagai salah satu sponsor kegiatan tersebut. dan untuk rencana kedepannya kami tentu mengharapkan hal baik dengan berkembangnya usaha kami dan kami juga akan melakukan berbagai inovasi sesuai dengan perkembangan zaman yah baik teknologi, permintaan konsumen dan menciptakan hal-hal baru kak”.⁴⁷

2. tantangan dan solusi yang di hadapi oleh MD Photography dalam mengembangkan usahanya

Selain melihat perkembangan suatu usaha tentu kita juga harus melihat bagaimana tantangan yang telah dihadapi oleh para pemilik usaha dalam mengembangkan usaha mereka. Hal ini juga telah di lalui oleh *MD Photography*. maka dari itu peneliti selain ingin melihat strategi MD Photography dalam mengembaangkan usahanya peneliti juga akan menggali informasi terkait tantangan dan solusi yang dihadapi oleh usaha tersebut.

Untuk menggali informasi ini peneliti mwemberikan beberapa pertanyaan kepada para karyawan yang bekerja di *MD Photography*. Terkait tantangan yang dihadapi dalam usaha seperti dari segi persaingan, kendala keuangan, teknologi, sumber daya manusia, dan juga proses pemasarannya.

Berdsarkan pernyataan Wahyu selaku karyawan bagian pemotretan, mengatakan bahwa tantangan yang ia hadapi dalam proses kegiatan sebagai berikut:

“Wahyu mengatakan bahwa, tantanganku saya itu dalam menhgadapi konsumen ji, biasa juga itu ada konsumen yang memang tidak tau bagaimana posisi pose gaya yang bagus untuk difoto sementara saya sebaagai orang yang mengambil gambar juga kura *srekk* begitu, tapi namanya konsumen adalah raja

⁴⁷ “Andi Adelya Putri, Pengelolah MD Photography ‘Wawancara’ 30 April 2025,”

jadi saya yang harus bantu to biar foto-fotonya bagus cuman secara emosial saya juga lebih mengeluarkan energy lagi dalam mengatur posisi yang bagus karena ada mentong itu yang susah konsumennya difoto karena tidak terbiasa mungkin. kalau tantangan-tangan lainnya sih menurutku tidak ada ji terkait solusi yang saya berikan yah tentu to sekedar masukan karena saya juga tidak mau hasil foto konsumennya nanti jelek kesihankan sudah bayar tapi nanti sampai dirumah dongkol itu saja sih tantanganku”.⁴⁸

Sedangkan pernyataan yang diberikan oleh Anni selaku admin bagian keuangan mengatakan bahwa.

“ Kalau saya dek tidak ada ji tantangan yang begitu serius saya hadapi selaku admin bagian keuangan, biasa adanya ji mis komunikasi antara konsumen. Ataukah biasa itu ada konsumen yang minta harga yang lebih murah to atau tambahan waktu na minta juga yang tidak sesuai harga, hal-hal begitu ji saya sa hadapi. Kalau mau dibilang solusinya dek sudah ada namanya peraturan jadi saya akan sa jelaskan ji dengan baik SOP yang tidak bisa diubah perihal harga jasa dari *MD Photography*”.⁴⁹

Sedangkan berdasarkan pernyataan Arif sebagai admin dalam *editing* hasil foto konsumen mengatakan bahwa tantangan yang ia hadapi berasal dari.

“ Tantanganku saya dek yah bagian editing biasa itu ada pada bagian warna baju konsumen yang perlu untuk di edit khusus biar tidak kelihatan gelap to karena warna juga mempengaruhi hasil foto, kalau soal pengiriman file-file sarasa tidak ada ji masalah selama jaringan bagus dan lancar juga editan kalau bisa dibilang terkendala di jaringan ji sih biasa karena biasa naminta mi oprang fotonya nah belum selesai semua saya edit. Solusinya ih ada yang saya edit manual, gunakan aplikasi yang offline da nada aplikasi yang memang bisa dengan mudah membuat hasil foto jauh lebih menarik”.⁵⁰

Sedangkan dalam pernyataan dari owner sendiri ibu Damayaanti mengatakan bahwa tantangan yang dia hadapi selama mengelola usahanya adalah.

“ Tidak begitu banyak tantangan yang sa hadapi dek selagi pengelolaan keuangan baik, saya itu paling berat kalau ada karyawan yang sudah pasif

⁴⁸ “Wahyu, Photography ‘Wawancara’ 30 April 2025.”

⁴⁹ “Anni Admin ‘Wawancara’ 30 April 2025.”

⁵⁰ “Arif editor ‘Wawancara’ 31 April 2025.”

dalam kerjanya di MD Photography tentu dapat na hambat proses kegiatan karenaa harus ka lagi cari orang-oran g yang punya keahlian di masing bidang-bidang yang sabutuhkan. Kalau dibilang persaingan ji AlhaMDulillah MD Photography tidak pernah ji ketinggalan karena memang usaha saya ini banyak mi kenal ih apa lagi kalau ada acara nikahan, wisuda pasti sampai ada yang tidak diterima itu konsumen yang mau pake jasanya kami”.

