



Analisis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Mamuju

Abdul Halim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Mamuju, Mamuju.
Email: alingmandar01@gmail.com

Abstrak

Adapun tujuan penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui pertumbuhan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Mamuju, 2. Untuk mengetahui perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Mamuju. Penelitian ini menggunakan jenis dan data yang bersumber dari data Kualitatif dan Data Kuantitatif. Analisis keabsahan merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui uji kredibilitas. Menurut Sugiono (2012;121) bahwa “uji kredibilitas merupakan cara untuk mengetahui hasil penelitian kualitatif dengan melihat atau percaya terhadap hasil yang diperoleh dengan melihat metode pengumpulan data melalui wawancara maupun mengamati secara langsung. Adapun hasil analisis menjelaskan bahwa Pertumbuhan UMKM secara umum di Kabupaten Mamuju baik, hal ini dibuktikan bahwa pertumbuhan yang terjadi dari tahun 2019 senilai 5,1, pada tahun 2020 senilai 14,3 dan tahun 2021 senilai 9,4. Perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif baik, berdasarkan hasil wawancara kepada informan yang mewakili pemerintah, pemerhati UMKM dan pelaku usaha ekonomi kreatif menunjukkan bahwa usaha perkembangan usaha cukup baik, walaupun sempat mengalami penurunan omset pada awal Covid 19 tetapi sudah normal saat ini, bahkan omset pelaku usaha ekonomi kreatif semakin meningkat sejalan dengan adanya berbagai pelatihan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah.
Kata kunci: Pengembangan;UMKM; Ekonomi Kreatif

Micro, Small Business Development Analysis And Medium (UMKM) Based On Creative Economy In Mamuju District

Abstract

The objectives of this study are 1. To find out the growth of creative economy-based UMKM in Mamuju Regency, 2. To find out the development of creative economy-based UMKM in Mamuju Regency. This study uses types and data sourced from qualitative data and quantitative data. Legitimacy analysis is an analysis conducted to determine the credibility test. According to Sugiono (2012; 121) that "the credibility test is a way to find out the results of qualitative research by seeing or believing in the results obtained by looking at data collection methods through interviews or observing directly. The results of the analysis explain that the growth of UMKM in general in Mamuju Regency is good, this is evidenced that the growth that occurred from 2019 was 5.1, in 2020 it was 14.3 and in 2021 it was 9.4. The development of UMKM based on the creative economy is good, based on the results of interviews with informants representing the government, UMKM observers and creative economy business actors indicating that business development efforts are quite good, even though there was a decrease in turnover at the start of Covid 19 but it is now normal, even the turnover of business actors the creative economy is increasing in line with the existence of various trainings carried out by government agencies.

Keywords: Development UMKM; Creative Economy

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat krisis ekonomi tahun 1998, sektor usaha yang mampu bertahan adalah usaha menengah kebawah dan usaha menengah ke atas pada saat itu banyak yang bangkrut, tetapi usaha menengah kebawah mampu bertahan dan tetap eksis. Peran Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) terbukti mampu menyelamatkan perekonomian Indonesia.

Bertambahnya penduduk suatu daerah berbanding lurus dengan pertambahan kebutuhan akan lapangan pekerjaan yang tersedia, hal ini menimbulkan permasalahan baru yang rumit pemecahan masalahnya; Hal ini disebabkan karena belum berfungsinya semua sektor kehidupan bermasyarakat dengan baik serta belum meratanya pembangunan di segala bidang sehingga ketersediaan lapangan pekerjaan tidak seimbang dengan laju pertumbuhan penduduk yang cepat dinamis. Sektor formal belum mampu memenuhi dan menyerap angkatan kerja yang terus meningkat menyebabkan terjadi ketimpangan antara pertumbuhan angkatan kerja dengan tersedianya lapangan pekerjaan. Oleh karena itu sektor informal menjadi salah satu solusi untuk menyelesaikan permasalahan ini, yakni keberpihakan pemerintah dalam mengembangkan usaha kreatif berskala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Perhatian pemerintah dalam pengembangan UMKM dapat diketahui dengan diterbitkannya Undang-Undang no. 20 tahun 2008, kemudian direvisi oleh UU No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 7 tahun 2021 tentang perubahan klasifikasi UMKM. Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat dibedakan menurut aset dan omzet usaha yang dimiliki. Aset adalah kekayaan bersih yang dimiliki diluar tanah dan bangunan tempat usaha sedangkan omzet adalah tingkat perputaran usaha sebagai mana pada tabel berikut:

