

**Adz-Dzahab**

**Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Volume 1, No. 1, 2019**

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

---

**STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UMKM DALAM MENGEMBANGKAN  
EKONOMI KREATIF DI KEC. SINJAI UTARA KAB. SINJAI**

**Andi Rismayanti. Syarigawir**

*Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai*

*E-mail/Tlp: drs.syarigawir@gamil.com/081354476329*

**Abstrak**

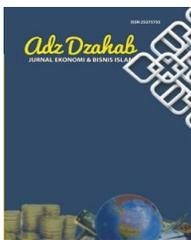
*Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang Strategi yang telah dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Sinjai dalam mengembangkan ekonomi Kreatif di Kec. Sinjai Utara Kab. Sinjai. Data yang peneliti peroleh di uraikan dalam pembahasan penelitian dengan menguraikan teori yang berkaitan dengan tanggapan responden. Penelitian ini adalah penelitian Kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Mattunreng Tellue Kecamatan Sinjai tengah Kab Sinjai dengan subjek penelitian 1 orang dengan metode deskriptif untuk menjelaskan karakteristik responden. Dan dengan penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan tanggapan-tanggapan responden untuk menjawab variabel penelitian ini. Penelitian ini bertitik tolak dari pemikiran bahwa Dinas koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Dinas Koperasi dan UMKM mampu menjadi prioritas atau tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran, selain itu UMKM berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan termasuk didalamnya adalah hasil dari ekonomi kreatif. Dan berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa Dinas Koperasi dan UMKM telah melakukan upaya untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Kec. Sinjai Utara Kab. Sinjai.*

**Kata Kunci :** *Strategi Pengembangan, Ekonomi Kreatif*

**1. Pendahuluan**

UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena ada tiga indikator yang menunjukkan peran pentingnya dalam perekonomian Indonesia. Pertama jumlahnya banyak dan mencakup setiap sektor ekonomi. Kedua, UMKM memiliki potensi besar dalam menyerap tenaga kerja. Ketiga, UMKM memberikan kontribusi yang besar dalam pendapatan nasional.

Dalam industri UMKM pelatihan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kreativitas. Keterampilan dan pengetahuan dalam menjalankan usaha. mengingat masih banyak sumberdaya manusia yang dimiliki UMKM memiliki kemampuan terbatas. Perbaikan kemampuan melalui pelatihan akan dapat mendorong kegiatan usaha usaha semakin lebih



## Adz-Dzahab

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

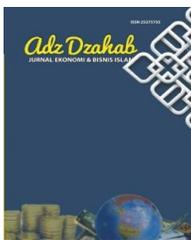
baik. Pemasaran juga menjadi suatu hal yang penting dalam sebuah usaha. Keberhasilan sebuah usaha dapat terus bertahan adalah karena produk yang mereka hasilkan dapat dipasarkan dengan baik di beli konsumen. Pemasaran pada industri UMKM menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan. Karena dalam pemasaran UMKM masih banyak yang mengalami kesulitan dalam promosi sehingga jangkauan pemasaran produk terbatas. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Pendampingan merupakan hal yang berkaitan dengan permasalahan yang bersifat institusional. Berhubungan dengan hal-hal seperti penyelesaian masalah usaha, pembinaan dan pengarahannya serta bantuan dalam ke mitraan dan perluasan jaringan kerja. Pendampingan bagi usaha di butuhkan sebagai dasar agar usaha mampu menghadapi persoalan secara lebih baik dan melakukan usaha dengan lebih terarah, pendampingan sangat dibutuhkan, dalam usaha khususnya industri UMKM yang masih mempunyai keterbatasan dalam banyak hal.

Dalam rangka upaya pengembangan tenaga terampil khususnya di Kecamatan Sinjai Utara tidak terlepas dari bagaimana menciptakan sistem sosial yang dapat mendorong lahirnya manusia kreatif atau manusia berprestasi, termasuk pula sikap mental masyarakat dan aparatur Pemerintah. Banyak usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja SDM, diantaranya melalui kegiatan pelatihan. Kegiatan pelatihan serta pembinaan tenaga terampil di Kecamatan Sinjai Utara merupakan proses memberikan atau meningkatkan kemampuan dan keterampilan serta menanamkan sikap kepada masyarakat, dimana proses tersebut akan sangat membantu dalam mengoreksi kekurangan-kekurangan kerjanya di masa silam sehingga manusia tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.