Selain itu owner dari MD photograpy dengan membangun usaha ini dapat membawa dampak baik bagi owner maupun karyawan karena mampu Membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain.

"Selain banyaknya tantangan dek semua tetap ada solusinya, salah satunya juga itu tantanganku mencari karyawan yang sesuai dengan bidangnya, tapi di sisi lain dari usahaku ini saya mampu membuka lapangan pekerjaan untuk 14 orang karyawan. Ada tetap dan ada yang di gunakan pada saat *MD photography* lagi membutuhkan. Terkait pajak iya usaha kami sudah kena pajak dan sudah ada izin usaha juga tentunya. Dan dengan adanya usaha yang saya dirikan ini yang sudah sejak lama saya kiranya bisa menjadi inspirasi yah buat para pemula usaha-usaha jasa Photograhpy yang Sudah banyak juga mulai dan berinovasi dengan model-model jasa yang mereka berikan termkasud saya serta pajak yang yang kami bayarkan bisa untuk berkontribusi dalam pendapatan daerah".⁵¹

Selain Dari pada itu saya selaku peneliti juga meminta keterangan langsung dari para konsumen yang ada pada saat saya melakukan penelitian di lokasi dengan mempertanyakan terkait pandangan para konsumen terhadap usaha *MD Photography*. hal ini di jawab langsung oleh sodari lia dan nisa.⁵²

“kami ini kak kenapa pilih MD Photography karena memang pertama bagus walaupun dari segi harga lumayan tapi sesuai lah sama hasilnya kak. Hal ini dikatakan oleh lia sedangkan yang dikatakan langsung oleh nisa ialah, disini kak lama mi saya tau darinya ka smp ada mi ini tempat foto dan banyak memang temanku bilang bagus disini, itu juga editannya kak bagus juga jadi ada harga ada kualitas

⁵¹ “Damayanti, Owner MD Photography ‘Wawancara’ 30 April 2025.”

⁵² "Lia dan Anni. Konsumen ‘Wawancara’ 30 April 2025.”

Berdasarkan hasil dari semua wawancara yang telah kita peroleh dapat kita simpulkan bahwa MD Photography merupakan salah satu usaha yang mampu memajukan usahanya melalui ekonomi kreatif dengan berbagai tantangan dan solusi yang di hadapi. Hal ini juga menjadi salah satu alasan bagi para konsumen menjadikan pilihan tempat untuk berfoto dalam mengabadikan momen hari penting mereka.

C. Pembahasan

1. Strategi Pengembangan Usaha MD Photogrhy Kota Palopo Melalui Ekonomi Kreatif

MD Photography, usaha fotografi yang berdiri sejak tahun 2004 di Padang Sappa, pindah lokasi ke Palopo pada tahun 2011. Keputusan ini didasari oleh potensi pasar yang semakin besar di Palopo. Pemilik usaha ini melihat peluang dari banyaknya anak muda yang gemar mengambil foto di lokasi-lokasi menarik. Perpindahan lokasi ini menjadi langkah awal dalam memanfaatkan potensi ekonomi kreatif. Usaha ini berfokus pada jasa fotografi, dengan hasil kerja yang berkualitas. Proses pengolahan foto dilakukan secara profesional demi memberikan kepuasan kepada pelanggan. Layanan yang diberikan pun beragam, termasuk foto untuk berbagai acara. MD Photography menawarkan paket-paket fotografi yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Hal ini menunjukkan kepekaan terhadap permintaan pasar.⁵³

⁵³ E Fakultas and Universitas Sebelas Maret, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi... Hartono & Deny Dwi Hartomo," n.d., 15–30.

Target pasar MD Photography sangat luas, meliputi berbagai usia, mulai dari balita hingga dewasa. Hal ini menunjukkan strategi yang inklusif dalam menjangkau berbagai segmen pasar. Pemasaran dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan bekerja sama dengan organisasi kemahasiswaan dan pemerintah. Keikutsertaan dalam berbagai kegiatan, baik acara pemerintah maupun acara budaya, turut meningkatkan visibilitas MD Photography. Strategi ini efektif dalam membangun brand awareness di kalangan masyarakat. Kolaborasi dengan berbagai pihak juga membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. MD Photography memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk promosi. Pemanfaatan media digital ini sesuai dengan perkembangan zaman. Strategi pemasaran yang komprehensif ini membantu MD Photography menjangkau target pasarnya. MD Photography juga berfokus pada kualitas layanan dan hasil kerja.⁵⁴