Tabel.1.Kriteria UMKM dan Usaha Besar berdasarkan Aset dan Omzet menurut PP No.7 tahun 2021

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (Rp. Milyar)	Omzet pertahun (Rp. Milyar)
Mikro	0 – 1	2
Kecil	1 - 5	2 – 15
Menengah	5 – 10	15 – 50
Besar	Diatas 10	Diatas 50

Sumber: PP No. 7 tahun 2021

Peran pemerintah yang lain adalah Bank Indonesia (BI) juga membagi tujuh sektor usaha berbasis UMKM yang berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi Indonesia, yakni: bidang usaha Pertanian, Peternakan, perkebunan, perikanan, perdagangan, industri pengolahan dan jasa. Kemudian dari ketujuh sektor tersebut rata-rata pelaku usaha bergerak pada sektor usaha yang berbasis ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah usaha yang mengutamakan teknologi informasi dan kreatifitas yang menitik beratkan pada ide dan pengetahuan untuk menciptakan jenis usaha baru.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2010:3) telah membedakan jenis usaha yang berbasis ekonomi kreatif yakni; “usaha periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, Film, video, fotografi, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, radio dan televisi, riset dan pengembangan”. Kementerian pariwisata justru menyatakan bahwa ada 17 subsektor Ekonomi kreatif. Selain dari 15 yang telah dikemukakan ada tambahan 2 subsektor yaitu desain produk dan kuliner.

Perhatian pemerintah khususnya dalam pengembangan ekonomi kreatif begitu besar, bahkan diperiode pertama Kabinet Presiden Joko Widodo telah dibentuk suatu badan yang mengurus ekonomi kreatif. Payung hukum dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) berdasarkan Peraturan Presiden nomor 6 tahun 2015. Presiden membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Badan ini yang bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Hanya saja pada tahun 2019 diterbitkan Peraturan Presiden nomor 69 tahun 2019 tentang peleburan Badan Ekonomi Kreatif kedalam Kementerian Pariwisata. Atas peleburan tersebut, maka pembinaan dan pengembangan UMKM terpusat pada Kementerian Koperasi dan UKM disamping beberapa kementerian yang juga ada bidang khusus yang menengani UMKM.

Perhatian Pemerintah Daerah terhadap pengembangan UMKM, baik Pemerintah Provinsi maupun Pemerintah Kabupaten sangat besar, ditandai dengan adanya bidang khusus pada setiap Dinas yang

bergerak pada sektor pembinaan dan pengembangan pelaku usaha. Dengan demikian para pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya secara mandiri atau dengan memanfaatkan fasilitas program pemerintah yang ada pada setiap Dinas. Ada beberapa faktor yang menentukan tingkat perkembangan UMKM diantaranya adalah sumber daya manusia yang mengelola usaha, aspek kelembagaan usaha terkait struktur organisasi, perijinan, aspek Produksi, aspek pemasaran dan aspek pembiayaan atau permodalan. Dari observasi penulis, kelima aspek tersebut diatas menjadi tantangan dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Mamuju.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dideskripsikan diatas, penulis akan merumuskan beberapa pokok masalah. Pokok permasalahan tersebut yaitu:

1. Bagaimanakah Pertumbuhan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Mamuju?
2. Bagaimanakah Perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Mamuju?

1.3. Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menjawab pertanyaan dari pokok masalah yang telah disebutkan di atas adalah:

1. Pemerintah, selaku Pembina pelaku usaha, dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu referensi untuk menyusun strategi dalam rangka pembinaan dan pengembangan pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif.
2. Peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang pengembangan UMKM di Kabupaten Mamuju.
3. Pelaku UMKM, dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan asset dan omzet usaha mereka.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pembangunan Ekonomi