Kegiatan pelatihan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar masyarakat khususnya masyarakat di kecamatan sinjai semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan baik, sesuai dengan standar kerja.

Kecamatan Sinjai Utara adalah salah satu Kecamatan yang memiliki 6 Kelurahan dan mempunyai tenaga-tenaga terampil hasil binaan pemerintah daerah dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang putus sekolah, seperti pelatihan kursus menjahit, serta pelatihan las



## Adz-Dzahab

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

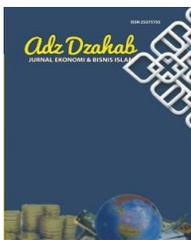
Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

yang telah dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sinjai. Dimana masyarakat Kecamatan ini sendiri, ada beberapa tenaga terampil yang memiliki kualitas yang tidak diragukan lagi kemampuannya. Semua itu merupakan potensi jika ditekuni secara tepat akan menjadi nilai jual yang baik bagi masyarakat Sinjai khususnya masyarakat di Kecamatan Sinjai Utara, namun potensi ini belum digali secara optimal oleh pemerintah daerah Kabupaten Sinjai karena kurangnya kebijakan dan peraturan yang mendukung, sehingga sampai saat ini, berbagai potensi tersebut belum tereksplorasi dengan baik dan maksimal karena berbagai keterbatasan, serta kurangnya perhatian pemerintah daerah dalam manajemen ketenaga kerja dalam menindak lanjuti hasil binaan instansi terkait.

Dalam realitasnya, semua pelaksanaan program pemerintah daerah tidak semua anggota masyarakat di Kecamatan Sinjai Utara ikut berpartisipasi, dengan berbagai macam alasan. Hal ini disadari karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhi. Oleh karena itu tantangan yang harus dihadapi pemerintah Kabupaten Sinjai sekarang ini adalah bagaimana memanfaatkan sebaik mungkin potensi yang ada, sehingga ada semangat motivasi kerja dalam tenaga terampil sehingga pengembangan ekonomi kreatif dapat dikembangkan di Kecamatan Sinjai Utara.

Kendati bimbingan dan binaan dari pemerintah daerah merupakan sarana untuk menghasilkan tenaga-tenaga terampil yang berkualitas, namun banyak pihak yang memandang bahwa produk binaan tenaga terampil di Kabupaten Sinjai tidak begitu “*match*” dengan kebutuhan pasar kerja. Menyadari pentingnya lembaga pendidikan dan latihan sebagai alat “*transformasi*” bagi yang memiliki skill dalam hal adalah bagaimana dunia terampil mampu menjawab tantangan dan sekaligus mengisi tekno struktur dunia kerja baik disektor publik maupun bisnis. Berangkat dari sejumlah uraian kompleksitas permasalahan tersebut, penulis kemudian memberi batasan dengan judul: “Strategi Dinas Koperasi dan UMKM dalam mengembangkan ekonomi kreatif di kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

Dari uraian latarbelakang tersebut maka penulis dapat mengambil suatu pokok pembahasan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimanakah Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Sinjai dalam mengembangkan Ekonomi kreatif di kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.



## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Definisi Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus di jalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang–kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku–liku, namun ada langkah yang relatif mudah. Disamping itu ,banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu setiap langkah harus di jalankan secara hati-hati dan terarah.Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga di perlukan langkah–langkah tertentu.Misalnya, perusahaan yang ingin menjual barang atau jasa nya kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat. Diluar perusahaan tersebut sudah banyak pesaing yang menunggu, mulai dari pesaing kecil sampai kelas kakap. Di sampai itu setiap waktu akan terus bermunculan pesaing harus apalagi jika jenis produk yang ditawarkan mem berikan keuntungan yang menggiurkan. Pesaing inilah yang disebut sebagai rintangan atau hambatan untuk menjual produk kepelanggan.