Inovasi terus dilakukan untuk menjaga daya saing. Setiap tahunnya, MD Photograpy memperbarui background fotonya agar menawarkan konsep yang berbeda. Kreativitas pun didapatkan dari inspirasi permintaan konsumen. Lokasi-lokasi pemotretan yang estetik, seperti Panca Gendung-gendung Besar dan Labombo, dijadikan lokasi pemotretan. Pemanfaatan teknologi edit foto pun dimaksimalkan untuk meningkatkan kualitas hasil karya. MD Photography juga menawarkan berbagai paket layanan kreatif, seperti foto prewedding, wisuda,

⁵⁴ Ulfi Jefri, Universitas Bina Bangsa, and Universitas Bina Bangsa, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten” 7, no. 1 (2021): 86–99.

hingga aqiqah. Diversifikasi layanan ini membuat MD Photograby mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Aspek finansial pun menjadi perhatian MD Photograby.

Pendapatan MD Photograby mencapai Rp 80.000.000 per bulan, meski terkadang naik turun. Pengelolaan keuangan dilakukan oleh pemilik usaha, dengan pembagian bagian untuk manajer dan karyawan. Pengeluaran usaha dikelola dengan bijak, terutama untuk perlengkapan seperti kamera dan properti. Keberhasilan MD Photograby dapat dilihat dari kesejahteraan pemilik, karyawan, dan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa MD Photography mampu mengelola usaha dengan baik dan berkelanjutan. Keuntungan yang diperoleh diinvestasikan kembali untuk mengembangkan usaha. MD Photograby juga mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

MD Photograby aktif menggunakan media sosial untuk promosi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Komputer digunakan untuk mengedit foto, meningkatkan efisiensi dan kualitas kerja. Meski belum bekerja sama dengan pihak lain, MD Photograby aktif berkontribusi dalam berbagai kegiatan di daerah. Keikutsertaan dalam kegiatan mahasiswa dan pemerintahan meningkatkan visibilitas dan reputasi MD Photograby. Kontribusi ini juga merupakan bentuk tanggung jawab sosial MD Photograby terhadap masyarakat. MD Photograby juga menunjukkan komitmen untuk terus berkembang dan berinovasi.

Ke depannya, MD Photograby akan terus berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman dan permintaan pasar. Inovasi akan dilakukan baik dari segi

teknologi maupun layanan. MD Photograpy akan terus mengembangkan kreativitasnya untuk menawarkan konsep-konsep fotografi yang unik dan menarik. MD Photograpy juga akan terus berkontribusi bagi masyarakat dan mengembangkan kerja sama dengan berbagai pihak. Dengan strategi yang matang dan adaptasi terhadap perkembangan zaman, MD Photograpy diharapkan dapat terus berkembang dan sukses di bidang ekonomi kreatif. Keberhasilan MD Photograpy menjadi salah satu contoh bagaimana usaha kecil dapat berkembang dengan memanfaatkan potensi ekonomi kreatif.

Adapun Point-Point dari Strategi MD Photography Sebagai Berikut:

1. Relokasi lokasi strategis (Palopo)
2. Target pasar luas (balita hingga dewasa)
3. Pemasaran komprehensif (media sosial, kolaborasi)
4. Inovasi berkelanjutan (latar belakang, layanan)
5. Manajemen keuangan yang baik
6. Adaptasi teknologi yang cepat
7. Kontribusi sosial terhadap masyarakat
8. Perencanaan masa depan yang terarah⁵⁵

2. Tantangan dan Solusi yang di hadapi MD Photograpy

Dalam menjalankan usahanya MD Photograpy tetap mengalami Beberapa masalah di setiap bidangnya masing-masing hal tersebut dapat kita lihat dari hasil

⁵⁵ Industri Pertanian, “Strategi Pengembangan Industri Kreatif” 30, no. 3 (2020): 290–98.

wasancara semua karyawannya dan termaksud owner. Di setiap tantangan yang dihadapi tidak menutup kemungkinan MD Photograpy juga selalu mengusahakan yang terbaik dalam memberikan solusi setiap masalah yang ada.

Meski terbilang sukses, MD Photograpy juga menghadapi berbagai tantangan. Wahyu, fotografer dari MD Photograpy, mengungkapkan kesulitannya dalam mengarahkan pose konsumen yang belum berpengalaman. Hal itu membutuhkan kesabaran dan tenaga ekstra agar mendapatkan hasil foto yang memuaskan. Meski konsumen adalah raja, mengarahkan pose yang tepat membutuhkan keterampilan dan komunikasi yang baik. Tantangan tersebut diatasi dengan memberikan arahan dan masukan kepada konsumen agar mendapatkan hasil foto yang terbaik. Wahyu menekankan pentingnya komunikasi yang baik untuk menghindari ketidakpuasan konsumen. Komunikasi yang efektif membantu terciptanya suasana yang nyaman saat proses pemotretan. Kemampuan mengarahkan pose menjadi keterampilan yang terus dikembangkan. Pendekatan yang ramah dan profesional sangat penting. Kualitas hasil foto menjadi prioritas utama.