Pembangunan adalah tahapan yang dilakukan untuk dapat meningkatkan kualitas hidup dan keahlian umat manusia agar adanya peningkatan standar kehidupan, martabat diri dan kebebasan antar pribadi (Todaro, 2011:6). Selanjutnya beliau menyatakan, “terdapat tiga nilai inti dari adanya proses pembangunan yaitu Tercukupi (*sustenance*), martabat diri (*self esteem*) dan kemandirian (*freedom*) yang mewakili tujuan umum diupayakan pencapaiannya terhadap individu dan komunitas“. Kecukupan adalah terpenuhinya segala bentuk kebutuhan baik dari segi kebutuhan sandang, papan dan pangan. Harga diri adalah perasaan yang dirasakan oleh seseorang ketika terjadi sesuatu yang berhubungan dengan apa yang tidak disenangi. Kebebasan adalah hak atau kemampuan yang dilakukan oleh seseorang dalam mencapai keinginannya.

Menurut Todaro (2011:27) terdapat beberapa tujuan dalam melakukan pembangunan antara lain:

1. Meningkatkan ketersediaan dan perluasan pemasaran hasil produksi produk sesuai kebutuhan individu dan kelompok berdasarkan sandang, papan dan pangan.
2. Meningkatkan Standar hidup individu dan masyarakat yang berupa peningkatan pendapatan, ketersediaan lapangan kerja, pendidikan yang lebih baik dan adanya perhatian lebih terhadap nilai budaya dalam peningkatan taraf hidup manusia.
3. Penyebaran ekonomi dan sosial terdapat bagi individu dan masyarakat baik secara keseluruhan agar mendapatkan kebebasan dan terhindar dari perasaan bergantung kepada orang dan Negara-negara lain dan juga jauh dari berbagai faktor yang menyebabkan adanya pembodohan dan ketidakadilan yang dirasakan.

2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Agar dapat memahami gambaran umum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), maka ada beberapa yang perlu diketahui tentang UMKM.

1. Definisi dan Karakteristik UMKM.

Pemerintah memberikan perhatian lebih pada UMKM, sehingga beberapa kementerian dan BPS memberikan pengertian sendiri tentang UMKM. Oleh karena itu, untuk menyatukan persepsi maka

pemerintah menerbitkan peraturan nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Adapun definisi UMKM menurut UU tersebut pada peraturan 1 pasal 1 adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang.
- b. usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dari usaha Menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha Kecil sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang,
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang 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.
- d. Usaha Besar adalah Usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, atau usaha asing yang melakukan kegiatan usaha di Indonesia.

Selain definisi UMKM berdasarkan UU No. 20 tahun 2008, Rahmana dalam Wijaya (2018:10) mengelompokkan UMKM dalam empat kriteria, antara lain sebagai berikut:

- a. *Livelihood activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, misalnya pedagang kaki lima (PKL)
- b. *Micro enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small dynamic enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki jiwa kewirausahaan.
- d. *Fast moving enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

Tolakukur lain bisa membedakan jenis UMKM adalah berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Menurut Bank Dunia dalam Wijaya (2018) mengelompokkan dalam tiga jenis antara lain:

- a. Jumlah karyawan usaha skala sedang yaitu sejumlah 10 karyawan
- b. Jumlah karyawan usaha kecil yaitu sejumlah 30 karyawan
- c. jumlah karyawan menengah yaitu mencapai 300 karyawan

Selain apa yang dikemukakan oleh Bank Dunia tentang klasifikasi UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja, maka Anderson dalam Wijaya (2018) juga mengklasifikasi lebih rinci tentang ukuran UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6, bahwa kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut; memiliki kekayaan bersih paling banyak 50.000.000 rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300.000.000 rupiah.
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut; memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000 rupiah sampai dengan paling banyak 500.000.000 rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000 rupiah sampai dengan paling banyak 2.500.000.000 rupiah.
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut; memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000 rupiah atau paling banyak 10.000.000.000 rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000 rupiah sampai dengan paling banyak 50.000.000.000 rupiah.

Kriteria UMKM menurut UU No 20 tahun 2008 dinyatakan tidak berlaku lagi dengan disahkannya UU No 11 tahun 2020 tentang Cipta lapangan kerja. Pada bagian tiga pasal 85 dinyatakan bahwa kriteria UMKM dinilai modal usaha, omzet, indikator hasil kekayaan bersih, hasil penjualan tahunan atau nilai investasi, insentif dan dis insentif, penerapan teknologi ramah lingkungan, kandungan lokal atau jumlah tenaga kerja sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha. Selanjutnya

dijelaskan bahwa kriteria tentang UMKM diatur dengan Peraturan Pemerintah (PP). inilah yang mendasari lahirnya PP No.7 tahun 2021.