#### a. Strategi produk

Strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh,mulai dari nama produk ,isi atau pembungkus

#### b. Strategi harga

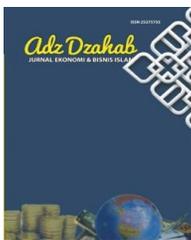
Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk memberi atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan

#### c. Strategi tempat dan distribusi

Penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran.Strategi promosi merupakan kegiatan maketing mix yang terakhir. Kegiatan ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas baik produk, harga maupun distrbusi.

Menurut Hamel dan Prahalad, seperti yang dikutip oleh Husein Umar menyatakan bahwa,

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dan apa yang dapat terjadi dan yang baru dan perubahan pola konsumen



## Adz-Dzahab

### Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.

Strategi merupakan proses yang dijalankan oleh organisasi untuk menentukan cara terbaik dalam mencapai visi, misi, dan sasaran perusahaan. Strategi bisnis berasal dari akar ekonominya, yaitu penyesuaian antara kebutuhan dan sumber daya. Karena itu, strategi bisnis cenderung lebih berfokus pada peluang yang terbentang di depan organisasi serta bagaimana organisasi yang bersangkutan untuk memanfaatkan peluang-peluang tersebut.

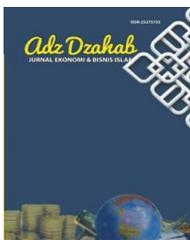
## 2.2 Definisi dan Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

### a. Definisi UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang bersifat padat karya yang tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian perkerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang di gunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian indonesia, baik di tinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang di ukur dengan produk domestik bruto. “Usaha Mikro adalah Usaha Produktif Milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undang”. Kementerian koperasi dan UMKM menyebutkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri, dan pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif.

Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain di landa krisis keuangan global. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar, industri kreatif meliputi 14 subsektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana video, film, dan fotografi permainan interaktif, musik seni pertunjukan penerbitan dan 4 percetakan, layanan komputer dan peranti lunak televisi dan radio serta riset dan perkembangannya.

Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Dalam kerjasama baik dalam bentuk perdagangan usaha dan lain-lain, islam memberikan dorongan dan pengarahan agar kerja sama itu berjalan pada jalan yang



## Adz-Dzahab

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

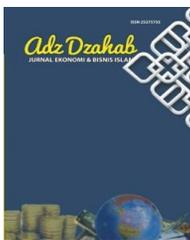
ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

benar, dan sejalan dengan tuntunan Allah dan Rasul-Nya. Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri perdagangan dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada tahun 1998. Namun, Usaha mikro, kecil menengah (UMKM) dapat bertahan dan pemulih perekonomian ditengah keterpurukan akibat moneter berbagai sektor ekonomi. Dengan demikian, UMKM sebagai bentuk kegiatan masyarakat perlu diberdayakan sehingga berjalan secara kontinyu tetap meningkatkan perekonomian nasional.

Suatu masyarakat dikatakan berdaya jika memiliki kemampuan atau lebih dari beberapa variabel. Pertama, memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup dan perekonomiannya yang stabil. Kedua, memiliki kemampuan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Ketiga, memiliki kemampuan menghadapi ancaman dan serangan dari luar. Keempat, memiliki kemampuan berkreasi dan berinovasi dalam mengaktualisasikan diri dan mengaja koeksistensinya bersama bangsa dan negara lain. Termasuk usaha kecil dan menengah adalah semua pedagang kecil dan menengah, penyedia jasa kecil dan menengah, petani dan peternak kecil dan menengah, kerajinan rakyat dan industri kecil, dan lain sebagainya, misalnya, toko kelontong, koperasi serba usaha. Koperasi Unit Desa (KUD), toko serba ada wartel, ternak ayam, sebagainya. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- 3) Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang terseterbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.