Anni, seorang admin keuangan, menghadapi tantangan berupa miskomunikasi dengan konsumen. Permintaan diskon atau penambahan waktu yang tidak sesuai dengan harga yang disepakati kerap terjadi. Solusi yang diterapkan adalah dengan menjelaskan SOP dan ketentuan yang berlaku secara jelas dan rinci. Ketegasan dalam menerapkan aturan harga dan waktu sangat penting untuk menjaga keberlangsungan bisnis. Komunikasi yang transparan mencegah terjadinya kesalahpahaman dan konflik. Sistem pencatatan keuangan yang teratur juga penting untuk menangani transaksi secara efisien. Kejelasan dalam menjelaskan harga dan

layanan membantu mencegah terjadinya perselisihan. Pentingnya memiliki SOP yang terstruktur dan dipahami oleh semua pihak.

Arif, seorang admin editing, mengatasi tantangan dalam mengedit warna pakaian konsumen agar tidak terlihat gelap. Kualitas jaringan internet juga terkadang menjadi kendala dalam proses pengiriman berkas. Solusinya adalah mengedit secara manual dan menggunakan aplikasi offline. Penggunaan aplikasi editing yang tepat membantu meningkatkan kualitas foto. Kecepatan internet yang stabil sangat penting untuk efisiensi kerja. Memiliki beberapa alternatif aplikasi editing membantu mengatasi kendala teknologi. Kemampuan mengedit foto yang baik menjadi aset yang berharga. Penggunaan teknologi yang tepat meningkatkan produktivitas.

Ibu Damayanti, pemilik MD Photograby, berhasil mengatasi tantangan dalam mencari karyawan yang kompeten dan aktif. Minimnya karyawan yang kompeten dapat menghambat proses kerja. MD Photography berhasil mengatasi tantangan persaingan dengan kualitas layanan yang baik dan reputasi yang sudah mapan. Tingginya permintaan terhadap jasa MD Photograby menunjukkan kepercayaan konsumen. MD Photograby juga mampu memberikan dampak positif dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 14 orang. MD Photograby juga patuh terhadap peraturan perpajakan dan memiliki izin usaha yang lengkap. Usaha ini turut menyumbang pendapatan daerah.

Secara keseluruhan, MD Photography telah berhasil mengatasi berbagai tantangan dengan strategi yang tepat. Komunikasi yang baik, penggunaan teknologi

yang tepat, dan manajemen karyawan yang efektif menjadi kunci keberhasilan. Keberhasilan MD Photography juga dapat dilihat dari dampak positif yang diberikan kepada karyawan dan masyarakat. Keberadaan MD Photography turut memberikan kontribusi bagi perekonomian setempat. MD Photography juga menjadi inspirasi bagi usaha photography lainnya. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, sebuah usaha dapat berkembang meskipun menghadapi berbagai tantangan. Adapun Tantangan-Tantangan Tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Kesulitan dalam mengarahkan konsumen Pose
- 2) Miskomunikasi dengan konsumen terkait harga dan waktu
- 3) Kendala teknis dalam editing (warna pakaian, jaringan internet)
- 4) Mencari karyawan yang kompeten dan aktif
- 5) Persaingan bisnis Sedangkan untuk itu MD Photography melakukan beberapa Solusi sebagai berikut:

1. Memberikan arahan dan masukan kepada konsumen
2. Menjelaskan SOP dan ketentuan yang berlaku secara jelas
3. Menggunakan aplikasi editing offline dan manual
4. Membuka lapangan pekerjaan dan memberikan pelatihan
5. Menjaga kualitas layanan dan reputasi bisnis⁵⁶

⁵⁶ Community Development Journal et al., “Pelatihan Fotografi Produk Sebagai Sarana Pemasaran Pada Home Industri” 5, no. 4 (2024): 6027–30.

BAB V

PENUTUP

A.kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai “ Strategi Pengembangan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif Studi Kasus Pada Usaha MD Photograpy Palopo dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Pengembangan Bisnis MD Photograpy melalui Ekonomi Kreatif: MD Photograpy telah berhasil menerapkan strategi yang efektif untuk mengembangkan bisnisnya melalui ekonomi kreatif. Hal ini dibuktikan dengan pemanfaatan potensi ekonomi kreatif Kota Palopo melalui relokasi ke lokasi strategis, penentuan target pasar yang luas (mencakup berbagai usia dan kebutuhan), strategi pemasaran yang komprehensif (memanfaatkan media sosial dan kolaborasi), inovasi berkelanjutan (mengubah latar belakang foto dan menambahkan paket layanan), serta pengelolaan keuangan dan sumber daya yang baik. Keberhasilan MD Photograpy dalam hal ini menunjukkan bagaimana UMKM dapat berkembang pesat dengan memanfaatkan potensi ekonomi kreatif secara efektif dan terencana.
2. Tantangan dan Solusi yang Dihadapi MD Photograpy: MD Photograpy menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya, antara lain kesulitan mengarahkan pelanggan saat sesi pemotretan, miskomunikasi dengan pelanggan terkait harga dan waktu, kendala teknis dalam proses editing (terkait warna dan koneksi internet), kesulitan mencari dan mempertahankan karyawan yang kompeten, serta persaingan usaha yang ketat. Namun, usaha ini telah