2.4 Ekonomi Kreatif.

1. Pengertian Ekonomi Kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang berpa pada era ekonomi baru yang mengintensifkan beberapa informasi dan kreativitas dengan mengedepankan ide pokok dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang paling penting dalam pengelolaan UMKM. Konsep ini juga didukung oleh beberapa keberadaan industri kreatif yang merealisasikannya atau yang telah menerapkannya.

Selain pengertian diatas, ada bebepa pengertian ekonomi kreatif berdasarkan pendapat para ahli, sebagai berikut:

- a. Menurut *Institute For Development Economy and Finance*. *Ekonomi kreatif* yaitu salah satu proses peningkatan nilai tambah hasil dari eksplorasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu menjadi suatu produk yang memiliki value atau dapat untuk di perjual-belikan.
- b. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Ekonomi kreatif* yaitu sebuah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu masing-masing.
- c. Menurut Simatupang. *Ekonomi kreatif* ialah suatu industri yang berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni, film, permainan atau desain fashion, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan.
- d. Menurut Howkins. *Ekonomi kreatif* ini terdiri dari periklanan, arsitektur, karya seni, karya kerajinan, desain, fashion, film, karya musik, seni pertunjukkan, penerbitan hak cipta, penelitian dan pengembangan, perangkat lunak, mainan dan permainan, audio visual seperti televisi dan radio, dan permainan video.
- e. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia. *Ekonomi kreatif* adalah beberapa upaya yang dilakukan oleh instansi dalam mewujudkan pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui dari berbagai kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan juga memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.
- f. Menurut *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*. Dimana Pengertian dari ekonomi kreatif yaitu sebagai konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan pada aset kreatif yang berpotensi untuk menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi agar mencapai tujuannya.

2. Jenis-Jenis Ekonomi Kreatif

Menurut Kementerian Perdagangan (2010:2), ada 14 jenis yang masuk dalam kelompok ekonomi kreatif, adalah sebagai berikut:

a. Iklan (Periklanan)

Iklan merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan layanan iklan (komunikasi satu arah menggunakan media tertentu), termasuk proses pembuatan karya, serta produksi dan distribusi iklan yang dihasilkan. Misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi bahan iklan, promosi hubungan masyarakat kampanye, menampilkan iklan di media cetak seperti melalui surat kabar, majalah kemudian melalui media lain misalnya elektronik seperti televisi dan radio, pemasangan berbagai poster dan gambar, distribusi selebaran, pamflet, surat edaran, brosur dan iklan serupa lainnya, distribusi dan pengiriman bahan atau sampel iklan.

b. Arsitektur

Kegiatan kreatif terkait dengan jasa dalam membuat desain bangunan, perencanaan biaya, konstruksi, konservasi bangunan cagar budaya, pengawasan konstruksi keseluruhan dari tingkat makro (perencanaan kota, desain perkotaan, arsitektur lansekap) hingga tingkat mikro (detail konstruksi, misalnya; arsitektur taman dan desain pedalaman).

c. Pasar Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang otentik, unik dan langka dan memiliki nilai estetika artistik yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, supermarket, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, mobil, film dokumenter indie, seni rupa dan melukis.

d. Kerajinan

Kegiatan kreatif terkait dengan penciptaan, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan diproduksi oleh pengrajin mulai dari desain awal hingga proses penyelesaian produk yang memiliki nilai jual.