## Adz-Dzahab

### Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

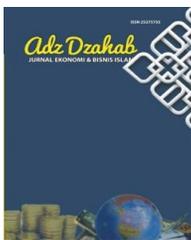
- 4) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau belum badan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Kudus dan berdomisili di Kudus.
- 5) Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (*entrepreneurship*). Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneurship*) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

#### b. Karakteristik (UMKM)

Karakteristik UKM yang ada di Indonesia dapat dari beberapa aspek antara lain permodalan, skala usaha, macam usaha, tingkat pendidikan pengusaha maupun karyawan, UMKM ini kita lihat dan bahas satu per satu. Dilihat dari macam usaha, UMKM jenis usaha UMKM terbanyak bergerak pada bidang perdagangan besar dan eceran. Kegiatan ini banyak digeluti karena mudah dilakukan, tidak membutuhkan modal yang tidak memerlukan tempat khusus dan tidak memerlukan administrasi pengurusan usaha. UMKM yang paling sedikit, bergerak pada bidang usaha listrik dan air bersih, ini disebabkan untuk usaha tersebut biasanya telah dilakukan oleh pemerintah daerah, karena bidang usaha tersebut memerlukan ketrampilan, permodalan dan peraturan khusus yang lebih besar serta rumit dibandingkan kegiatan perdagangan.

### 3. Hasil Penelitian yang Relevan

- a. Hasil penelitian Rohaniah, dalam strategi Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Bintan bahwa strategi pengembangan UMKM kreatif yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Bintan berdasarkan strategi yang telah ditetapkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM dan juga didasarkan dengan kebijakan Pemerintah Kabupaten serta visi misi Dinas



## Adz-Dzahab

### Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

Koperasi, UKM. Ekonomi adalah ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi barang. Koperasi adalah badan usaha yang memiliki anggota orang atau badan hukum dengan berlandaskan asas kekeluargaan serta dekorasi ekonomi.

- b. Hasil penelitian Salprida, analisis dan pembahasan terhadap laporan keuangan koperasi petani karet karya harapan (Koptan KKH) dalam penerapan akuntansi berbasis.
- c. Hasil penelitian Eri Kristanto, sebagai besar pengusaha UMK kampung batik Sidoarjo telah menerapkan akuntansi sederhana pada usaha mereka.
- d. Hasil penelitian Nurul Imamah tahun 2008, Business Development Service dalam memfasilitasi usaha kecil menengah untuk memperoleh modal dan memperluas pangsa pasar merupakan variabel yang secara nyata mempunyai peranan dalam pengembangan usaha kecil menengah.
- e. Hasil penelitian Paul romer tahun 1993, Instruksi yang membuat kita mengkombinasikan sumber daya fisik yang penyusunannya terbatas menjadi lebih bernilai.

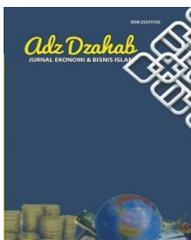
#### 4. Metode Penelitian

##### 4.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara *holistic* (menyeluruh) dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian kualitatif adalah metode (jalan) penelitian yang sistematis yang digunakan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi di dalamnya dan tanpa ada pengujian hipotesis, dengan metode-metode yang alamiah ketika hasil penelitian yang dihadapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, namun makna (segi kualitas) dari fenomena yang diamati.

Penelitian kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam. Pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses



## **Adz-Dzahab**

### **Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Volume 1, No. 1, 2019**

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Alasan metode dan teknik penelitian dipilih karena diharapkandeskripsi atas fenomena yang tampak di lapangan dapat diinterpretasi makna danisinya lebih dalam. Dalam penelitian fenomenologi melibatkan pengujian yang teliti dan seksama pada kesadaran pengalaman manusia.Konsep utama dalam fenomenologi adalah makna.Makna merupakan isi penting yang muncul dari pengalaman kesadaran manusia.Untuk mengidentifikasi kualitas yang essensial dari pengalaman kesadaran dilakukan dengan mendalam dan teliti.

#### **4.2 Subjek dan Objek Penelitian**

##### **a. Subjek Penelitian**

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Pejabat atau yang ditugaskan oleh pejabat dari Dinas Koperasi, UMKM Kab. Sinjai untuk memberikan jawaban dari pertanyaan Responden.

##### **b. Objek penelitian**

Dengan objek penelitian ini adalah strategi Dinas Koperasi UMKM dan Tenaga Kerja Kab. Sinjai dalam mengembangkan usaha Ekonomi Kreatif di Kecamatan Sinjai Utara.

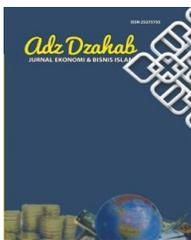
#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipakai untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta di lapangan. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **a. Metode interview (wawancara)**

Interview (wawancara) adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.