berhasil menerapkan solusi efektif untuk mengatasi tantangan tersebut. Solusi yang diterapkan antara lain memberikan arahan dan masukan kepada pelanggan, penjelasan SOP yang jelas dan detail, penggunaan aplikasi editing offline dan manual sebagai alternatif, menciptakan lapangan kerja dan memberikan pelatihan kepada karyawan, serta menjaga kualitas layanan dan reputasi usaha. Keberhasilan MD Photograpy dalam mengatasi tantangan tersebut menunjukkan pentingnya komunikasi yang baik, pemanfaatan teknologi yang tepat, dan manajemen sumber daya manusia yang efektif bagi keberlangsungan usaha.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan ini, beberapa rekomendasi diberikan. MD Photograpy disarankan untuk terus berinovasi dalam layanan fhtograpynya, meningkatkan kualitas sumber daya manusianya melalui pelatihan berkelanjutan, memperkuat branding dan pemasaran digital, serta menjalin kemitraan untuk memperluas jangkauan pasarnya. Pemerintah Kota Palopo diharapkan memberikan dukungan berupa pelatihan kewirausahaan, akses permodalan, dan fasilitasi pemasaran bagi UMKM, khususnya di sektor ekonomi kreatif, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan kemudahan perizinan dan perlindungan hukum. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi potensi ekonomi kreatif lainnya di Kota Palopo dan mengembangkan strategi pengembangan UMKM yang komprehensif. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, sangat penting bagi keberhasilan pengembangan UMKM di Kota Palopo.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiva Noor Rachmayani. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Pada Umkm Zhafira Popcron*, 2024.
- Bakri, Adzan Noor, and Inggriawan Saputra. "Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Rabbids Kota Palopo" 2, no. 1 (2019).
- Bengkalis-riau, Kabupaten, and S Susie. "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)" 29, no. 1 (2018): 1–10.
- Citriadin, Yudin. "Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif Dan Penelitian Kuantitatif Dalam Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner," 2020.
- Ekonomi, Pengaturan, Kreatif Guna, Mengembangkan Sumber, and Ekonomi Baru. "(REGULATING OF CREATIVE ECONOMY TO DEVELOP NEW ECONOMIC RESOURCES) Tahun 2001 Oleh John Howkins Dalam Bukunya Yang Perekonomian Yang Berdaya Saing Dan Memiliki Pemanfaatan Cadangan Sumber Daya Yang Bukan Hanya Terbarukan , Bahkan Tak Terbatas , Yaitu Id," 2017, 269–80.
- Elya Dasuki, Rima. "Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 12, no. 3 (2021): 447–54. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>.
- Eviatun, Esti, Saukani Hasan, and Romida Rifiana Sari. "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Pengrajin Tali Tenun Persepektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 1 (2023): 221–28. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.2032>.
- Fadillah, Rahmi. "Inovasi Pengembangan UMKM Sate Ikan Mentigi Berbasis Ekonomi Kreatif (KKN Mas Di Desa Malaka Lombok Utara)." *Abdi Psikonomi* 2 (2021): 124–30. <https://doi.org/10.23917/psikonomi.v2i4.410>.
- Fakultas, E, and Universitas Sebelas Maret. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi... Hartono & Deny Dwi Hartomo," n.d., 15–30.
- Fani. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Atau UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat" 2, no. 1 (2021).
- fasiha. "Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law September 2017, Vol. 2, No. 2 [Http://Www.Iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Amwal](http://Www.Iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Amwal)." *Islamic Economic* 2, no. 2 (2017): 111–27.
- Hafsah, M . J. "Upaya Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah UMKM." *Jurnal Infoskop* 1, no. Upaya pengembangan umkm (2004): 1.
- Halifa Haqqi, and Hasna Wijayati. "Peranan Mendorong Ekspor Produk Ekonomi Kreatif Di Pasar Global." *Sosietas* 1, no. 34 (2018): 16–55.