Contoh kerajinan tangan yang terbuat dari batu permata, serat alami atau buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

e. Desain

Aktivitas kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas korporat dan layanan riset pemasaran, serta produksi pengemasan dan layanan pengemasan.

f. Mode

Kegiatan kreatif terkait dengan penciptaan desain pakaian, desain alas kaki dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian dan aksesoris mode, konsultasi klini produk fashion, dan distribusi produk fashion lainnya.

g. PerFilman, video, dan fotografi

Kegiatan kreatif terkait dengan penciptaan produksi video, layanan film dan fotografi, dan distribusi rekaman video dan film, Ini termasuk penulisan skrip, sulih suara film, sinematografi, sinetron dan pameran film .

h. Game interaktif

Kegiatan kreatif terkait dengan penciptaan, produksi, dan distribusi komputer dan video game yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan pendidikan. Subsektor game interaktif sebagai hiburan belaka tetapi juga sebagai alat bantu dalam proses pembelajaran atau pendidikan.

i. Industri Musik

Kegiatan kreatif terkait dengan penciptaan / komposisi, kinerja dalam proses reproduksi, dan distribusi rekaman suara atau lagu.

j. Seni Drama

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan upaya pengembangan konten, produksi pertunjukan (misalnya seperti. Pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan fashion show, desain panggung dan prosedur pencahayaan.

k. Penerbitan dan pencetakan

Kegiatan kreatif terkait penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, surat kabar, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pengkaji berita atau yang biasa disebut dengan reporter. Sub-sektor ini juga mencakup penerbitan perangko, bahan, uang kertas, cek kosong, giro, saham, obligasi, surat berharga lainnya seperti paspor, tiket pesawat, dan masalah khusus lainnya.

l. Layanan Komputer dan Perangkat Lunak (Aplikasi)

Aktivitas kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk layanan komputer, pemrosesan data, pengembangan database, pengembangan perangkat lunak, integrasi sistem, desain serta analisis sistem, desain arsitektur perangkat lunak, desain infrastruktur perangkat lunak dan perangkat keras, dan desain portal termasuk pemeliharaan.

m. Penyiaran (reporter) Radio dan televisi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penciptaan, produksi dan bisnis pengemasan, program televisi (seperti game, kuis, reality show, infotainment), Penyiaran, dan transmisi konten program televisi dan radio, termasuk kegiatan stasiun relay dan siaran radio televisi.

n. Penelitian dan Pengembangan (Litbang)

Kegiatan kreatif terkait dengan bisnis inovatif yang menawarkan penemuan sains dan teknologi serta penerapan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan produk dan penciptaan produk baru. Selain itu, juga meliputi Proses baru, bahan baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar termasuk yang terkait dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa dan sastra, serta layanan konsultasi bisnis dan manajemen.

2.5 Peranan Pemerintah Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pengembangan ekonomi kreatif tidak akan bisa sukses jika dikerjakan sektoral saja, Oleh karena itu pemerintah melaksanakan konvensi di *Jakarta Konvention Centre* (JCC) pada tanggal 4-8 Juni 2008 dan menghasilkan beberapa kesepakatan bersama, terutama peran masing-masing kementerian dan pemerintah daerah (Kementerian Perdagangan 2010:10), antara lain:

1. Menko Bidang Perekonomian/Kesra: Koordinasi
2. Bappenas: Perencanaan.
3. Deperind: industri Kerajinan, komputer, mainan, *musical instrument*, desain industri
4. Kominfo: infrastruktur IT, konten piranti lunak, konten industri berbasis IT, periklanan
5. Budpar: film, musik, performing arts
6. Ristek: penelitian dan pengembangan, inovasi
7. Depdag: Pemahaman trend pasar, komersialisasi/pemasaran (desain, *packaging, branding*), jasa-jasa berpotensi daya saing dan ekspor, promosi dan kerjasama internasional di bidang ekonomi
8. Diknas: kurikulum yang berbasis kompetensi dan kreativitas dan yang menciptakan mindset kreatif, insentif untuk dunia akademik
9. UKM dan Koperasi: Pemberdayaan UKM di Industri Kreatif
10. Depdagri/Pemda: identifikasi daerah berpotensi, Seperti Bandung, Yogya, Jateng, Bali
11. Kehutanan, Pertanian, DKP, ESDM: bahan baku, keberlanjutan
12. Keuangan: struktur insentif dan model pembiayaan
13. Deplu: Koordinasi Kerjasama Internasional, promosi
14. Pemerintah Daerah: memahami pentingnya ekonomi kreatif, identifikasi potensi daerahnya, membangun sentra dan cluster

Menurut Poewadarmita dalam Hardiansyah (2011:10), menjelaskan secara etimologis, pelayanan berasal dari kata *layan* berarti membantu menyiapkan atau mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, kemudian pelayanan dapat diartikan sebagai perihal atau cara melayani, *service* atau jasa, sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Menurut Rusydi (2017:13), Pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang atau orang lain, terhadap kita yang membentuk suatu keterikatan hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Menurut Barata (2011:30), Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan bentuk interaksi atau aktifitas secara langsung untuk menyiapkan, dan membantu serta mengurus apa yang diperlukan orang lain.