Pertanyaan wawancara tidak serta-merta muncul begitu saja sesuai dengan kondisi pembicaraan antara peneliti dengan subjek penelitian di lapangan, tetapi pertanyaan penelitian memiliki alur yang jelas yang dapat dirunut dari tujuan penelitian.Alur tersebut



## **Adz-Dzahab**

### **Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Volume 1, No. 1, 2019**

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

memungkinkan peneliti membuat pertanyaan penelitian yang akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian dengan hasil data yang juga berfungsi untuk mendapatkan jawaban dan tujuan penelitian.

#### **b. Metode Dokumentasi**

Dokumentasi adalah bahwa hakikat situasi menuntut peneliti menggunakan teknik perekaman, kadang-kadang peneliti perlu mempergunakan alat-alat mekanik, seperti kamera dan taperekorder, memindahkan gambar yang jelas tentang apa yang dicapai tanpa mempengaruhi pelaku pengamatan atau partisipan.

### **6. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Kualitas instrumen akan menentukan kualitas data yang terkumpul.

Adapun instrumen yang digunakan peneliti antara lain:

#### **a. Lembar Wawancara**

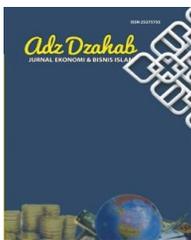
Merupakan sejumlah pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti dan diajukan kepada seseorang mengenai topik penelitian secara tatap muka, dan peneliti merekam jawaban-jawabannya sendiri.

#### **b. Lembar Dokumentasi**

Merupakan setiap catatan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun yang tidak dipersiapkan untuk suatu penelitian.

### **7. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus-menerus mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Analisis data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan melalui hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan dari data tersebut, selanjutnya dicari data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori.



### **7.1 Data Reduction, (Reduksi data)**

Dalam mereduksi data, setiap penulis akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, jika penulis dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian penulis dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasaan serta kedalaman wawasan yang tinggi.

### **7.2 Data Display (Penyajian data)**

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Kalau dalam penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami. Berbeda dengan penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

### **7.3 Conclusion Drawing/Verification**

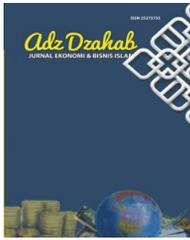
Langkah ketiga yang harus dilakukan dalam analisis data kualitatif yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang *valid* dan konsisten saat penulis kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang *kredibel*.

## **8. Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

### **8.1 Startegi Dinas Koperasi dan UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif**

Pada pembahasan ini penulis akan menguraikan tentang strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja Kab. Sinjai dalam mengembangkan ekonomi kreatif di kec. Sinjai Utara Kab. Sinjai, dan untuk mengetahui hal tersebut penulis telah melakukan penelitian dengan memperoleh informasi dari dinas terkait. Untuk lebih jelasnya penulis akan menguraikan hasil penelitian sebagai berikut :

- a. Strategi Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif



## Adz-Dzahab

### Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

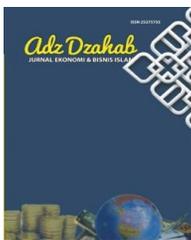
Pembahasan ini akan menguraikan tentang bagaimana strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja Kab. Sinjai dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Berangkat dari pemahaman bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Berangkat dari pemahaman tersebut, penulis melakukan wawancara kepada responden tentang strategi yang dilakukan oleh dinas koperasi UMKM dan tenaga kerja dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kec. Sinjai Utara. Salah satu strategi yang dilakukan menurut Bahri adalah “Melakukan Pendampingan dan Pembinaan Kepada UKM serta memfasilitasi UKM untuk memperoleh permodalan usaha. Terkait masalah strategi pendampingan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja adalah sesuatu yang menjadi tugas dari bidang UMKM. Dan cara pendampingan yang dilakukan menurut Bahri adalah

“Pembinaan yang kami lakukan kebawah yaitu mengunjungi setiap kelompok yang telah mendapatkan bantuan dana dan fasilitas dari UKM serta melakukan pembinaan langsung kepada UKM yang mengalami kendala”.