- Hidayat, Deden, Puri Rohmatulloh, How Creative, and Leuwidamar District. "OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN" 6, no. 2 (2023): 52–64.
- Ibrahim, Tofan. "Strategi Pemerintah Kecamatan Langensari Dalam Pencegahan Covid-19." *STISIP Bina Putera Banjar* 6(2), no. 2 (2022): 93–102.
- Ikbal, MUhammad, Imran Ukkas, and Achmad Zulkahfi. "Analisis Pengembangan Usaha Micro Kecil Menengah (Umk) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo." *Jurnal Kahfi UM Palopo*, 2021, 1–15.
- Ilyas, Taufik Rahman. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Lokal Berbasis Platform Digital Di Kota Malang." *Indonesian Journal of Humanities and Social ...* 5, no. 2 (2024): 1083–92. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/view/5833%0Ahttps://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/download/5833/1751>.
- Jefri, Ulfi, Universitas Bina Bangsa, and Universitas Bina Bangsa. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten" 7, no. 1 (2021): 86–99.
- Journal, Communnity Development, Dheasey Amboningtyas, Endah Wulandari, and Susanto Umboro. "Pelatihan Fotografi Produk Sebagai Sarana Pemasaran Pada Home Industri" 5, no. 4 (2024): 6027–30.
- Lestari, Putri Ayu, Imam Baidlowi, M Syamsul Hidayat, and Jawa Timur. "Pengaruh Strategi Pemasaran , Kemampuan Dan Pengetahuan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Mojokerto" 2, no. 4 (2024).
- "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Universitas Negri Yogyakarta, Indonesia* 21, no. 1 (2021): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Mere, Klemens, Muhammad Hery Santoso, Herni Utami Rahmawati, and Muhammad Ade Kurnia Harahap. "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal." *Communnity Development Journal* 4, no. 6 (2023): 12324–29.
- Muhamad Yusuf. "Pengembangan Strategi Ekonomi Kreatif Di Kota." : : *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* 10 (2023): 7–8.
- Nur, Sinta, Salsa Bella, Wulan Agustin, Universitas Bojonegoro, Universitas Bojonegoro, Universitas Bojonegoro, and Universitas Bojonegoro. "OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF SUB SEKTOR FOTOGRAFI" 6, no. 1 (2025): 557–62.

- Nurcholis, Luckfi. "Dimensi Ekologis Sedekah Laut: Analisis Teori Aktor-Jaringan (Actor Network Theory)." *Bioma : Berkala Ilmiah Biologi* 26, no. 1 (2024): 59–68. <https://doi.org/10.14710/bioma.2024.64181>.
- O Mardy, christoffel, Mintardjo, Imelda W, Ogi, George M, V, Kawung, Michael Ch, and Raintung. "Sejarah Teori Kewirausahaan: Dari Saudagar Sampai Ke Startup." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 7, no. SEJARAH TEORI KEWIRAUSAHAAN (2020): 187–96.
- Obyek, Pemetaan, Wisata Alam, and D I Kota. "Jurnal Environmental Science" 5 (2022).
- Pemikiran, Mengenal, Old Institutional, and Economics Oie. "Mengenal Pemikiran Old Economic (OIE) Dalam Ilmu Ekonomi Kelembagaan" 6, no. 1 (2020): 37–46.
- Penelitian, Dalam, Ilmu Sosial, and Achmad N U R ChaMDi. "Dalam Penelitian, Ilmu Sosial," 2024.
- Pertanian, Industri. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif" 30, no. 3 (2020): 290–98.
- Pudjowati, Juliani, Susi Tri wahyuni, Nunuk Pudjiastuti, Nur Lailiyatul Inayah, Universitas Bhayangkara Surabaya, and Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan lamongan. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kreatif Asesoris 'Cantik' Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Usaha Semasa Pandemi Pada Event Jatim Fair." *Communnity Development Journal* 4, no. 2 (2023): 2519–24.
- Ridzal, Nining Asniar, Ernawati Malik, I Wayan Sujana, and Vivied Octaviani. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buton Selatan." *Owner* 7, no. 4 (2023): 3730–40. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1952>.
- Rismayanti. "Strategi Penerapan Ekonomi Hijau Dalam Mengatasi Middle Income Trap." *Gorontalo Development Review* 6, no. 1 (2023): 39–52. <https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/gdrev/article/viewFile/2623/1110>.
- Rofiah, Chusnul. "Analisis Data Kualitatif: Manual Atau Dengan Aplikasi?" *Develop* 6, no. 1 (2022): 33–46. <https://doi.org/10.25139/dev.v6i2.4389>.
- Rozikin, and Mohammad Jon Tasrif. "Potensi Ekonomi Kreatif Tahun 2024 Negara Indonesia." *Jurnal Manajemen FE-UB* 11, no. 2 (2024): 1.
- Sahara, Miftah, Mohammad Faizal, and Meriyati. "Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Asuransi Jasindo Syariah Cabang Palembang." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 181–210. <https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/download/14/10>.