2.6 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2016:194), keputusan pembelian adalah bagian dari konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.. Menurut Buchari Alma (2016:96), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, proses*.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian dilakukan di Bank Muamalat Cabang Mamuju yang beralamat di Jln. Urip Sumuharjo No.53, Karema, Kec. Mamuju, Kab. Mamuju Sulawesi Barat. Alasan utama

memilih lokasi penelitian ini adalah peneliti merasa tergugah hatinya untuk lebih mendalami fenomena tersebut melalui sebuah peneliti. Waktu penelitian dari bulan Maret sampai dengan Juni 2022.

3.2 Jenis dan sumber data

Penelitian ini menggunakan jenis dan data yang bersumber dari data Kualitatif dan Data Kuantitatif dalam penelitian yaitu :

- a. Data Kualitatif merupakan suatu data yang menjelaskan beberapa indikator mengenai gambaran atau penjelasan terhadap suatu keistimewaan dalam memahami peristiwa yang ada dari pengaruh sosial yang mungkin tidak dapat dijelaskan secara bertahap namun dapat digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.
- b. Data Kuantitatif, merupakan gambaran mengenai suatu data yang dapat dikumpulkan melalui analisis maupun dari beberapa proses misalnya angka, video atau audio yang dapat dipergunakan dalam proses pengambilan data Kuantitatif untuk jumlah UMKM dan perkembangan usaha UMKM.

Pengumpulan Data.

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer dan data skunder, Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan Dinas Koperasi, UKM Kabupaten Mamuju 1 orang, pemerhati UMKM 1 orang dan pelaku UMKM 10 orang yang dibantu dengan daftar pertanyaan (*questionnaire*) sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Koperasi dengan UKM Kabupaten Mamuju mengenai dokumen-dokumen tentang jumlah pelaku UMKM dan perkembangan UMKM.

3.3 Metode Analisis

Sugiono (2012:91), Mengemukakan bahwa metode dalam analisis perlu adanya hubungan komunikasi secara langsung sesuai dengan pertanyaan apa yang di inginkan dalam hasil data yang diperoleh dalam masa waktu tertentu pada saat pengambilan data, jika belum sesuai maka akan dilakukan wawancara kembali dengan pertanyaan yang sesuai dengan apa yang di inginkan, sampai diperoleh data yang dianggap benar atau dapat dipercaya kebenarannya.

Sugiono (2012:91) Mengemukakan bahwa ada beberapa langkah untuk melihat data kualitatif yaitu sebagai berikut :

1. Pengambilan data penelitian tidak dapat dipengaruhi oleh pendapat atau pandangan pribadi harus sesuai pada hasil yang ada dilapangan melalui pertanyaan dalam questionnaire maupun pengamatan secara langsung melalui pencatatan atau dokumentasi.
2. Reduksi data merupakan Penyederhanaan atau penggolongan data tersebut dapat menghasilkan informasi secara rinci dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan, adapun banyaknya jumlah data yang diperoleh dilapangan tetap akan di analisis sesuai dengan data yang diinginkan.
3. Penyajian atau pengolahan hasil yang telah dilakukan reduksi akan dianalisis dengan tujuan yang diinginkan sesuai dengan data kualitatif, dengan melihat kesesuaian data yang diperoleh dari lapangan.
4. Menurut Miles and Huberman merupakan proposisi atau verifikasi dalam memahami dan menganalisis hasil yang diperoleh dalam penelitian untuk dapat ditarik kesimpulan apabila ditemukan bukti-bukti yang kuat, yang dapat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.4 Uji Keabsahan

Analisis keabsahan merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui uji kredibilitas. Menurut Sugiono (2012:121) bahwa “uji kredibilitas merupakan cara untuk mengetahui hasil penelitian kualitatif dengan melihat atau percaya terhadap hasil yang diperoleh dengan melihat metode pengumpulan data melalui wawancara maupun mengamati secara langsung. adapun jenis pendekatan yang dilakukan dalam pengolahan data kualitatif yaitu :

1. Triangulasi merupakan cara pendekatan dalam pengolahan data yang dapat dibandingkan hasil yang diperoleh terhadap objek penelitian melalui uji kredibilitas sehingga dapat disimpulkan hasil yang diinginkan.

2. Teknik pengolahan data kualitatif ini merupakan teknik triangulasi sebagai pemeriksaan data terhadap perbandingan hasil yang diperoleh melalui pengujian kredibilitas data untuk memastikan hasil penelitian benar adanya.
3. Teknik pendekatan atau triangulasi untuk melakukan pengambilan data secara langsung melalui wawancara dalam waktu tertentu sesuai dengan data yang diperoleh dari narasumber, jika hasilnya berbeda maka harus dilakukan secara berulang hingga menemukan kepastian kebenaran datanya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

UU No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan menengah termuat dalam UU N0.11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Penjelasan UU Cipta Kerja tentang UMKM termuat dalam PP N0,7 tahun 2021 tentang klasifikasi UMKM. Ada perubahan mendasar tentang ukuran UMKM berdasarkan kedua UU tersebut, dapat dibandingkan perubahan klasifikasi sebagai berikut:

Tabel.11.
Perbandingan Klasifikasi UMKM DI Kabupaten Mamuju pada Tahun,2021

Klasifikasi Usaha	UU No.20 tahun 2008	PP No. 7 tahun 2021
Mikro	0 – 50 Juta Rupiah	0 – 1 miliar Rp
Kecil	50 – 500 Juta Rupiah	1 – 5 Miliar Rp
Menengah	500 Juta – 10 Miliar Rupiah	5 – 10 Miliar Rp

Sumber: Data sekunder diolah,2022

Perubahan klasifikasi dengan ukuran asset selain tanah dan bangunan pada tabel 11 menunjukkan bahwa usaha mikro begitu jauh perubahan dari standar paling banyak modal usaha 50 juta Rupiah pada UU No.20 tahun 2008 menjadi asset terbanyak pada usaha mikro menurut PP No. 7 tahun 2021. Sama halnya dengan ukuran usaha Kecil berdasarkan UU No..20 tahun 2008, asset paling banyak 500 Juta Rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha berubah menjadi asset paling banyak 5 miliar rupiah. Selanjutnya usaha Menengah berdasarkan UU No. 20 tahun 2008 dengan asset paling banyak 10 Miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, sama dengan ukuran pada PP No.7 tahun 2021.

Adapun penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai terjadinya peningkatan jumlah pelaku usaha baru termasuk pelaku usaha ekonomi kreatif. Hanya saja perhatian pemerintah daerah Kabupaten Mamuju khususnya mendata pelaku usaha ekonomi kreatif. Belum ada data yang menjelaskan jumlah dan jenis usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Mamuju. Berbeda halnya dengan perhatian pemerintah pusat yang memberikan perhatian khusus pada pelaku ekonomi kreatif yang dibuktikan dengan adanya menteri yang menangani khusus ekonomi kreatif yakni menteri Pariwisata dan ekonomi kreatif.Saat melakukan penelitian sebagaimana informasi dari informan yang mewakili pemerintah yakni sekretaris Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian Kabupaten Mamuju menyatakan bahwa belum ada perda yang mengatur khusus tentang ekonomi kreatif.

Pada penelitian terdahulu tentang ekonomi kreatif, sebagaimana yang diteliti oleh Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati pada tahun 2017 di Kota Malang menunjukkan bahwa perhatian pemerintah dan swasta bersinergi dalam pengembangan ekonomi kreatif. Hasil penelitian yang penulis lakukan ada kemiripan hanya saja di Kabupaten Mamuju belum mengeluarkan regulasi khusus tentang ekonomi kreatif.Begitu banyak anggaran yang dikeluarkan pemerintah pusat untuk pembinaan pengembangan usaha UMKM yang tersebar pada beberapa kementerian tetapi respon pemerintah daerah tidak segencar perhatian pemerintah pusat.alasannya adalah keterbatasan anggaran.

Pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Mamuju pertumbuhannya sangat pesat hanya saja masih banyak kendala yang ditemukan yakni sumber daya manusia yang masih perlu dilatih, permodalan yang kurang. Hampir sama dengan hasil penelitian sebelumnya pada umumnya terkendala pada permodalan sebagaimana penelitaian yang dilakukan Tajuddin Nur di kota Palopo pada tahu 2019. Hanya saja para pelaku usaha umumnya mengeluh kekurangan modal usaha padahal terkendala kemampuanpada SDM untuk mengatur kegiatan Produksi, Pemasaran dan administrasi keuangan.

V. PENUUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Pertumbuhan UMKM secara umum di Kabupaten Mamuju baik, hal ini dibuktikan bahwa pertumbuhan yang terjadi dari tahun 2019 senilai 5,1, pada tahun 2020 senilai 14,3 dan tahun 2021 senilai 9,4. Hanya saja data tentang pertumbuhan UMKM berbasis ekonomi kreatif tidak tersedia baik jumlah maupun jenis usahanya sehingga sehingga tidak diketahui tingkat pertumbuhannya setiap tahun.
2. Perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif baik, berdasarkan hasil wawancara kepada informan yang mewakili pemerintah, pemerhati UMKM dan pelaku usaha ekonomi kreatif menunjukkan bahwa usaha perkembangan usaha cukup baik, walaupun sempat mengalami penurunan omset pada awal Covid 19 tetapi sudah normal saat ini, bahkan omset pelaku usaha ekonomi kreatif semakin meningkat sejalan dengan adanya berbagai pelatihan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah, kemudahan mendapatkan ijin usaha, kemudahan mendapatkan kredit murah promosi dan penjualan di media sosial sangat mendukung dalam pengembangan usaha.

5.2. Saran

1. Sebaiknya pemerintah Kabupaten Mamuju membuat beberapa Peraturan yang terkait dengan ekonomi kreatif, sehingga Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang menangani ekonomi kreatif menyediakan data dan jenis usaha yang ada di Kabupaten Mamuju.
2. Diharapkan pada pelaku usaha ekonomi kreatif aktif mencari informasi terkait program pemerintah, khususnya tentang pembinaan ekonomi kreatif untuk pengembangan usaha.
3. Diharapkan para konsumen agar sebaiknya membeli produk yang diproduksi oleh pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Mamuju. Ekonomi kreatif berkembang di Kabupaten Mamuju akan mensukseskan program Mamuju Keren.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda.2017. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang*.Jurnal Ilmu Ekonomi Vol X Jilid X/Tahun Hal.120 – 142) Universitas Muhammadiyah Malang.
- Conway. 2011. *50 Gagasan Ekonomi yang Perlu Anda Ketahui*. Jakarta: Erlangga
- Danuar.2013. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*. DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS Volume 2, Nomor 4, Tahun 2013, Halaman 1-13 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme> ISSN (Online): 2337-3814.
- Jhingan M. L. 2014. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kementerian Perdagangan RI. 2010. *Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025*.Glocalmedia.book.files.wordpress.com diunduh tanggal 15 November 2020.
- Lumintang.2019. *Analisis Dampak Kebijakan Penyaluran Kredit Kepada UMKM Terhadap Pertumbuhan Kredit Di Provinsi Sulawesi Utara*.Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah Vol.20 No.02.
- Murdiana. 2019. *Pengaruh Pembiayaan Ultra Mikro dan Pendampingan terhadap peningkatan pendapatan Pelaku UMKM di Kabupaten Mamuju*.Skripsi.STIE Muhammadiyah Mamuju.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia Indonesia

- Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015, *tentang Badan Ekonomi Kreatif*
Peraturan Presiden Nomor 69 tahun 2019, *tentang Peleburan Badan Ekonomi Kreatif*
Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
Sartika. 2013. *Ekonomi Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
Tajuddin. 2019. *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo*. DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines Vol. 2.
Tim Penyusun STIE-MM, 2015. *Panduan Penulisan Proposal Penelitian dan Skripsi*. LP3M STIE Muhammadiyah Mamuju.
Todaro, Michael P. 2011. *Pembangunan Ekonomi 1*. Jakarta: Erlangga
Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, *tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*
Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020, *tentang Cipta Kerja*
Wijaya. 2018. *Akuntansi UMKM*. Yogyakarta: Gava Media