Selanjutnya, selain dari pada strategi dalam pendampingan dan pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja Kab. Sinjai juga melakukan strategi dalam bentuk fasilitasi pelaku UMKM untuk memperoleh bantuan permodalan, baik dari pemerintah provinsi maupun pihak perusahaan yang menjadi mitra dinas tersebut.

“Bantuan Modal, iya ada, ada dari provinsi kepada UMKM baik berupa bantuan dalam bentuk hibah atau hadiah bagi UMKM yang telah mengikuti diklat Training Of Fasilitator (TOF) dan juga fasilitasi bantuan kepada mitra UKM seperti Bank BRI dan PT. Semen Tonasa”.

Dari jawaban reponden tersebut, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pemberian bantuan modal usaha dan pendampingan kepada UMKM menjadi bagian dari strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif khususnya di Kec. Sinjai Utara. Selanjutnya, Bahri menjelaskan tentang tehnik yang dilakukan dalam melakukan pendampingan dan pembinaan yaitu



## Adz-Dzahab

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

“Memberikan profil tentang tugas dan tanggungjawab Dinas, Mengidentifikasi Permasalahan Pelaku Usaha, mengunjungi langsung tempat usaha dan fasilitasi pelaku usaha dengan beberapa permasalahan yang dihadapi diantaranya masalah kegiatan produksi, pengemasan dan pemasaran hasil produksi”.

Strategi yang dilakukan oleh dinas koperasi dan UMKM dan tenaga kerja tersebut merupakan strategi mulai dari awal kegiatan hingga pembinaan dari hasil produk termasuk pengemasan. Dari tanggapan responden tersebut juga dapat dipahami bahwa strategi dari sisi produksi dan pengemasan produk menjadi salah satu langkah yang dapat mengembangkan ekonomi kreatif, yang perlu dilakukan dalam hal produk adalah Menentukan logo dan Motto, menciptakan merek, menciptakan kemasan dan keputusan Label.

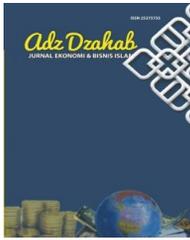
Selanjutnya, pemberian bantuan modal usaha juga menjadi salah satu strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi UMKM dan Tenaga Kerja, hal ini di anggap penting dikarenakan modal berupa uang menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dimana Bahri mengatakan “Salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah dari sisi modal usaha yang sangat terbatas”.

Lebih lanjut, responden memberikan jawaban yang juga menjadi salah satu strategi dalam mengembangkan ekonomi kreatif dimana Bahri mengatakan

“Melakukan pelatihan untuk menambah keahlian pelaku usaha, pembekalan dari sistem administrasi keuangan usaha, menjalin kerjasama antar pelaku usaha yang satu dengan usaha yang lain, menyediakan pusat penitipan hasil produksi untuk pemasaran berupa galeri koperasi sambil terus melakukan monitoring dan evaluasi UMKM”.

Pada dasarnya, Dinas Koperasi UMKM dan Tenaga Kerja telah melakukan langkah-langkah untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Kab. Sinjai. Segala yang menjadi kebutuhan dan kendala pelaku usaha telah diupayakan untuk diatasi oleh dinas tersebut. Dari paparan tanggapan responden diatas dapat dipahami bahwa strategi dalam pengembangan ekonomi kreatif telah dilaksanakan oleh dinas Koperasi UMKM dan Tenaga Kerja.

Di sisi lain responden memberikan jawaban tentang peluang yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Sinjai dimana Bahri mengatakan “Peluang pasar



## Adz-Dzahab

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

di Sinjai untuk UMKM masih terbuka besar”. Sementara kendala yang dihadapi adalah “Minimnya SDM dan modal para pelaku usaha”.

Paparan jawaban responden diatas telah memberikan gambaran bahwa Strategi yang telah dilakukan oleh Dinas Koperasi UMKM dan Tenaga Kerja dalam mengembangkan ekonomi kreatif sudah banyak namun kendala yang dihadapi juga masih banyak sehingga diperlukan kerjasama dari semua pihak agar UMKM bisa lebih maju kedepannya.

### 1. Ruang Lingkup Pengembangan Ekonomi Kratif Kec. Sinjai Utara

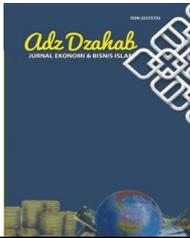
Dalam pembahasan ini, penulis akan menguraikan bagaimana kondisi ekonomi kreatif yang ada di Kec. Sinjai utara dengan memperoleh informasi dari responden Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Sinjai. peneliti memperoleh gambaran dari responden tentang ekonomi kreatif yang ada di kec. Sinjai Utara dimana Bahri mengatakan “Ekonomi Kreatif yang ada di Kec. Sinjai Utara banyak berupa Home Industri yang memproduksi hasil kerajinan tangan dan kuliner”

Hasil kerajinan tangan ini dianggap bagian dari ekonomi kreatif dikarenakan hasil kerajinannya memanfaatkan Sumber Daya Alam dan mengolah bahan limbah plastik dan kayu menjadi hasil kerajinan. Selain itu Bahri juga mengatakan bahwa “Pelaku UMKM itu kebanyakan berada di Kec. Sinjai Utara UMKM kreatif kebanyakan di bidang kerajinan, Kuliner, perbengkelan dan tata busana”.

Tanggapan responden tersebut menjelaskan bahwa di Kec. Sinjai utara juga telah berkembang ekonomi kreatif dibawa pembinaan dari dinas koperasi dan UMKM Kab. Sinjai. Untuk melihat jumlah pelaku UMKM Ekonomi Kreatif di Kab. Sinjai peneliti akan menguraikan dalam tabel berikut :

Tabel 8.1  
Rekapitulasi Jumlah Pelaku UMKM Kabupaten Sinjai Per 31 Desember 2016.

No	Kecamatan	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
1.	Sinjai Utara	1.467	1.128	327	2.922
2.	Sinjai Selatan	1.275	966	249	2.490



## Adz-Dzahab

### Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam

Volume 1, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

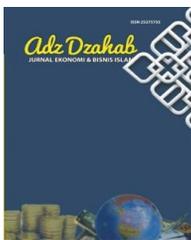
3.	Sinjai Timur	1.102	603	252	1.957
4.	Tellu Limpoe	984	592	204	1.780
5.	Sinjai Barat	895	684	142	1.722
6.	Sinjai Tengah	850	340	60	1.251
7.	Bulupoddo	511	534	235	1.281
8.	Sinjai Borong	774	465	319	1.558
9.	Pulau Sembilan	496	112	52	661
Total		8.356	5.425	1.842	15.624

### 10. Kesimpulan

Strategi yang dilakukan Dinas Koperasi UMKM dan Tenaga kerja dalam mengembangkan ekonomi kreatif adalah Melakukan pendampingan dan pembinaan kepada pelaku UMKM dan memfasilitasi pelaku UMKM untuk memperoleh modal usaha melalui bantuan pemerintah provinsi atau mitra UKM serta Melakukan Pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan SDM Pelaku Usaha

### Daftar Pustaka

- Kasmir, *Kewirausahaan* (Cet. vii. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009)
- Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Cet. II; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013)
- UU RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia)
- Febra Robiyanto, *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*, (Cet. iii, Semarang ; PT. Adi Karya Sentosa, 2004)
- Nur Mahmudi isma'il , *Strategi "perberdayaan umat dan percetakan SDM Unggul, "* dalam hotmatua Daulay mulyanto (ed), *membangun SDM kapibilitas Teknologi Umat* (Bandung : ISTECS,2001)
- Jaka Sriyana , *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Manengah (UMKM )*: Studi kasus Di kabupaten Bantul , ( junal Fakultas ekonomi Universitas islam Indonesia Yogyakarta )
- Sri Wahyuningsih, *"Peran UKM dalam Perekonomian Indonesia"*, dikutip dari Jurnal Mediargo



## **Adz-Dzahab**

**Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Volume 1, No. 1, 2019**

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : xxxx-xxxx

Homepage : <http://journal.adz-dzahab.iaims.ac.id>

---

Kemenkop, UMKM RI, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang

Perkoperasian (Deputi Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia)

Wahyu Adji, dkk. *Ekonomi* (Cet. i Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 2007)