- Solusi, Sebagai, and Mengatasi Pengangguran. "Peran Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran" 13, no. 1 (2019).
- Suparta, I W. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 12, no. 1 (2018): 1–8.
- Susanto, Dedi, Risnita, and M. Syahrani Jailani. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah." *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, no. 1 (2023): 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>.
- Syafitri, Aulia Daisy Arsy, and Fauzatul Laily Nisa. "Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 3 (2024): 189–98. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>.
- Tinggi, Bernilai. "Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal Menjadi Produk Bernilai Tinggi," 2024, 226–30.
- "Wahyu, Photography 'Wawancara' 30 April 2025," n.d.
- Wilda, Nella, Yuli Amalia, Dan Ahmad Nasriadi, Universitas Bina, and Bangsa Getsempena. "Pengembangan Modul Berbasis Discovery Learning Pada Materi Persamaan Dan Fungsi Kuadrat Kelas X Sma N 14 Iskandar Muda Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 4, no. 1 (2023): 59–70.
- Yusra, Zhahara, Rufran Zulkarnain, and Sofino Sofino. "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pendmik Covid-19." *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (2021): 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

Lampiran

1. Pedoman Wawancara

Adapun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti terhadap informan-informan untuk memperoleh informasi yang sesuai terkait apa yang di teliti.

A.Rumusan Masalah Pertama

Bagian I: Profil MD Photography

1. Berapa lama MD Photography telah beroperasi?
2. Apa jenis layanan fotografi yang ditawarkan MD Photography? (misalnya, fotografi pernikahan, produk, portrait, dll.)?
3. Siapa target pasar MD Photography? (misalnya, kalangan muda, pasangan menikah, bisnis, dll.)?
4. Bagaimana MD Photography mempromosikan jasanya? (misalnya, media sosial, website, kerjasama dengan vendor lain, dll.)?
5. Berapa jumlah karyawan atau anggota tim MD Photography

Bagian II: Strategi Pengembangan Usaha dalam Konteks Ekonomi Kreatif

1. Bagaimana MD Photography memanfaatkan potensi ekonomi kreatif dalam mengembangkan usahanya? Jelaskan secara detail.?
2. Strategi apa yang diterapkan MD Photography untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam layanan fotografi? (misalnya, mengikuti workshop, pelatihan, bereksperimen dengan teknik fotografi baru, dll.)?

3. Bagaimana MD Photography menjaga kualitas dan keunikan layanannya agar tetap kompetitif di pasar?
4. Apakah MD Photography memiliki strategi branding yang kuat? Bagaimana MD Photography membangun citra merek yang positif dan mudah diingat?
5. Bagaimana MD Photography mengelola keuangan dan sumber daya usahanya? Apakah ada strategi khusus dalam hal ini?
6. Bagaimana MD Photography beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren di industri fotografi? (misalnya, penggunaan media sosial, platform online, editing software, dll.)
7. Apakah MD Photography memiliki kerjasama dengan pihak lain (misalnya, vendor, influencer, komunitas fotografi) untuk mengembangkan usahanya? Jelaskan bagaimana kerjasama tersebut berjalan.
8. Tantangan apa yang dihadapi MD Photography dalam mengembangkan usahanya, khususnya dalam konteks ekonomi kreatif? Bagaimana MD Photography mengatasi tantangan tersebut?
9. Apa rencana MD Photography untuk pengembangan usaha di masa depan? (misalnya, perluasan layanan, target pasar baru, inovasi produk/layanan, dll.)
10. Bagaimana MD Photography berkontribusi pada pengembangan ekonomi kreatif di daerahnya?

B.RUMUSAN MASALAH KEDUA

Bagian I: Tantangan yang Dihadapi MD Photography

1. Apa saja tantangan utama yang dihadapi MD Photography dalam mengembangkan usahanya? Jelaskan secara detail. (misalnya, persaingan, keuangan, teknologi, sumber daya manusia, pemasaran, dll.)
2. Bagaimana persaingan di industri fotografi mempengaruhi MD Photography? Siapa saja kompetitor utama MD Photography dan apa keunggulan kompetitif mereka?
3. Apakah MD Photography menghadapi kendala dalam hal keuangan? (misalnya, modal usaha, pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan, dll.)
4. Apakah ada tantangan terkait teknologi yang dihadapi MD Photography? (misalnya, penguasaan software editing, penggunaan peralatan fotografi terbaru, adaptasi terhadap tren teknologi, dll.)
5. Bagaimana MD Photography mengelola sumber daya manusia (SDM)? Apakah ada tantangan dalam hal rekrutmen, pelatihan, atau retensi karyawan?
6. Apakah MD Photography menghadapi kesulitan dalam pemasaran dan promosi? (misalnya, jangkauan pasar yang terbatas, kesulitan menarik pelanggan baru, dll.)
7. Apakah ada tantangan lain yang dihadapi MD Photography yang tidak termasuk dalam pertanyaan di atas? Jelaskan secara detail. (misalnya, regulasi pemerintah, perubahan tren pasar, dll.)

Bagian II: Solusi yang Diterapkan MD Photography

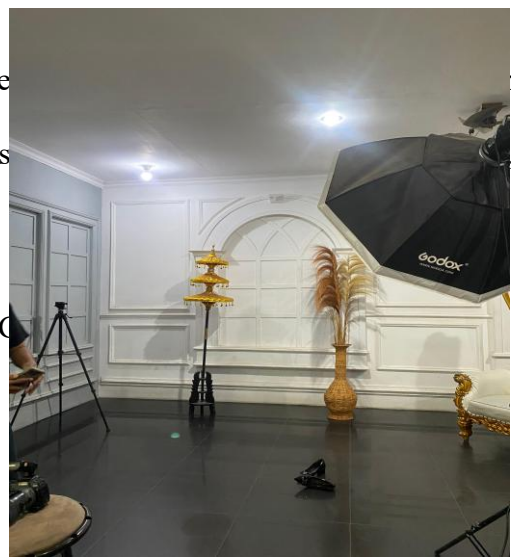
- a) Apa strategi atau solusi yang telah diterapkan MD Photography untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut? Jelaskan secara detail.

- b) Bagaimana MD Photography meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan yang ketat?
- c) Bagaimana MD Photography mengatasi kendala keuangan yang dihadapi? (misalnya, mencari investor, mengelola pengeluaran, meningkatkan efisiensi operasional, dll.)
- d) Bagaimana MD Photography meningkatkan kemampuan teknologi timnya? (misalnya, pelatihan, workshop, penggunaan software terbaru, dll.)
- e) Bagaimana MD Photography meningkatkan kualitas SDM-nya? (misalnya, program pelatihan, pengembangan karir, peningkatan kesejahteraan karyawan, dll.)
- f) Strategi apa yang diterapkan MD Photography untuk meningkatkan pemasaran dan promosi? (misalnya, optimasi media sosial, kerjasama dengan influencer, dll.)
- g) Apakah ada solusi inovatif yang diterapkan MD Photography untuk mengatasi tantangan yang dihadapi? Jelaskan secara detail.
- h) Seberapa efektif solusi-solusi yang telah diterapkan MD Photography dalam mengatasi tantangan yang dihadapi?

Bagian III: Evaluasi dan Rencana Ke Depan

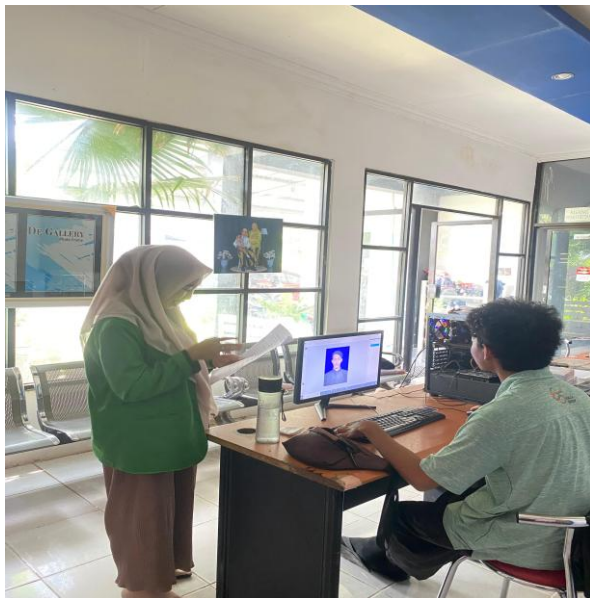
- A. Bagaimana MD Photography mengevaluasi efektivitas solusi yang telah diterapkan?
- B. Apa rencana MD Photography untuk mengatasi tantangan di masa depan?
- C. Apa langkah-langkah yang akan dilakukan MD Photography untuk mempersiapkan diri menghadapi tantangan baru di industri fotografi?

2. Dokuemntasi





Gambar.1.7. Wawancara Karyawan.



Gambar.1.8.Wawancara Karyawan



Gambar.1.11. Wawancara Konsumen



Gambar.1.12.Wawancara Konsumen

Gambar.1.13.Wawancara Konsumen



Gambar.1.14. Ruang Ganti baju





Rizky Mulyani , lahir di Pinrang pada tanggal 19 Juni 2003,

penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Syahban dan ibu Mulyana. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Btn Hartako Kelurahan benteng

Kecamatan Wara Timur, Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2016 di SDN 11 Dangerakko. Kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan di MTs palopo hingga tahun 2019. Pada tahun 2019, melanjutkan pendidikan di SMA 3 Palopo mengambil jurusan Ilmu pengetahuan sosial. Setelah lulus di tahun 2021, penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Agama Islam Negeri Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah.