

TESIS

**ANALISIS STRATEGI EKISTENSI PELAKU EKONOMI
KREATIF DALAM MENINGKATKAN *INCOME SOCIETY***

WILAYAH SIRKUIT MANDALIKA

(Desa Kuta, Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)

Oleh

Muhammad Zainudin

Nim : 220504210001



PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK

IBRAHIM MALANG

2024

TESIS
ANALISIS STRATEGI EKSISTENSI PELAKU EKONOMI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN *INCOME SOCIETY* WILAYAH SIRKUIT
MANDALIKA
(Desa Kuta, Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)

Diajukan Kepada
Paksa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Program Magister Ekonomi Syariah



Oleh
Muhammad Zainudin
Nim : 220504210001

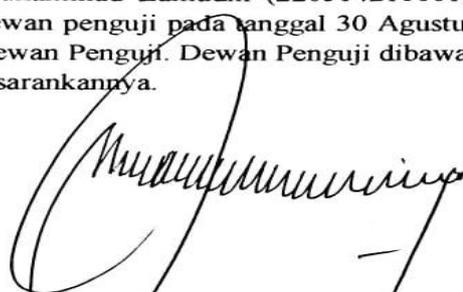
Pembimbing I
Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S. Ag., M. Si

Pembimbing II
Dr. Ir. H. Masyhuri, MP

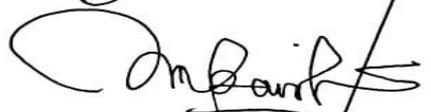
PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2024

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul “ANALISIS STRATEGI EKSISTENSI PELAKU EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN *INCOME SOCIETY* WILAYAH SIRKUIT MANDALIKA (Desa Kuta, Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)” yang disusun oleh Muhammad Zainudin (220504210001) ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 30 Agustus 2024, dan telah diperbaiki sebagaimana saran-saran Dewan Penguji. Dewan Penguji dibawah ini telah memeriksa perbaikan-perbaikan yang telah disarankannya.


Prof. Dr. H. Salim Al Idrus, MM.,M.Ag
NIP : 196201151998031001

Penguji Utama


Dr. Vivin Maharani Ekowati, MS.i
NIP : 19750426201608012042

Ketua Penguji


Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S. Ag. M.Si
NIP : 196702271998032001

Pembimbing I


Dr. Ir. H. Masyhuri, M.P
NIP : 1890200024

Pembimbing II

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana

H. Wahidmurni, M.Pd.
NIP. 19690303 200003 1 002



LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS

Tesis yang berjudul “Analisis Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Di Wilayah Sirkuit Mandalika (Studi Di Desa Kuta, Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)” telah diperiksa dan disetujui untuk diuji:

Malang, ~~06~~ Juni 2024

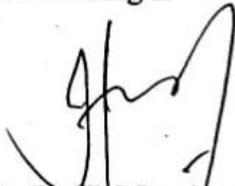
Pembimbing I



Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S. Ag. M. Si

NIP. 196702271998032001

Pembimbing II



Dr. Ir. H. Masyhuri, MP

NIP. 1890200024

Mengetahui

Ketua Program Studi



Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.

NIP. 197511091999031003

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zainudin

Nim : 220504210001

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : **“Analisis Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Di Wilayah Sirkuit Mandalika (Studi Di Desa Kuta, Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)”**

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa hasil Tesis secara keseluruhan merupakan karya penelitian sendiri kecuali yang tertulis atau dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber rujukan dan daftar rujukan melalui daftar pustaka.

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Malang, 5 juli 2024

Hormat Saya



Muhammad Zainudin

Nim: 220504210001

MOTTO

*Jika Kamu Tidak Mengikuti Apa Yang Ada Dalam Hatimu, Kamu
Akan Berakhir Mengabiskan Sisa Waktumu Dengan Berharap
Pada Yang Sudah Jerlewat.*

ABSTRAK

Zainudin, Muhammad. 2024. *Analisis Strategi Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Income Society Wilayah Sirkuit Mandalika (Desa Kuta, Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)*. Tesis. Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing : (1) H. Umrotul Khasanah, S.Ag, M.Si. (2). Dr. Ir. H. Masyhuri, MP

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, *Income Society*, Wilayah Sirkuit Mandalika

Pada peraturan Undang-undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Pertumbuhan ekonomi kreatif merupakan faktor penting dalam mendorong pembangunan berkelanjutan di suatu wilayah. Wilayah Sirkuit Mandalika, yang terletak di Desa Kuta Kabupaten Lombok Tengah, Indonesia, telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Wilayah Sirkuit Mandalika di Desa Kuta merupakan proyek pengembangan infrastruktur yang bertujuan untuk mendukung sektor pariwisata dan olahraga di wilayah tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *income society* dan strategi apa yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif Dalam meningkatkan *income society* di Wilayah Sirkuit Mandalika. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian kualitatif yang mengkaji konteks kehidupan yang nyata, baik terdiri dari satu ataupun beberapa kasus yang kontemporer dari waktu ke waktu. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan mengecek keabsahan data melalui metode triangulasi. Fokus penelitian ini yaitu eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkat *income society*, dengan mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan strategi. Analisis data yang dilakukan adalah Matrik IFE, EFE, matrik SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi pelaku ekonomi kreatif wilayah Sirkuit Mandalika mengalami peningkatan dari segi pendapatan masyarakat, didukung dari ketersediaan lapangan pekerjaan, meningkatnya kesejahteraan masyarakat, dan lingkungan tertata rapi. Dilihat dari faktor internal bahwa sumber daya manusia (SDM), pemasaran, produksi dapat menentukan keberhasilan pelaku ekonomi kreatif. Sedangkan dari faktor eksternal yaitu faktor ekonomi, sosial dan budaya, kekuatan teknologi. Adapun strategi pelaku ekonomi kreatif masih menggunakan cara tradisional, ketergantungan pada fisik, nilai kejujuran dalam usaha. Hal ini terbukti dapat menarik konsumen lokal bahkan mancanegara.

ABSTRACT

Zainudin, Muhammad. 2024. Analysis Strategy of the Existence of Creative Economy Actors in Increasing Community Income in the Mandalika Circuit Area (Kuta Village, Pujut District, Central Lombok Regency). Thesis. Postgraduate Sharia Economics Study Program, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor: (1) H. Umrotul Khasanah, S.Ag, M.Si. (2). Dr. Ir. H. Masyhuri, MP

Keywords: Creative Economy, Income Society, Mandalika Circuit Area

The regulations of Law Number 24 of 2019 concerning the Creative Economy aim to optimize the creativity of human resources based on cultural heritage, science and/or technology. Creative economic growth is an important factor in encouraging sustainable development in a region. The Mandalika Circuit area, located in Kuta Village, Central Lombok Regency, Indonesia, has experienced rapid development in recent years. The Mandalika Circuit area in Kuta Village is an infrastructure development project which aims to support the tourism and sports sectors in the area.

This research aims to determine the existence of creative economy actors in increasing society's income and what strategies creative economy actors use to increase society's income in the Mandalika Circuit Region. This research uses a qualitative research method with a case study approach. Case studies are qualitative research that examine real life contexts, either consisting of one or several contemporary cases over time. The data collection techniques used in this research are observation, interviews and documentation by checking the validity of the data through the triangulation method. The focus of this research is the existence of creative economic actors in increasing society's income, by identifying strategic success factors. The data analysis carried out was the IFE, EFE, SWOT.

The research results show that the existence of creative economy actors in the Mandalika Circuit area since the existence of the Mandalika Circuit area has seen an increase in income, both in terms of the availability of jobs, increased income and a neatly organized environment. Judging from internal factors, human resources (HR), marketing and production can determine the success of creative economy actors. Meanwhile, external factors are economic, social and cultural factors, technological strength. The strategies of creative economy actors still use traditional methods, dependence on physical, honest values in business. This has been proven to attract local and even foreign consumers.

امللخص

زين الدين، محمد. 2024. تحليل وجود الجهات الفاعلة في الاقتصاد الإبداعي في زيادة دخل المجتمع في منطقة دائرة مانداليكا (دراسة في قرية كوتا، منطقة بوجوت، مقاطعة لومبوك الوسطى). أطروحة. برنامج الدراسات العليا في الاقتصاد الشرعي، جامعة دكتور. إير. ح. (2). S.Ag، M.Si، مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: (1) ح. عمرو الحصانة ماسيهوري، النائب

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الإبداعي، مجتمع الدخل، منطقة حلبة مانداليكا

تهدف اللوائح الواردة في القانون رقم 24 لسنة 2019 بشأن الاقتصاد الإبداعي إلى تحسين إبداع الموارد البشرية بناءً على التراث الثقافي و/أو العلوم و/أو التكنولوجيا. يعد النمو الاقتصادي الخلاق عاملاً مهمًا في تشجيع التنمية المستدامة في المنطقة. شهدت منطقة حلبة مانداليكا، الواقعة في قرية كوتا، مقاطعة لومبوك الوسطى، إندونيسيا، تطورًا سريعًا في السنوات الأخيرة. منطقة حلبة مانداليكا في قرية كوتا هي مشروع لتطوير البنية التحتية يهدف إلى دعم قطاعي السياحة والرياضة في المنطقة.

يهدف هذا البحث إلى تحديد وجود جهات فاعلة في الاقتصاد الإبداعي في زيادة دخل المجتمع وما هي الاستراتيجيات التي يستخدمها الفاعلون في الاقتصاد الإبداعي لزيادة دخل المجتمع في منطقة دائرة مانداليكا. يستخدم هذا البحث طريقة البحث النوعي مع منهج دراسة الحالة. دراسات الحالة هي أبحاث نوعية تدرس سياقات الحياة الحقيقية، وتتكون إما من حالة واحدة أو عدة حالات معاصرة مع مرور الوقت. تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق عن طريق التحقق من صحة البيانات من خلال طريقة التثليث. محور هذا البحث هو وجود فاعلين اقتصاديين مبدعين في زيادة دخل EFE و IFE المجتمع، من خلال تحديد عوامل النجاح الاستراتيجية. كان تحليل البيانات الذي تم إجراؤه هو مصفوفات SWOT.

تظهر نتائج البحث أن وجود الجهات الفاعلة في الاقتصاد الإبداعي في منطقة حلبة مانداليكا منذ وجود منطقة حلبة مانداليكا شهد زيادة في الدخل، سواء من حيث توفر الوظائف وزيادة الدخل والبيئة المنظمة بشكل أبقى. انطلاقًا من العوامل الداخلية، يمكن للموارد البشرية والتسويق والإنتاج تحديد مدى نجاح الجهات الفاعلة في الاقتصاد الإبداعي. وفي الوقت نفسه، العوامل الخارجية هي العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والقوة التكنولوجية. لا تزال استراتيجية الجهات الفاعلة في الاقتصاد الإبداعي تستخدم الأساليب التقليدية، وتعتمد على القيم المادية الصادقة في الأعمال التجارية. وقد ثبت أن هذا يجذب المستهلكين المحليين وحتى الأجانب.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul "**Analisis Strategi Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika (Desa Kuta Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)**".

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita. kekasih Allah Nabi besar Muhammad S.A.W yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, para sahabat nabi, tabi'in, ulama dan guru sampai Yaumul Akhir. Tesis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir kuliah pada Program Studi Pasca Ekonomi Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Tesis ini diajukan sebagai tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Magister Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Selama proses penulisan Tesis ini, penulis telah menerima dukungan dan bantuan yang tak terhitung dari berbagai pihak. Dan dengan tulus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kami dalam penulisan Tesis ini:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Bapak Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi S2 Ekonomi Syariah, dan Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si, Ph.D. selaku Sekretaris jurusan S2 Ekonomi Syariah.
4. Ibu. H. Umrotul Khasanah, S.Ag, M.Si. sebagai pembimbing I, dan Bapak Dr. Ir. H. Masyhuri sebagai Pembimbing II.
5. Seluruh bapak/ibu dosen Jurusan Magister Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibu (Juleha) dan Bapak (Aji Karim) yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moral spiritual.
7. Seluruh pemerintahan desa Kuta dan pelaku ekonomi kreatif yang telah merespon dengan baik.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan proposal tesis ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis dan seluruh pembaca di masa mendatang.

Batu, 5 juli 2024

Muhammmad Zainudin
Nim: 220504210001

PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan untuk :

1. Kepada orang tua tersayang Bapak H. Abdul Karim dan Ibu Juleha atas kasih sayang dan cinta dari doa dan perjuangannya pada saya sehingga sampai pada titik ini.
2. Teruntuk Istri tercinta Rosbianti yang selalu mendukung setiap langkah bahkan dibalik kesuksesan ini terdapat wanita hebat yang selalu memberikan *support* di belakangnya.
3. Kepada buah hati Nazihah Haurah Zain dan Najihah Amira Zain yang selalu memberikan semangat untuk terus maju dan berjuang.
4. Dan terakhir kepada syarifudin selaku kakak 1 yang telah memberikan support, motivasi di setiap tahap perjuangan ini, kakak 2 yaitu jasman selalu menguatkan secara tidak langsung melalui kebaikannya, dan terakhir untuk kakak 3 yang paling cantik Ratna Wati memberikan nasehat melalui lisan dan candaan yang seakan menghilangkan pesimis dalam diri.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
خالصت	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Mamfaat Penelitian	10
E. Penelitian Terdahulu atau Orisinalatas Penelitian.....	11
F. Difinisi Istilah.....	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Pelaku Ekonomi	
1. Pengertian Pelaku Ekonomi.....	22
2. Pelaku Ekonomi Perspektif Islam.....	23
3. Pelaku Ekonomi Perspektif Konvensional	25
B. Konsep Ekonomi kreatif	
1. Pengertian Ekonomi Kreatif	26
2. Konsep Ekonomi Kreatif	27
3. Mamfaat Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan Income Society	28
4. Ekonomi Kreatif Perspektif Islam	29
5. Ekonomi Kreatif Perspektif Konvensional.....	32
C. Konsep Pendapatan Masyarakat (<i>Income society</i>)	
1. Pengertian Pendapatan Masyarakat (<i>Income society</i>)	32
2. Pendapatan masyarakat (<i>Income Society</i>) persepektif Islam.....	34
3. Pendapatan masyarakat persepektif konvensional	35
D. Konsep Analisis SWOT	
1. Pengertian Analisis SWOT	36
2. Analisis SWOT perspektif Islam.....	39
E. Konsep Strategi	
1. Penegertian Strategi.....	40
2. Strategi perspektif Islam.....	44
3. Strategi Persepektif Konvensional.....	46
F. Karangka Berpikir.....	47

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	48
B. Kehadiran Peneliti.....	49
C. Latar Penelitian	50

D. Data Dan Sumber Data Peneltian.....	50
E. Tehnik Pengumpulan Data	52
F. Tehnik Analisis Data	55
G. Keabsahan Data.....	59

BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Lokasi Penelitian.....	60
2. Keadaan Geografis	61
3. Kondisi Geografis	62
4. Sumber Daya Manusia Desa Kuta	63
5. Keadaan pendidikan masyarakat Desa Kuta	63
6. Keadaan Budaya Desa Kuta	64
7. Penganut Agama Desa Kuta.....	66
8. Kawasan Ekonomi Khusus Pelaku Ekonomi Desa Kuta	66
B. Hasil Penelitian	
1. Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan <i>Income Society</i> Wilayah Sirkuit Mandalika	67
2. Strategi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan <i>Icome Society</i> Wilayah Sirkuit Mandalika	89

BAB V PEMBAHASAN

A. Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika Di Desa Kuta.....	94
1. Faktor internal dan eksternal yang menentukan keberhasilan pelaku ekonomi kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika	97
2. Analisis SWOT Pada pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>Income Society</i> Wilayah Sirkuit Mandalika	102
B. Strategi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan <i>Income Society</i> Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta	105
1. Pelaku ekonomi masih menggunakan cara Tradisional	105

2. Masyarakat masih mengandalkan fisik dalam menarik konsumen..106
3. Berlaku jujur dalam melakukan kegiatan ekonomi merupakan modal utama dalam dunia usaha 107

BAB VI PENUTUP

A. KESIMPULAN..... 110

B. SARAN..... 112

DAFTAR PUSTAKA..... 114

LAMPIRAN..... 123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu dan Orisanalitas Penelitian	11
Tabel 2.1 Diagram Matrik SWOT	38
Tabel 3.1 Data Informan	51
Tabel 3.2 Metode Observasi	52
Tabel 3.3 Metode Wawancara.....	53
Tabel 3.4 Metode Dokumentasi.....	54
Tabel 3.5 Matriks Evaluation Factor Internal (IFE)	57
Tabel 3.6 Matriks Evaluation Factor Eksternal (EFE)	58
Tabel 3.7 Matriks SWOT	58
Tabel 4.1 Prasarana Pendidikan Desa Kuta	64
Tabel 4.2 Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Kuta.....	64
Tabel 4.2 Matriks SWOT Pelaku Ekonomi Kreatif Desa Kuta	83
Tabel 5.1 Matriks Evaluation Factor Internal (IFE)	99
Tabel 5.2 Matriks Evaluation Factor Eksternal (EFE)	101
Tabel 5.3 Matrik SWOT Ekonomi Kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan Ke NTB 5 Tahun Terakhir 2018-2022... 3
Gambar 1.2 Pertumbuhan PDRB Kabupaten Lombok Tengah 2023 4
Gambar 2.1 Karangka Berpikir 47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 1.2 Surat Rekomendasi Penelitian KESBANGPOL Loteng

Lampiran 1.3 Dokumentasi Lapangan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pembangunan ekonomi menjadi salah satu isu sosial yang menarik perhatian bagi para akademisi, terutama dalam sektor ekonomi kreatif. Di Indonesia, ekonomi kreatif menjadi salah satu bagian yang diunggulkan. Untuk itu, ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor perekonomian yang penting bagi Indonesia. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dimulai dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden (INPRES) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Pada masa perkembangan dan pertumbuhan ekonomi, Indonesia dituntut untuk memanfaatkan peluang yang ada, salah satunya dengan pemberdayaan pelaku ekonomi kreatif dalam mewujudkan masyarakat sejahtera (Hasan et al., 2021).

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dimulai dari tahun 2006 dimana Presiden ke-5 mengintruksikan untuk pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesia *Design Power* oleh Departemen Indonesia untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pada tahun 2007 dilakukan peluncuran studi pemetaan kontribusi industri kreatif Indonesia 2007 pada Trade Expo Indonesia. Pada tahun 2008 dilakukan peluncuran cetak biru pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025 dan cetak biru pengembangan 14 subsektor industri kreatif Indonesia. Selain itu, dilakukan perancangan ekonomi

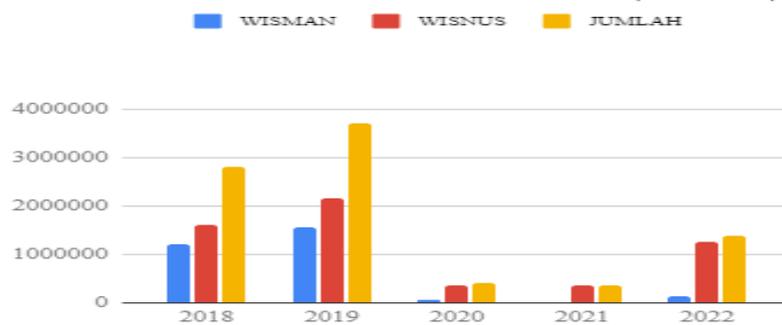
kreatif tahun 2009. Untuk mewujudkan ekonomi kreatif tahun 2009 diadakan pekan produk kreatif dan pameran ekonomi kreatif yang berlangsung tiap tahunnya (Ichsan & Nasution, Nazlah Rachma Panggabean, Muhammad Syahbudi, 2022).

Wilayah Sirkuit Mandalika, yang terletak di Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, merupakan salah satu destinasi pariwisata terkenal di Indonesia. Terkenal dengan keindahan pantainya yang memikat, Mandalika telah menjadi tujuan wisata utama di Pulau Lombok. Wilayah Mandalika Desa Kuta Kabupaten Lombok Tengah merupakan wilayah yang termasuk destinasi super prioritas (Talia Maharani, Ika Wijayanti, 2022). Ditambah dengan keberadaan sirkuit di wilayah Mandalika bermaksud untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan membuka banyak lapangan pekerjaan yang membutuhkan tenaga kerja dari masyarakat lokal, bahkan tidak hanya itu saja, potensi wisata daerah Lombok akan menjadi sorotan di dalam negeri karena sorotan media mengenai *Sport Tourism* yang menarik minat dari antusias olahraga dan wisatawan dalam negeri. Tidak hanya itu, wisatawan mancanegara tentunya akan menambah pemasukan devisa bagi negara karena kunjungan turis asing (Frederick et al., 2022).

Pertumbuhan ekonomi kreatif merupakan faktor penting dalam mendorong pembangunan berkelanjutan di suatu wilayah. Dengan adanya Sirkuit Mandalika Praya, yang terletak di daerah Lombok Tengah, Indonesia, telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Sirkuit Mandalika Praya merupakan proyek pengembangan infrastruktur yang bertujuan untuk mendukung

sektor pariwisata dan olahraga di wilayah tersebut. Selain menjadi tuan rumah balapan MotorGP yang terkenal, wilayah ini juga menawarkan fasilitas dan potensi wisata yang menarik, termasuk pantai yang indah dan budaya lokal yang kaya. Karena adanya perlombaan tersebut banyak wisatawan internasional dan wisatawan lokal yang berkunjung ke Pulau Lombok yang dapat dilihat dari angka kunjungan ke Pulau Lombok meningkat (Astuti, 2022).

Gambar 1.1. Kunjungan Wisatawan Ke NTB 5 Tahun Terakhir (2018 s/d 2022)



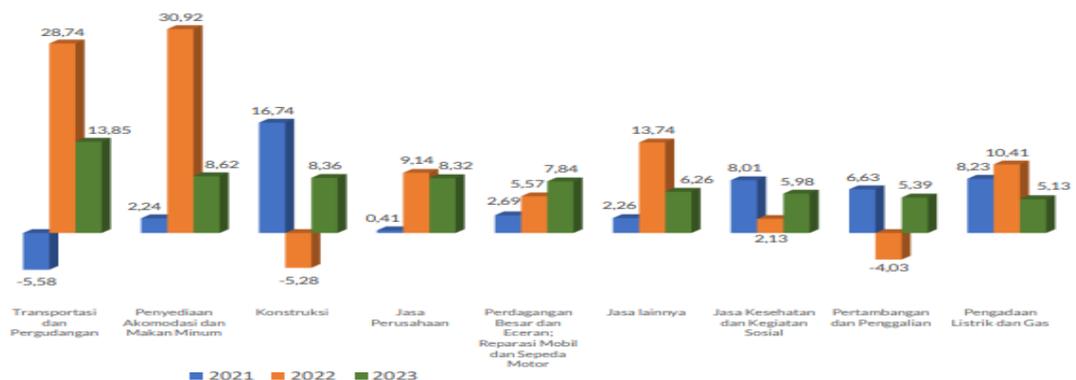
Sumber : Dinas Pariwisata NTB (NTB, 2023)

Melihat dari angka kenaikan pengunjung tersebut, maka sebagai bagian dari upaya untuk memperkuat sektor pariwisata dan menciptakan lapangan kerja, pemerintah Indonesia telah memfokuskan perhatiannya pada pengembangan ekonomi kreatif wilayah Mandalika Praya. Ekonomi kreatif menjadi salah satu konsep penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, sebab cukup banyak program pemberdayaan masyarakat dibidang ekonomi kreatif yang terbukti mampu meningkatkan perekonomian masyarakat (Habib, 2021).

Adapau dilihat dari data BPS lombok tengah pada tahun 2023 mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 5,77 persen. Semua lapangan usaha mengalami

pertumbuhan yang sangat positif di tahun 2023. Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami pertumbuhan tertinggi dengan nilai 13,85 persen, disusul dengan Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum diposisi kedua dengan pertumbuhan sebesar 8,62 persen. Lebih dari setengah kategori mengalami pertumbuhan ekonomi di atas 5 persen. Lapangan usaha Pertanian, Kehutanan dan Perikanan yang memiliki peran paling dominan dalam perekonomian Kabupaten Lombok Tengah mengalami pertumbuhan sebesar 2,23 persen. Lapangan usaha dengan pertumbuhan ekonomi terendah adalah Lapangan Usaha Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah yang mengalami pertumbuhan sebesar 1,00 persen. Diposisi terendah kedua adalah Lapangan Usaha Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib dengan pertumbuhan 1,11 persen (BPS lombok tengah, 2023).

Gambar 1.2 Pertumbuhan PDRB Kabupaten Lombok Tengah



Sumber : BPS Kabupaten Lombok Tengah 2023.

Pada peraturan Undang-undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Pengelolaan

Ekonomi Kreatif dan potensinya perlu dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan berkelanjutan (Ramdani, 2020). Salah satu sektor ekonomi kreatif yang muncul di wilayah ini adalah industri pariwisata. Keindahan alam Mandalika, dengan pantai-pantainya yang eksotis dan fasilitas olahraga motor, telah menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional. Pembangunan sirkuit balap motor internasional di Mandalika juga merupakan upaya untuk memperluas sektor pariwisata dan menarik pengunjung yang memiliki minat pada olahraga motor.

Menurut Howkins (Ginting, 2017). Pelaku ekonomi kreatif adalah individu atau kelompok yang menggunakan kreativitas dan keahlian intelektual mereka untuk menciptakan nilai ekonomi. Pelaku ekonomi kreatif mencakup individu atau perusahaan dalam sektor seperti seni, desain, media, hiburan, periklanan, dan industri kreatif lainnya. Secara umum Ekonomi kreatif merupakan rangkaian kegiatan perekonomian yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Ginting, 2017).

Selain sektor pariwisata, sektor lain dalam ekonomi kreatif yang berpotensi berkembang di wilayah ini adalah seni dan budaya. Lombok Tengah memiliki kekayaan budaya yang unik, seperti tari-tarian tradisional, seni kerajinan tangan, dan musik lokal. Pengembangan seni dan budaya dapat meningkatkan daya tarik wisata dan memberikan kesempatan bagi para pelaku seni dan budaya lokal untuk menghasilkan pendapatan. Dari pembangunan Cirkuit yang paling berefek ke usaha mikro kecil menengah (UMKM). Sirkuit mandalika memberikan

dampak yang positif terhadap perkembangan UMKM di Desa Kuta dan sekitarnya, karena UMKM mengalami peningkatan omzet penjualan dan pertumbuhan pelanggan karena disebabkan oleh meningkatnya jumlah wisatawan (Fathullah, 2022).

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Mutiara Puspa Garini (2023). Penelitian membahas tentang peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat perspektif ekonomi islam. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Home Industri Tapis Lampung Ethnica berdampak baik. Tetapi peran Home Industri tersebut belum dapat memaksimalkan kesejahteraan secara keseluruhan kepada masyarakat (Garini, 2023). Penelitian selanjutnya dari Venia Alba (2023). Penelitian ini membahas tentang peran ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan pengrajin. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis peran ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan pengrajin di era revolusi industri 4.0 dalam perspektif ekonomi Islam studi pada pengrajin gerabah di home industri berkah jaya gerabah, Natar, Lampung Selatan. Penelitian ini menunjukkan bahwa peran ekonomi.kreatif terhadap peningkatan pendapatan pengrajin di home industri berkah jaya gerabah, desa negara ratu, natar, lampung selatan di era revolusi industri 4.0. Setiap tahunnya mengalami kenaikan pendapatan karena dalam pembuatan model atau jenis gerabah yang dihasilkan (Alba, 2023).

Adapun penelitian yang lainnya dari Muh. Ibnu Rusdi (2022). Penelitian ini membahas tentang analisis peran ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan pengrajin di era revolusi industri 4.0 dalam perspektif ekonomi islam. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengelolaan kerajinan cangkang kerang yang maksimal dan memperoleh penjualan yang baik sehingga pendapatan efektif. Hasil penelitian ini menunjukkan dengan adanya pengerajinan cangkang kerang ini mengalami peningkatan pendapatan, dengan adanya peran ekonomi kreatif tersebut mempengaruhi pendapatan pelaku ekonomi kreatif tersebut. Pengerajinan cangkang kerang sudah sesuai juga dengan perspektif ekonomi islam (Rusdi 2022).

Pada penjelasan penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif sangat efektif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat yang mempraktekannya. Dari setiap penelitian terdahulu tersebut mengungkapkan bahwa ekonomi kreatif berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan masyarakat kota maupun masyarakat desa, walaupun di setiap penelitian tersebut berbeda tempat namun hasil yang di temukan sangat mirip, kendala-kendala yang dihadapi pun berbeda, hal ini menjelaskan bahwa penting pelaku ekonomi di setiap kalangan masyarakat. Maka dari itu pihak peneliti akan melakukan penelitian pada ekonomi kreatif yang ada di mandalika untuk melihat eksistensi dari adanya olah raga motorGP skala internasional dan kendala apa saja yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif yang ada di situ dari adanya potensial untuk memaksimalkan pendapatan.

Namun, meskipun potensi ekonomi kreatif wilayah Sirkuit Mandalika khususnya di desa kuta sangat besar, akan tetapi bertolak belakang dengan kondisi masyarakat yang terlihat tidak ada perubahan yang menonjol dari segi ekonomi sebelum dan sesudah adanya Sirkuit Mandalika, dari observasi awal peneliti dan mewawancarai masyarakat di sekitar wilayah sirkuit Mandalika menyimpulkan bahwa kurangnya lapangan pekerjaan di dekat wilayah sirkuit mandalika dan motivasi masyarakat untuk membuka peluang usaha di wilayah tersebut. Maka dari itu Penelitian akan menganalisis secara khusus mengenai peran pelaku ekonomi kreatif dan kontribusinya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat pada wilayah tersebut dikarenakan belum ada penelitian-penelitian yang secara khusus mengenai hal ini. Maka dari itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menganalisis eksistensi pelaku ekonomi kreatif dan dampaknya terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di wilayah tersebut. Pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan menggunakan teori strategi untuk menjawab fokus peneli dengan tujuan untuk menggali lebih dalam mengenai profil pelaku ekonomi kreatif yang ada, kendala-kendala apa saja yang dihadapi, peluang yang tersedia, langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan *income society* di wilayah tersebut. Dengan memahami kondisi eksistin dan mengidentifikasi potensi pengembangan, pemerintah dan pemangku kepentingan terkait dapat merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif untuk meningkatkan penghasilan masyarakat wilayah Sirkuit Mandalika Praya, Lombok Tengah.

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana ekonomi kreatif dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi masyarakat di Wilayah Sirkuit Mandalika. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pemerintah daerah dan pelaku ekonomi kreatif dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan pengetahuan di bidang ekonomi kreatif dan pengembangan wilayah secara lebih luas. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang di paparkan diatas, saya pun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Analisis Strategi Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Income Society Wilayah Sirkuit Mandalika (Desa Kuta, Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah)*”.

B. Fokus Penelitian

Berikut adalah fokus penelitian yang dapat diteliti dalam konteks “Analisis Strategi Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika (Desa Kuta. Kec, Pujut Kabupaten Lombok Tengah)”. Diantaranya:

1. Bagaimana Eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta?
2. Bagaimana Strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income Society* wilayah sirkuit Mandalika Desa Kuta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis Eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta Kec. Pujut. Kabupaten Lombok Tengah.
2. Menganalisis strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta. Pujut. Kabupaten Lombok Tengah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam beberapa aspek, diantaranya :

a. Aspek Keilmuan (Teoritis)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumber pengetahuan, serta menambah Khazanah dan memberikan penjelesan secara rinci bagi pengembangan ilmu ekonomi islam khususnya mengenai edukasi atas pengetahuan masyarakat tentang penting memamfaatkan wisata dan keungulan daerah untuk meningkatkan kreatifitas ekonomi.

b. Aspek terapan

Penelitian ini dapat memberikan informasi ilmiah dan dapat berguna bagi senua kalangan masyarakat maupun pemerintah dalam memaksimal pelaku ekonomi kreatif di sirkuit mandalika desa kuta.

E. Penelitian Terdahulu Dan Orisinilitas Penelitian

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dianggap peneliti memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu Dan Orisinalitas Penelitian

No	Penulis/Tahun/jurnal/tesis/judul	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Karmila Tahun 2019, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Persaingan Pengrajin Emas Di Lingkungan Sekarbela Kelurahan Karang Pule Kecamatan Sekarbela (Karmila, 2019)	Karmila Tahun 2019, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Persaingan Pengrajin Emas Di Lingkungan Sekarbela Kelurahan Karang Pule Kecamatan Sekarbela (Karmila, 2019)	Karmila Tahun 2019, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Persaingan Pengrajin Emas Di Lingkungan Sekarbela Kelurahan Karang Pule Kecamatan Sekarbela (Karmila, 2019)	Karmila Tahun 2019, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Persaingan Pengrajin Emas Di Lingkungan Sekarbela Kelurahan Karang Pule Kecamatan Sekarbela (Karmila, 2019)
2	M.Agus Raflianto Tahun 2019, Peran ekonomi kreatif dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan pekerja di kota pekanbaru (studi kasus desain dan seni rupa) (Raflianto, 2019).	Hasil pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan unit usaha adalah mengalami pengaruh positif dan signifikan.	Penelitian mengarah pada pelaku ekonomi kreatif dalam upaya mengetahui tenaga kerja pada industri kreatif di kota pekanbaru.	Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk mengetahui pengaruh atau tidaknya pada industri kreatif.
3	Penelitian Dwi Ramdani Tahun 2020, Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Tompobulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto	Hasil penelitian bahwa ekonomi kreatif (bambu sulawesi) masyarakat berkembang cukup baik karena dapat memberikan peluang pada masyarakat, Kesejahteraan terus bertambah dengan adanya peran pelaku ekonomi kreatif.	Analisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.	Fokus penelitian ini pada pelaku ekonomi kreatif (bambu sulawesi) di desa tompobulu.

	(Ramdani, 2020).			
4	Fila Fitriani Tahun 2020, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur)(Firiani, 2020).	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh para pengrajin kayu mengalami perkembangan yang baik dan terus meningkatkan inovasi baru yang diinginkan konsumen agar produknya tidak tertinggal oleh pengrajin yang lain.	Ekonomi kreatif pada pengerajin kayu kriya di tinjau dari etika bisnis.	Penelitian ini membahas tentang pelaku ekonomi kreatif pada pengrajin kayu kriya perspektif etika bisnis islam.
5	Audry Uyuni Tahun 2021, Analisis Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ardhina Batik Medan) (Uyuni, 2021).	Hasil ini adalah peran ekonomi kreatif bidang kriya (kerajinan) yang dijalankan oleh tiap-tiap pengrajin Ardhina Batik Medan di Kelurahan Bantan mengalami permintaan pasar sehingga produktivitas kerja semakin terasah pendapatan pun semakin meningkat. Ardhina Batik Medan juga memberikan peranan terhadap upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat	Penelitian ini membahas peran ekonomi kreatif bidang kriya kerajinan tangan untuk meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.	Penelitian ini membahas tentang peran ekonomi kreatif pada kerajinan ardhina batik medan.
6	Penelitian Rekha (2021) Tahun 2021, Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie) (Rekha, 2021).	Hasil penelitian ini bahwa ekonomi kreatif industri bordir di kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie sudah baik, terlihat dari 15 pengrajin didapati 9 pengrajin mengalami peningkatan pendapatan.	Penelitian ini mengungkapkan peran pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengerajin industri bordir.	Penelitian ini tertuju pada pelaku ekonomi kreatif yang berfokus pada industri bordir.
	Muh. Ibnu Rusdi Tahun 2022, Peran ekonomi kreatif	Muh. Ibnu Rusdi Tahun 2022, Peran ekonomi kreatif dalam	Muh. Ibnu Rusdi Tahun 2022, Peran ekonomi kreatif	Muh. Ibnu Rusdi Tahun 2022, Peran

7	dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kecamatan soreang kota parepare dalam perspektif ekonomi islam, studi pengerajin cangkang kerang (Rusdi, 2022)	meningkatkan pendapatan masyarakat di kecamatan soreang kota parepare dalam perspektif ekonomi islam, studi pengerajin cangkang kerang (Rusdi, 2022)	dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kecamatan soreang kota parepare dalam perspektif ekonomi islam, studi pengerajin cangkang kerang (Rusdi, 2022)	ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kecamatan soreang kota parepare dalam perspektif ekonomi islam, studi pengerajin cangkang kerang (Rusdi, 2022)
8	Penelitian Deni Aprizal Tahun 2022, Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengerajin Ditinjau Dengan Pendekatan Ekonomi Islam (Studi Pengerajin Kain Tapis Pekon Way Sindi Kabupaten Pesisir Barat)(Aprizal, 2022)	Hasil penelitian menggambarkan bahwa ekonomi kreatif industri pengerajin kain tapis di Pekon Way Sindi Kecamatan Karya Penggawa sudah baik dan dapat meningkatkan pendapatan pengerajin.	Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengerajin.	Penelitian ini mengarah pada Ekonomi Kreatif Ditinjau Dengan Pendekatan Ekonomi Islam.
9	Penelitian filia hanun, Juwita Tahun 2022, Peran Usaha Ekonomi Kreatif Bordir Aceh Terhadap Kesejahteraan dan Pendapatan Pengerajin di Gampong Dayah Daboh Kecamatan Montasik Kabupaten Aceh Besar (Hanum & Juwita, 2022).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran usaha ekonomi kreatif bordir Aceh dalam meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan para perempuan pengerajin yang tergabung dalam kelompok usaha bordir yang ada di gampong Dayah Daboh Kecamatan Montasik.	Peran usaha ekonomi kreatif dalam membantu kesejahteraan dan pendapatan pengerajin bordir.	Penelitian ini mengacu pada pelaku usaha ekonomi kreatif berfokus pada usaha bordir di gambong dayah.
10	Putra, Fikri Pratama, 2022, Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi	Hasil penelitian diketahui Kondisi ekonomi para pelaku usaha pada masyarakat kecamatan Patia yang berkecimpung di usaha kreatif terlihat	Penelitian ini mengkaji pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan	Penelitian ini fokus pada pelaku usaha di kecamatan pidie, baik itu dari petani, peternak,

	Kasus Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Kecamatan Patia Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten)(Putra, 2022).	mengalami peningkatan pendapatan yang diterima dari hasil penjualan. Perkembangan ekonomi kreatif di kecamatan patia sedikit banyak dapat dirasakan oleh masyarakat sebagai pelaku usaha.	masyarakat melalui usaha masyarakat di kecamatan pidie.	maupun buruh.
11	Ni luh putu anom pancawati dkk, 2023, Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Wisata (Ni et al., 2023).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif akan mampu mendukung transformasi ekonomi melalui penerapan ide-ide kreatif serta inovatif guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat	Ni luh putu anom pancawati dkk, 2023, Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Wisata (Ni et al., 2023).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif akan mampu mendukung transformasi ekonomi melalui penerapan ide-ide kreatif serta inovatif guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat
12	Penelitian Muhammad Zainudin, 2024, Analisis Strategi Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan <i>Income Society</i> Wilayah Sirkuit Mandalika (Desa Kuta, Kec. Pujut, Kab. Lombok Tengah)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi eksistensi pelaku ekonomi kreatif wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta mengalami peningkatan pendapatan. Hal ini juga didukung dari beberapa faktor internal dan faktor eksternal. Adapun strategi pelaku ekonomi yang masih memanfaatkan cara tradisional, reaksi fisik, dan jujur.	Terakhir penelitian saya yaitu analisis eksistensi ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>income society</i> .	Penelitian ini mengarah pada eksistensi pelaku ekonomi kreatif yang ada pada wilayah sirkuit mandalika dalam upaya meningkatkan <i>income society</i> di Desa Kuta tersebut.

Sumber : Karya Ilmiah 2019-2024

F. Definisi Istilah

Supaya tidak terjadi kesalahpahaman antara pembaca dan penulis maka penulis memberikan arti dari istilah-istilah penting dalam penelitian ini diantaranya :

1. Eksistensi

Eksistensi merupakan konsep yang menekankan bahwa sesuatu itu ada dan satu-satunya faktor yang membedakan setiap hal adalah fakta. Dengan demikian, eksistensi atau keberadaan dapat diartikan sebagai hadirnya atau adanya sesuatu dalam kehidupan (Efendi, 2021). ada beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi 4 pengertian yaitu, pertama eksistensi adalah apa yang ada, kedua eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas, ketiga eksistensi adalah segala sesuatuyang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada dan yang keempat ekesistensi adalah kesempurnaan. (Karimah et al., 2023).

Menurut Sjafirah dan Prasanti (2016:3-4), eksistensi di artikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita (Azizah, 2023). Martin Heidegger menjelaskan eksistensi adalah penemuan diri atau keberadaan konkret yang melibatkan hubungannya dengan dunia. Menurut Jean-Paul Sartre, eksistensi adalah kondisi manusia yang bebas untuk membuat pilihan dan menghadapi tanggung jawab atas tindakan mereka. Adapun menurut Abadin Zainal, eksistensi merupakan suatu proses yang dinamis, suatu menjadi, atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiriyakni *exsistere* yang artinya keluar dari, melampui atau mengatasi (Azmi et al., 2018). Dan yang terakhir menurut Purwodarminto

menjelaskan bahwa eksistensi mengandung pengertian tentang keberadaan yang terus-menerus dilakukan (Kastori, 2023).

Berdasarkan penjelasan para ahli diatas, pihak peneliti lebih memilih teori dari Sjafirah dan Prasanti yang mengemukakan bahwa eksistensi merupakan keberadaan atas ada atau tidak adanya kita. Pemilihan ini mengacu kepada operasional objek penelitian yang berjudul “ Analisis eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income society* di Wilayah Surcuit Mandalika di Desa Kuta, Pujut. Kab. Lombok tengah”.

2. Pelaku Ekonomi

Pelaku Ekonomi adalah pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi seperti produsen, distributor, dan konsumen. Setiap pelaku ekonomi memiliki perannya masing-masing. Adam Smith mengemukakan konsep "Manusia Ekonomi" (*economic man*) dalam karyanya "The Wealth of Nations". Menurut Smith, pelaku ekonomi bertindak rasional, yaitu selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasan mereka dengan sumber daya yang terbatas (Priyono, 2015). Menurut Cambridge Dictionary, Pelaku ekonomi adalah seseorang, perusahaan, atau organisasi yang memiliki pengaruh terhadap motif ekonomi dengan memproduksi, membeli, atau menjual. Sementara menurut Longman Business Dictionary, Definisi pelaku ekonomi adalah seseorang, perusahaan, dan lain-lain yang berdampak pada ekonomi suatu negara, misalnya dengan membeli, menjual, atau berinvestasi (Deksa Imam Suhada, Dessy Rahmadani, Masnum Rambe, Maulana Abdul Fattah, Putri Fadillah Hasibuan, Salsabilla Siagian, 2022).

Berdasarkan penjelasan para ahli diatas, pihak peneliti lebih memilih teori dari Longman Business Dictionary yang dimana Pelaku ekonomi dalam pemelitan ini mengacu pada tindakan yang dilakukan masyarakat atau golongan untuk untuk membangun perekonomian yang lebih baik dalam hal menjual, membeli maupun menginvestasi. Pemilihan ini karena berdasarkan operasional Peran pelaku ekonomi kreatif yang melibatkan individu dan masyarakat untuk melihat potensi yang amat besar di Desa kuta. Kec. Pujut. Kab. Lombok tengah. Maka dari itu pentingnya pelaku ekonomi untuk mengandalkan kreatifitas dalam melihat peluang dalam menunjang pendapatan secara individual ataupun masyarakat tersebut.

3. Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan rangkaian kegiatan perekonomian yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Ekonomi Kreatif termasuk dalam kategori kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses perwujudan suatu ide atau gagasan menjadi suatu Kekayaan Intelektual (*intellectual property*) yang mempunyai nilai ekonomi tinggi bagi kesejahteraan dan lapangan pekerjaan masyarakat serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Kusumaningtyas et al., 2023).

Menurut Suryana, ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mamfaatkan kreatifitas untuk menciptakan yang baru dan memliki nilai dan

bersifat komersial (Buchori, 2019). A. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai segala sesuatu yang menghasilkan nilai tambah dari kekreatifan manusia. Sementara Richard Florida mengemukakan bahwa ekonomi kreatif adalah mereka yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui kreasi dan inovasi dalam pekerjaan mereka. Adapun menurut Batara Ningrat Simatupang mengatakan bahwa ekonomi kreatif adalah suatu industri yang terfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti film, seni, permainan atau desain fashion, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan (Writer, 2023). Sedangkan menurut David Throsby ekonomi kreatif merupakan seluruh kegiatan ekonomi yang di hasilkan individu atau kelompok yang pembuatannya melibatkan bakat dan kreatifitas yang mereka memiliki (Tifani, 2023).

Berdasarkan penjelasan para ahli diatas, pihak peneliti mengacu pada teori Antony John Howskins yang menjelaskan bahwa ekonomi kreatif sesuatu yang menghasilkan nilai tambah dari kreatifitas dalam upaya mencapai pembangunan berkelanjutan (Saputra et al., 2023). Ekonomi kreatif pada penelitian ini mengacu pada Pemamafatan kreatifitas individu dan masyarakat dengan melihat potensi yang besar di Desa kuta. Kec. Pujut. Kab. Lombok Tengah.

4. Pendapatan Masyarakat (*income society*)

Peningkatan *income society* adalah upaya yang berkelanjutan dan holistik yang melibatkan faktor-faktor ekonomi, sosial, dan kebijakan untuk mencapai peningkatan pendapatan yang signifikan dan berkelanjutan bagi masyarakat secara keseluruhan. Peningkatan pendapatan masyarakat adalah proses

meningkatkan jumlah pendapatan yang diterima oleh individu atau kelompok dalam suatu masyarakat. Seperti peningkatan lapangan pekerjaan, produktifitas dan pengembangan akses pasar dan jaringan.

Pendapatan masyarakat sebagaimana pemikiran Rosyidi (2006 : 100-101) adalah arus uang yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa dan laba (Tulus, Fenny. dan Londa, 2014). Menurut Santoso (2013: 90) menyatakan bahwa pendapatan masyarakat adalah arus masuk atau penambahan aktiva yang di hasilkan oleh individu maupun kelompok masyarakat yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas-aktivitas lainnya (Rokhman et al., 2020). Adapun menurut Soeharjo dan Patong (1994:234) terdapat hubungan yang positif antara hasil produksi yang di pasarkan dengan pendapatan, artinya semakin besar produksi yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok yang akan pasarkan, semakin besar pula pendapatan yang diperoleh tersebut (Madji et al., 2019).

Berdasarkan penjelasan para ahli diatas, pihak peneliti mengacu pada teori Rosyidi (2006 : 100-101) yang mengemukakan pendapatan masyarakat adalah arus uang yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa dan laba. Pendapatan masyarakat (*income society*) pada penelitian ini mengarah pada pelaku ekonomi yang ada di Desa Kuta. Kec. Pujut. Kab. Lombok Tengah.

5. Strategi

Strategi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari competitor untuk memberi nilai tambah kepada pelanggan sehingga mencapai sasaran jangka menengah atau panjang organisasi. Strategi juga dapat diartikan sebagai penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Iman Mulyana (2010;45) Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumberdaya dan lingkungan secara efektif. Menurut Chandler dalam (Erline T.V. Timpal, Agustinus B. Pati, 2021) Strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Jauch dan Glueck (2000) menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Sedangkan menurut Slevin dan Covin (1997) dalam (Aldi, 2015) memandang strategi sebagai upaya untuk mengantisipasi perubahan dengan cara mendayagunakan semua kemampuan perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai. Adapun Michael Porter dalam (Pamungkas, 2016) berpendapat bahwa strategi yang efektif dalam bisnis harus memperhitungkan persaingan industri, daya tawar pembeli dan pemasok, ancaman produk substitusi, serta potensi masuknya pesaing baru. Menurut John Kotter dalam (Desy, 2020) menekankan bahwa strategi haruslah disertai dengan

komunikasi yang efektif, keterlibatan karyawan, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Terakhir Menurut Fred R. David (2011) strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan bersama dengan target jangka panjang yang hendak dicapai. (Qori, 2019).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Pelaku Ekonomi

1. Pengertian Pelaku Ekonomi

Pelaku Ekonomi adalah pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi seperti produsen, distributor, dan konsumen. Setiap pelaku ekonomi memiliki perannya masing-masing. Menurut Cambridge Dictionary, Pelaku ekonomi adalah seseorang, perusahaan, atau organisasi yang memiliki pengaruh terhadap motif ekonomi dengan memproduksi, membeli, atau menjual (Deksa Imam Suhada, Dessy Rahmadani, Masnum Rambe, Maulana Abdul Fattah, Putri Fadillah Hasibuan, Salsabilla Siagian, 2022). Menurut Adam Smith, pelaku ekonomi terdiri dari konsumen, produsen, dan pemilik sumber daya. ketika individu bertindak atas dasar kepentingannya sendiri, meskipun tidak dilakukan dengan sengaja, mereka dibimbing oleh “tangan tak terlihat” yang dengan sendirinya akan mewakili kepentingan masyarakat secara keseluruhan (Dewi, 2024).

Perilaku para pelaku ekonomi dalam kehidupan sehari-hari tidak pernah lepas dari yang kecil hingga yang besar. Manusia melakukan berbagai kegiatan ekonomi untuk bertahan hidup. Setiap orang memiliki kebutuhannya masing-masing. Dalam keluarga, perilaku pelaku ekonomi ditanamkan pada anak sejak dini agar kelak dapat menjalani kehidupan ekonomi masa depan. Ibu dalam keluarga melakukan kegiatan ekonomi, mengatur pendapatan rumah tangga. Ketika saya menghasilkan uang setiap bulan, ibu saya memastikan untuk berbagi

kebutuhan keluarga yang berbeda di bulan berikutnya dan membuat pengaturan rutin untuk membeli makanan yang dikonsumsi keluarga (Hukmi, 2022).

Di Indonesia kita kenal tiga macam kelompok pelaku ekonomi. Dalam model perekonomian ini tiga sektor ini pelaku ekonomi dikenali dengan melihat penguatannya. Mulyanto (1989) dalam (Mulyadi, 2020) mengolongkan ketiga sektor pelaku ekonomi tersebut sebagai berikut :

- a. Sektor ekonomi negara yang berpenguatan dalam bentuk pelayanan dan perlindungan kepentingan umum dan rakyat banyak (*service oriented state sector*).
- b. Sektor ekonomi swasta yang menguatkan pada keuntungan maksimal dalam kegiatan produksi dan perdagangan barang dan jasa kebutuhan masyarakat (*profit oriented private sector*); dan
- c. Sektor ekonomi koperasi (kekeluargaan, asosiasi), yang menguatkan pada kemitraan dan perjuangan bersama untuk memajukan kepentingan ekonomi dan sosial anggota (*service oriented associative sector*).

2. Pelaku Ekonomi perspekti islam

Islam memberikan posisi kegiatan ekonomi menjadi salah satu aspek penting untuk mendapatkan kebahagiaan, sebab kegiatan ekonomi tidak berbeda sebagaimana tujuan dari syariat Islam itu sendiri yaitu untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Semangat melakukan kegiatan ekonomi dalam Islam yaitu ibadah. Sehingga kegiatan ekonomi perlu juga kontrol. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam secara keseluruhan.

Tujuan dari pelaku ekonomi yang berbasis islami adalah untuk mewujudkan kebahagiaan dan persaudaraan. Hal ini tidak akan pernah terwujud jika distribusi kekayaan tidak berjalan dengan benar. Produk ekonomi islam banyak menyodorkan mekanisme yang bertujuan untuk menghapus kesenjangan sosial dalam segi keadilan dan kesejahteraan, mulai dari bagaimana melakukan distribusi kekayaan, konsumsi dll (Mulyadi, 2020).

Dalam Al-Quran, terdapat ayat-ayat yang menyentuh tentang berbagai aspek pada kehidupan sosial, termasuk ekonomi. Meskipun tidak secara eksplisit menyebutkan istilah "pelaku ekonomi", Al-Quran memberikan panduan dan prinsip-prinsip yang relevan untuk individu dan masyarakat dalam konteks ekonomi. Berikut ayat yang mencerminkan pandangan tentang perilaku ekonomi dalam Al-Quran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
 مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلِّمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾ (البقرة/2: 267)

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. Al-Baqarah/2:267).

Pada surah yang lain Allah SWT menegaskan dalam menjaga keseimbangan kehidupan dunia dan akhirat “ QS. Al-Qasas (28:77).

وَاتَّبِعْ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا
 تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾ (القصص/28: 77)

Artinya :

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik

kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” Al Qasas/28:77).

3. Pelaku ekonomi perspektif konvensional

Pelaku Ekonomi konvensional merupakan pelaku ekonomi yang menerapkan sistem ekonomi yang memberikan kebebasan penuh kepada setiap pelaku ekonomi dalam menerapkan kreatifitas dan inovasi dalam berwirausaha dan tidak mengenal yang halal maupun yang haram. Tujuan dari pelaku ekonomi konvensional yaitu keuntungan yang berlipat ganda tanpa ada batasan dalam berusaha. Dalam ekonomi konvensional, dua sistem utama perekonomian yaitu Sistem Ekonomi Kapitalisme dan Sistem Ekonomi Sosialisme menjadi arus utama dalam perekonomian konvensional.

Pelaku Ekonomi perspektif konvensional selalu menggaungkan sumber permasalahan dalam ekonomi adalah sumber daya yang terbatas (langka) dalam rangka memproduksi berbagai komoditi, mendistribusikannya ke berbagai individu atau kelompok masyarakat (untuk memenuhi berbagai keinginan manusia) atau dengan bahasa lain keinginan manusia tidak ada batasnya sementara alat pemuas terbatas. Hal ini menjadikan pelaku ekonomi konvensional memiliki sifat yang rakus dan tidak puas dengan sumber daya yang ada. Berbeda dengan pelaku ekonomi dalam persepektif islam yang lebih mementingkan kemaslahata ukhrowi dan tidak melupakan dunaiwi sabagi sumber acuanya (sumber daya) terbatas (Dkk, 2016).

B. Konsep Ekonomi kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan suatu perwujudan dan keinginan untuk jangka waktu yang panjang dan berkelanjutan dengan mengandalkan kreativitas sehingga mampu mengandalkan sumber daya yang ada dengan mengharapkan ide, talenta dan kreativitas.(Yovita Mumpuni Hartarini et al., 2022). Ekonomi kreatif dipandang oleh masyarakat Indonesia sebagai tulang punggung ekonomi dan perbaikan mutu kehidupan. Orientasi ekonomi gelombang ke4 ini menghasilkan produk maupun jasa dengan kualitas tinggi berdasarkan kreativitas, inovasi, dan budaya para pelaku ekonomi tersebut.(Kushardianti, 2022)

Istilah ekonomi kreatif mulai di kenal secara global sejak munculnya buku "*the creative economic*": *how poeple make money from ideas*" (2002) oleh john howskin. John Howkins adalah salah satu tokoh yang pertama kali mengembangkan konsep ekonomi kreatif. Menurutnya, ekonomi kreatif melibatkan "generasi dan eksploitasi pengetahuan, informasi, dan budaya (Syahbudi, 2021). John Howskin mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea* (penciptaan hasil sebagai nilai-nilai penjabaran ide-ide). Hawskin menjelaskan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan(andreas syah pahlevi, 2018). NESCO mendefinisikan

ekonomi kreatif sebagai "sektor-sektor ekonomi berbasis pengetahuan yang menggunakan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan kekayaan dan pekerjaan melalui penghasilan dan nilai dari ekspresi budaya.

2. Konsep Ekonomi Kreatif

Konsep ekonomi kreatif berfokus pada perdagangan barang dan jasa kreatif yang mendukung aktivitas industri kreatif. Mulai dari periklanan, arsitektur, seni dan kerajinan, desain, fashion, film, video, fotografi, musik, seni pertunjukan, penerbitan, penelitian & pengembangan, perangkat lunak, permainan komputer, penerbitan elektronik, dan TV/radio. Diharapkan, ekonomi kreatif dapat memberikan p

eluang baru bagi negara-negara berkembang, seperti Indonesia untuk melompat ke wilayah-wilayah ekonomi dunia yang sedang berkembang pesat (Riskita, 2022). Setiap kegiatan ekonomi diperlukan suatu pemikiran yang kreatif yang dapat membantu alternatif tindakan. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik itu berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan yang ada sebelumnya.(Utami, 2022)

Konsep ekonomi kreatif dibagi menjadi tiga dasar, yakni:

a. Kreativitas

Salah satu konsep ekonomi kreatif adalah kreativitas. Dalam hal ini, kreativitas diperlukan untuk menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima secara umum. Kreativitas juga bisa dapat menghasilkan ide baru sebagai solusi dari suatu masalah atau melakukan hal berbeda dari yang sudah ada.

b. Inovasi

Konsep ekonomi kreatif berikutnya, yaitu inovasi. Inovasi merupakan ide atau gagasan yang kreatif dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk atau proses yang dapat bernilai tambah dan bermanfaat. Inovasi juga dapat menghasilkan sesuatu dengan nilai jual yang lebih tinggi dan lebih bermanfaat.

c. Penemuan

Selain inovasi, ada juga invention (penemuan) dalam konsep ekonomi kreatif. Penemuan merupakan penciptaan suatu yang belum pernah ada sebelumnya sehingga dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi unik. Dengan menggabungkan ketiga konsep ekonomi kreatif ini, pengusaha akan lebih mampu untuk bersaing dengan pebisnis lain. Jadi, pastikan kamu memiliki salah satu dari konsep ekonomi kreatif tersebut.

3. Manfaat Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan *Income Society*

Ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing suatu negara atau daerah dalam perekonomian global. Maka sangat diperlukan peningkatan kemampuan di berbagai bidang ketrampilan melalui pembinaan Ekonomi Kreatif yang disesuaikan dengan tingkat kebutuhan yang ada di masyarakat (Siahaan, 2022). Produk dan layanan yang dihasilkan dalam sektor ini sering kali unik, inovatif, dan memiliki nilai tambah tinggi. Misalnya, desain produk yang kreatif dan menarik dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi produsen lokal. Secara teori ekonomi kreatif dianggap mampu mengatasi pengangguran, karena mampu

menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan, menurunkan tingkat kesenjangan sosial, dan mendorong pembaruan teknologi (Sih, 2021).

Dengan meningkatnya daya saing, perusahaan dalam sektor ekonomi kreatif dapat mengeksport produk dan layanan ke pasar internasional, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Dalam meningkatkan pendapatan perlu untuk mengidentifikasi peluang pekerjaan bagi masyarakat dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta dapat memberikan ide-ide inovatif untuk usaha baru dan peluang kerja (Saptutyningasih & Kamiel, 2019). Sebab cukup banyak program pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi kreatif terbukti mampu meningkatkan perekonomian masyarakat (Habib, 2021). Tujuan ekonomi kreatif adalah meningkatkan kualitas hidup, dan menciptakan nilai tambah. Ekonomi kreatif dalam sumber daya yang ada akan sangat membantu masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada dalam meningkatkan pendapatan atau kesenjangan hidup (Reni Hermila Hasibuan, Muhammad Arif, 2023).

4. Ekonomi Kreatif Perspektif Islam

Perspektif Islam terhadap ekonomi kreatif melibatkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah yang menjadi landasan dalam mengembangkan dan mengelola sektor ini. Islam mendorong umatnya untuk mengembangkan kreativitas dan potensi yang diberikan oleh Allah, termasuk dalam bidang seni, desain, dan inovasi. Namun, kebebasan kreativitas tersebut memiliki batasan yang ditetapkan oleh syariah. Prinsip-prinsip moral dan etika Islam harus dijaga dalam proses menciptakan dan menyajikan karya-karya kreatif. Dengan hasil usaha

ekonomi kreatif dapat memenuhi kebutuhan individual maupun masyarakat (Faizah et al., 2022).

Dr. Irfan Syauqi Beik seorang ekonom Islam dan peneliti di *Institute for Economic and Social Research* (LPEM), Universitas Indonesia, berpendapat bahwa ekonomi kreatif dalam Islam harus mencerminkan prinsip-prinsip etika dan moral Islam serta menghormati hukum-hukum syariah. Ia menggaris bawahi pentingnya menjaga ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi acuan atau kedudukan dalam setiap aktifitasnya.

Dalam Al-Quran tidak secara langsung menyebutkan konsep "ekonomi kreatif" secara eksplisit. Namun, terdapat beberapa ayat yang secara implisit dapat dikaitkan dengan prinsip-prinsip ekonomi kreatif dalam Islam, seperti inovasi, kreativitas, dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Berikut ini adalah beberapa ayat yang dapat dihubungkan dengan konsep ekonomi kreatif:

Dalam surah Al-Baqarah Ayat 286 Allah SWT Berfirman :

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ
 أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ
 لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٦﴾ (البقرة/2:

(286

Artinya :

“286. Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya. Baginya ada sesuatu (pahala) dari (kebajikan) yang diusahakannya dan terhadapnya ada (pula) sesuatu (siksa) atas (kejahatan) yang diperbuatnya.

Mereka berdoa,) “Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami salah. Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebani orang-orang sebelum kami. Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Maafkanlah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah pelindung kami. Maka, tolonglah kami dalam menghadapi kaum kafir”. Al Baqarah/2:286)

Ayat ini menekankan prinsip keadilan dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam konteks ekonomi. Dalam ekonomi kreatif, setiap individu diberikan kesempatan untuk mengembangkan potensi dan kreativitas mereka sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Adapun dalam Surah Al-An'am Ayat 165, Allah SWT Berfirman :

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٦٥﴾ (الانعام/6: 165)

Artinya :

“165. Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah khalifah di bumi dan Dia meninggikan sebagian kamu beberapa derajat atas sebagian yang lain) untuk menguji kamu atas apa yang diberikan Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu sangat cepat hukuman Nya. Sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. Al An am/6:165)

Ayat ini menunjukkan bahwa manusia diangkat menjadi pengelola dan pemimpin di bumi. Dalam konteks ekonomi kreatif, manusia diberikan tanggung jawab untuk mengelola sumber daya dan potensi yang ada di bumi dengan cara yang kreatif dan inovatif.

Dalam surah yang lain QS.Al-Jumu'ah Ayat 10, Allah SWT Berfirman :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾ (الجمعة/62: 10)

Artinya :

“10. Apabila salat Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak banyaknya agar kamu beruntung”. Al Jumu ah/62:10).

Ayat ini mengajak manusia untuk mengeksplorasi potensi dan karunia yang Allah telah anugerahkan pada mereka. Dalam ekonomi kreatif, manusia di

dorong untuk mencari berkah dan rejeki Allah SWT dengan mengembangkan kreativitas dan inovasi mereka dalam menciptakan nilai tambah.

5. Ekonomi Kreatif Perspektif Konvensional

Pelaku Ekonomi kreatif konvensional lebih mengarah kepada pemberian kebebasan kepada pelaku ekonomi kreatif dalam hal produksi, konsumsi, dan distribusi tanpa mengenal batas. Dalam pemikiran ekonomi kreatif yang berlandaskan konvensional mereka akan lebih condong kepada kepuasan diri dan kelompoknya tertentu. Selain itu pelaku ekonomi kreatif konvensional akan menciptakan ekonomi bebas yang dimana setiap individu maupun masyarakat bebas mengeluarkan kreatifitas maupun inovasi pada semua sector perekonomian. Hal ini akan menyebabkan gejala-gejala ekonomi yang diluar kendali hukum negara maupun agama. Di tambah lagi proses pemasaran dan penjualan dengan pemanfaatan teknologi adalah satu hal yang signifikan untuk dilakukan. Hal ini karena pasar di dunia maya jauh lebih besar dan memiliki potensi tidak terhingga dibandingkan pasar secara konvensional (Pratama & Wijayanti, 2023).

C. Konsep *Income Society* (Pendapatan Masyarakat)

1. Pengertian *Income Society* (Pendapatan Masyarakat)

Menurut PSAK No. 23 revisi 2015, Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa. Dalam prinsipnya, pengakuan pendapatan pun harus dapat memenuhi kriteria pendapatan, sehingga pendapatan tersebut dapat diakui.. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah

penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan (Paulu, 2022).

Menurut Sunuharjo mendefinisikan bahwa pendapatan sebagai imbalan atau penghasilan selama satu bulan baik berupa uang atau barang yang diterima oleh seseorang yang bekerja. Pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga yaitu :

- a. Pendapatan berupa barang, yaitu penghasilan yang sifatnya reguler akan tetapi tidak selalu berbentuk balas jasa yang diterima dalam bentuk barang dan jasa.
- b. Pendapatan berupa uang, yaitu sebagai penghasilan berupa uang yang sifatnya reguler dan biasanya diterima sebagai balas jasa atau kontraprestasi.
- c. Penerimaan yang bukan merupakan pendapatan, yaitu penerimaan yang berupa pengambilan tabungan, penjualan barang-barang yang dipakai, pinjaman uang, hadiah, warisan, dan sebagainya.

Pendapatan masyarakat pada dasarnya sangat bergantung pada tingkat pekerjaan ataupun posisi, tingkat pendidikan umum, produktivitas besarnya pendapatan. Dari faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan di atas, maka dapat disimpulkan indikator-indikator yang dapat mengukur pendapatan diantaranya jenis usaha atau pekerjaan, penghasilan yang diterima, dan tanggungan keluarga (Fitriyana, 2021).

2. Pendapatan Masyarakat (*Income Society*) Perspektif Islam

Pendapatan dalam Islam sama pengertiannya dengan rezeki, bahwa sejak berada dalam kandungan seorang Ibu, rezeki seorang anak sudah ditetapkan oleh Allah SWT. Setiap hari tidak ada seorang muslim yang akan tau dari mana ia memperoleh pendapatan dan seberapa banyak pendapatan yang akan di dapatkannya, hal ini sesuai dengan Q.S At-Thalaq ayat 3 yang berbunyi:

﴿وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ۝﴾ (الطلاق/65:3)

Artinya :

“dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga. Siapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)-nya. Sesungguhnya Allahlah yang menuntaskan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah membuat ketentuan bagi setiap sesuatu”. (At-Talaq/65:3)

Pendapatan dalam Islam memiliki prinsip keadilan yang sangat dijunjung tinggi dalam setiap urusan baik berkaitan dengan sosial, politik, maupun ekonomi. Dalam urusan ekonomi yang berkaitan dengan pendapatan, Islam mengajarkan bahwa dalam setiap pekerjaan akan mendapat imbalan sesuai apa yang dikerjakan. Sebagaimana yang disebutkan pada surat al-Jasiyah ayat 22.

﴿وَخَلَقَ اللَّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ وَآتَجْزَى كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ۝﴾ (الجاثية/45:22)

Artinya :

“Allah menciptakan langit dan bumi dengan hak dan agar setiap jiwa diberi balasan (setimpal) dengan apa yang diusahakan serta mereka tidak akan dizalimi”.(Al-Jasiyah/45:22)

Dalam ayat diatas menjelaskan tentang profesionalisme dan keadilan dalam melakukan pekerjaan, salah satunya khususnya dalam masalah pembayaran upah, bahwa besar kecilnya upah setiap orang harus ditentukan berdasarkan

kerjaannya dan sumbangsih dalam kerjasama, untuk itu ia harus dibayar tidak kurang dan tidak lebih dari apa yang ia kerjakan dan mereka tidak akan dirugikan dalam menerima balasan amalnya itu.

Pemenuhan kebutuhan pokok melalui pekerjaan harus dilakukan lewat upaya-upaya individu itu sendiri. Penekanan kewajiban personal bagi setiap muslim untuk memperoleh penghidupannya sendiri dan keluarganya.

Ibnu sina berpendapat bahwa adanya harta milik pribadi pada umumnya berasal dari dua jalan, yaitu:

- a. Harta warisan, yaitu harta yang diterima dari keluarga yang meninggal.
- b. Harta usaha, yaitu harta yang diperoleh dari hasil bekerja. Lain halnya dengan harta warisan, untuk memperoleh harta seseorang harus bekerja keras untuk memperoleh harta agar dapat terus hidup.

Terdapat perbedaan besar antara pekerja intelektual dan pekerja kasar, pekerja terampil dengan pekerja yang tidak terampil. Akibatnya, tingkat keseimbangan pendapatan di antara mereka akan berbeda. Perbedaan pendapatan juga bisa timbul karena perbedaan keuntungan yang bukan berupa uang. Beberapa pekerjaan lebih menyenangkan dari pekerjaan lainnya.

3. Pendapatan Masyarakat (*Income Society*) Perspektif Konvensional

Pendapatan masyarakat (*income society*) konvensional mengacu pada pendapatan yang diperoleh oleh individu atau kelompok dalam suatu masyarakat melalui berbagai sumber, seperti pekerjaan, investasi, atau transfer pendapatan. Pendapatan masyarakat secara konvensional sangat memegang teguh asumsi

bahwa tindakan individu adalah sangat rasional. *Rationality assumption* dalam ekonomi menurut Roger LeRoy Miller adalah *individuals do not intentionally make decisions that would leave them worse off*. Ini berarti bahwa rasionalitas didefinisikan sebagai tindakan manusia dalam memenuhi keperluan hidupnya yaitu memaksimalkan kepuasan atau pendapatan senantiasa berdasarkan pada keperluan (*need*) dan keinginan-keinginan (*want*) yang digerakkan oleh akal yang sehat dan kegiatan yang ingin menguasai dari setiap kegiatan ekonomi dan tidak akan bertindak secara sengaja membuat keputusan yang bisa merugikan kepuasan atau keuntungan mereka. Bahkan menurutnya, suatu aktivitas atau sikap yang terkadang nampak tidak rasional akan tetapi seringkali ia memiliki landasan rasionalitas yang kuat (Mahallizikri, 2018). Pendapatan masyarakat secara konvensional pada intinya mencerminkan kepuasan diri dan keinginan tanpa batas yang diterima individu atau kelompok dalam periode waktu tertentu.

D. Konsep Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*). Namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis swot mempertimbangkan dan membandingkan faktor lingkungan internal yakni kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang di hadapi dunia

bisnis (Erliningtias, 2020). Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrumen memudahkan para pelaku bisnis untuk menentukan apa yang bisa di capai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka (Nur'aini, 2016).

Menurut Boseman dalam Wsnubrot (2013:162), analisis SWOT (*SWOT analysis*) adalah proses dalam hal penarikan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman dalam organisasi dan dunia bisnis dikenal sebagai penaksiran atau analisis SWOT. Sedangkan Jogiyanto dalam Widharta (2013:6) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis (Fitri Anggreani, 2021). Melalui analisis SWOT, pelaku ekonomi dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran pelaku ekonomi. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan (Budiman, 2017). Adapun indikator yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan penjelasan yang diungkapkan oleh Sari (2020:31) dalam (Andika, 2020), antara lain:

- a. Faktor Internal Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam lapangan usaha yang dimaksud adalah bisa seperti penguasaan, sumber daya,

lahan bangunan, peralatan, finansial, keterampilan, penguasaan manajemen dan jejaring sosial yang dimiliki.

- b. Faktor Eksternal Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar lapangan usaha yang dimaksud adalah bisa seperti peraturan pemerintah, risiko, persaingan, dan prospek ekonomi.

Setelah dilakukan analisa lingkungan eksternal dan internal maka proses selanjutnya berdasarkan analisa eksternal akan dirumuskan variabel kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dalam bentuk matrik internal faktor dan matrik eksternal faktor. Salah satu model dalam menyelesaikan masalah yang dapat digunakan adalah model matriks SWOT. Berdasarkan SWOT matrik tersebut dapat disusun dan alternatif strategi yang tersedia yaitu : SO, WO, ST dan WT (Rochman, 2019).

Tabel 2.1 : Diagram Metrik SWOT

Internal Eksternal	<i>STRENGTH (S)</i> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<i>WEKNESS (W)</i> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<i>OPPORTUNITY (O)</i> Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	<i>STRATEGI SO</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<i>STRATEGI WO</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
<i>TREATH (T)</i> Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	<i>STRATEGI ST</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<i>STRATEGI WT</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang

Sumber : Diolah Maret 2024

Manfaat dari analisis SWOT untuk para pelaku ekonomi kreatif adalah menetapkan sarana-sarana saat ini atau kedepan terhadap kualitas internal maupun eksternal. Analisis SWOT merupakan alat perencanaan strategis yang melibatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan, atau SWOT. Berikut ini merupakan manfaat analisis SWOT (Erliningtias, 2020), sebagai berikut :

- a. Untuk melakukan perencanaan dalam upaya mengantisipasi masa depan dengan melakukan pengkajian berdasarkan pengalaman masa lampau, ditopang sumber daya dan kemampuan yang miliki saat ini yang akan diproyeksikan kemasa depan.
- b. Untuk menganalisis kesempatan atau peluang dan kekuatan dalam membuat rencana jangka panjang.
- c. Untuk mengatasi ancaman dan kelemahan yang mempunyai kecendrungan menghasilkan rencana jangka pendek, yaitu rencana untuk perbaikan.
- d. Bisa tahu mengenai keunggulan dan kelemahan diri sendiri dan pesaing kita maka kita bisa unggul mengalahkan pesaing.

2. SWOT Menurut Perspektif Islam

Analisis SWOT merupakan suatu cara yang digunakan untuk menentukan strategi yang di dasarkan pada empat komponen strenght, weakness, opportunities, dan threathsebagai faktor untuk menentukan kebijakan dengan memaksimalkan empat elmen tersebut. Islam menilai perbuatan dalam mempersiapkan masa depan dengan baik. Sebagaimana dalam Al=quran surah QS. Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾
(الحشر/59: 18)

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan”. *Al Hasyr/59:18*)

Dalam ayat di atas Allah SWT mempertanyakan untuk terus berfikir dan musahabah terhadap apa yang sudah kita lakukan dalam kehidupan ini. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen.

Bila kita menguraikan SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibicarakan tentang kekuatan kita sebagai umat Islam adalah keimanan. Ini adalah modal yang sangat besar dan tidak semua orang mendapatkan hidayah ini. Kemudian kekuatan lain ialah kesehatan, kemampuan berfikir, kesempatan melakukan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin belum memiliki cukup ilmu, sebab dalam Islam sebuah ilmu harus mendahului amal. Sementara tantangan dalam kehidupan antara lain masalah pola kehidupan yang sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistik yang sangat mengagungkan kesenangan dunia (Erliningtias, 2020).

E. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Istilah strategi dari Bahasa Yunani “Strategos” atau dengan kata jamak strategi yang berarti jenderal atau perwira (state officer) dengan fungsi dan tugas yang luas. Istilah tersebut

digunakan untuk mewakili 10 (sepuluh) suku di Yunani yang dikenal dengan sebutan *Board of Tai Strategy*. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz, ia menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang (Diliana, 2021).

Strategi mempunyai dua konsekuensi, yaitu multifungsi dan multidimensi maka dengan itu sangat perlu untuk mempertimbangan faktor-faktor eksternal maupun internal yang akan dihadapi oleh pelaku usaha ekonomi kreatif. (David, 2006). Menurut Hame dan Prahala, strategi memiliki banyak pengertian yang bermacam-macam, maka strategi merupakan suatu tindakan yang senantiasa meningkat (incremental) dan terus menerus, dan mampu dilakukannya dengan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diinginkan ataupun diharapkan oleh masyarakat ataupun konsumen (Wening Ken Widodasih & Satpatmanta, 2022).

Menurut Steiner dan Miner (1997) strategi dapat didefinisikan menjadi dua perspektif, perspektif yang pertama strategi adalah program yang luas untuk mendefinisikan dan mewujudkan tujuan organisasi dan melaksanakan misinya (Steiner George A, 1997). Perspektif yang kedua, strategi merupakan pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Strategi juga bisa diartikan sebagai perencanaan manajemen puncak untuk mencapai hasil yang konsisten dengan misi dan tujuan organisasi (Ani Susilowati et al., 2020).

Dalam teori manajemen strategi yang diajukan oleh Fred R. David dan Forest R. David. Evaluasi ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni

perumusan dari berbagai yaitu strategi formulasi (*strategy formulation*), implementasi strategi (*implementation strategy*), dan evaluasi strategi (*strategy evaluation*) (Kholis, 2023).

a. Formulasi

Tahap yang sangat penting dalam proses perencanaan strategi adalah menentukan alternatif strategi yang paling menguntungkan. Keputusan ini memiliki dampak besar karena dapat menentukan pilihan strategi yang paling sesuai sebelum pelaksanaan strategi dimulai.

b. Implementasi

Pelaksanaan strategi, menurut konsep Fred R. David dan Forest R. David, melibatkan beberapa aspek penting. Ini termasuk merumuskan tujuan tahunan yang spesifik, mengembangkan kebijakan yang mendorong motivasi pelaku ekonomi, dan mengalokasikan sumber daya secara efektif. Hal ini bertujuan untuk memastikan strategi yang telah dirancang dapat diimplementasikan dengan sukses.

c. Evaluasi

Evaluasi strategi dan peran pelaku ekonomi kreatif di Desa adalah suatu rangkaian kegiatan yang dijalankan secara berskala melalui rapat evaluasi. Proses evaluasi ini bukanlah sekadar tindakan sporadis, melainkan sebuah upaya berkelanjutan yang terstruktur dengan jadwal yang telah ditentukan, baik yang diadakan setiap bulan, triwulan, semester, atau bahkan tahunan.

Ditinjau dari macam-macam strategi, dapat dibagi menjadi beberapa macam diantaranya (Jayanti, 2022) :

a) Strategi integrasi

Strategi integrasi adalah strategi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk mengontrol masalah distributor, hingga dalam perencanaan pesaing. Ada beberapa jenis strategi integritas, yaitu:

1. *Forward integration strategy* adalah upaya pengendalian terhadap distributor ataupun pengecer berjalan sesuai dengan kehendak perusahaan/organisasi. Bagi perusahaan atau organisasi besar, cara pengendalian dapat dilakukan dengan cara memilikinya.
2. *Backward integration strategy* adalah cara perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap bahan baku. Jadi perusahaan mengontrol betul kualitas dan bahan baku agar hasil sesuai standar yang sudah ditentukan.
3. *Horizontal integration strategy* adalah jenis strategi yang fokus pada pertumbuhan, termasuk untuk mendapatkan pengendalian atas para pesain maupun mendapatkan kepemilikan.

b) Strategi intensif

Strategi intensif adalah strategi yang lebih cocok untuk penetrasi pasar ataupun untuk melihat pengembangan produk yang berkembang. Jika konteksnya dalam dunia bisnis, strategi intensif sebagai upaya untuk melihat posisi dan usaha yang tepat demi meningkatkan penjualan ataupun peningkatan produksi.

c) Strategi diversitas

Strategi diversitas, yaitu strategi yang lebih sering digunakan untuk upaya menambahkan produk baru atau jasa baru di dalam perusahaan, tanpa harus merusak atau mengganggu selera pelanggan yang ada.

d) Strategi defensif

Strategi defensive merupakan strategi dalam menjalankan usaha berdasarkan rasionalitas. Baik itu rasionalitas dalam hal likuidasi, biaya ataupun yang lain. Bagaimanapun juga rasionalitas menjadi salah satu kunci keberhasilan mencapai tujuan yang diinginkan tanpa harus merusak skema dan alur.

Dalam penelitian ini mengacu pada teori Iman Mulyana (2010:45) yang menyebutkan bahwa Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumberdaya dan lingkungan secara efektif. Menurut Iman Mulyana strategi memiliki lima unsur dalam yang dimaksud dalam pengertiannya, diantaranya 1). Kemampuan. 2) sumber daya. 3) lingkungan. 4) tujuan. Empat unsur tersebut sedemikian rupa diartikan secara rasional dan indah sehingga muncul beberapa alternative pilihan yang kemudian dievaluasi dan diambil yang terbaik. Lantas hasilnya diumumkan secara tersurat sebagai pedoman taktik yang selanjutnya turun pada tindakan operasional (Febriana Sulistya Pratiwi., 2022).

2. Strategi Perspektif Islam

Islam telah memberikan panduan terhadap apapun kegiatan dalam kehidupan manusia. Bukan saja mengatur urusan dalam lingkup ibadah mahdah saja, namun islam juga mengatur juga urusan sosial ekonomi (ghairu mahdah)

yang di sebut dengan muamalah seperti peniagaan, perdagangan, jual beli, bahkan bisnis secara umum (Sudrajat, 2020). Hal ini telah di jelaskan dalam firman Allah SWT.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَفْضْتُمْ مِنْ عَرَفْتٍ فَادْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾ (البقرة/2: 198)

Artinya :

“Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu pada musim haji). Apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masyarilharam.60) Berzikirlah kepada Nya karena Dia telah memberi petunjuk kepadamu meskipun sebelumnya kamu benar benar termasuk orang orang yang sesat. 60) Yang dimaksud dengan Masyarilharam adalah bukit Quzah di Muzdalifah. Akan tetapi, telah disepakati bahwa Muzdalifah secara keseluruhan dapat digunakan sebagai tempat mabīt”. Al Baqarah/2:198)

Berkenaan dengan strategi Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridho Allah SWT. Hal ini seperti yang dikatakan Allah SWT dalam surat Al-Mulk ayat 2-3 yang berbunyi:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الْغَفُورُ ﴿٢﴾ الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا مَا تَرَى فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِنْ تَفْوُتٍ فَارْجِعِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَى مِنْ فُطُورٍ ﴿٣﴾ (الملك/67:2-3)

Artinya :

“yaitu yang menciptakan kematian dan kehidupan untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun.3. Dia juga) yang menciptakan tujuh langit berlapis lapis. Kamu tidak akan melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pengasih ketidakseimbangan sedikit pun. Maka, lihatlah sekali lagi Adakah kamu melihat suatu cela?” Al Mulk/67:2 3).

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap menjalankan aktivitasnya harus memenuhi dua syarat sekaligus, yaitu niat dan ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu

sekaligus, maka amal itu tergolong ahsan (ahsanul amal), yakni amal terbaik di sisi Allah SWT (Hidayati, 2018) .

3. Strategi Perspektif Konvensional

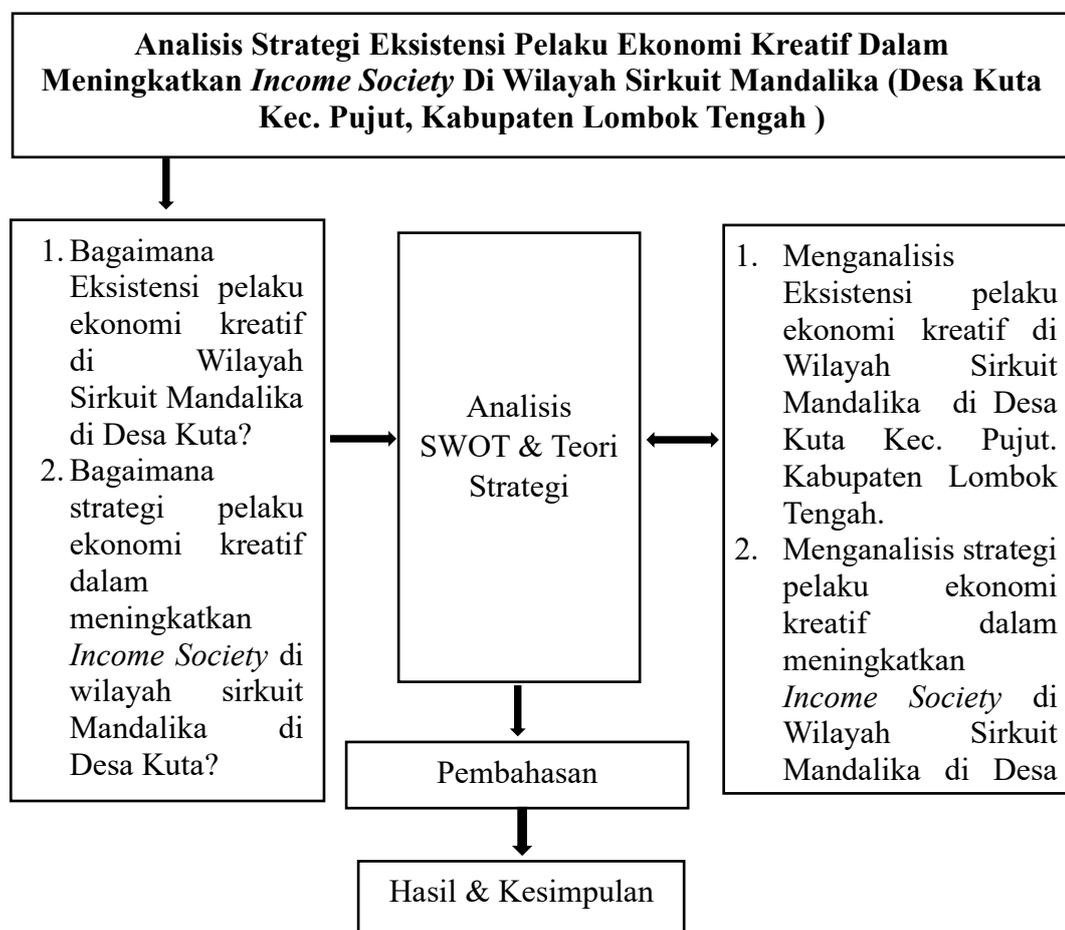
Strategi berbasis pada perspektif konvensional dibangun di atas premis kebutuhan manusia yang tak terbatas dan asumsi bahwa keputusan konsumsi seseorang adalah hak prerogatifnya yang tidak boleh dicampuri oleh orang lain selain dirinya, telah menyebabkan kerusakan lingkungan dan kemanusiaan yang sangat parah. Salah satu sebabnya adalah dalam perilaku konvensional seseorang hanya perlu memperhatikan dirinya sendiri saja dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya tanpa perlu memperhatikan kepentingan orang lain maupun lingkungan di mana dia hidup, apalagi kemauan Tuhan (Hidayati, 2018).

Dalam jajaran para pemikir ekonomi Islam, kritik terhadap strategi pembangunan barat disertai tawaran alternatif dari perspektif ekonomi Islam dilontarkan oleh Fahim Khan, ketua Pusat Bisnis Islam Universitas Internasional Riphah Pakistan, aktivis dan pernah menjadi direktur Islamic Research and Training Institute (IRTI). Pemikiran Fahim Khan berangkat dari keprihatinannya terhadap strategi konvensional dalam mengatasi problematika pengangguran terutama di negara-negara yang sedang berkembang yang berupaya memacu pembangunan ekonomi. Fokus perhatian strategi tersebut bertumpu pada masalah banyaknya surplus tenaga kerja serta kondisi upah yang memprihatinkan (Murtadho, 2016).

F. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran adalah alur pemikiran peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metedo, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini(Aini, 2023).

Gambar 2.1 Skematika Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian berasal dari kata ” metode ” yang artinya adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan ”logos” yang artinya adalah ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan, sehingga pengertian metode penelitian adalah ilmu yang menerangkan bagaimana sebaiknya dan seharusnya penelitian itu dilaksanakan (Purba, 2021).

Metode penelitian memiliki tujuan dan tugas tertentu. Secara umum, tujuan penelitian terbagi dalam tiga kategori, yaitu penemuan, pembuktian, dan pengembangan. Kajian dilakukan untuk memperoleh pengetahuan guna memecahkan masalah-masalah praktis dan teoritis. Tentunya hasil data penelitian sangat penting, karena dalam penelitian harus menggunakan metode yang benar agar diperoleh data yang menunjukkan hasil yang dapat dipercaya. Karena penelitian adalah penyebaran keingintahuan manusia pada tingkat ilmiah, maka keingintahuan manusialah yang memotivasi kegiatan penelitian, yang pada gilirannya mendorong kemajuan ilmu pengetahuan (Tampubolon, 2023).

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan tata cara yang di gunakan oleh seorang peneliti dalam penelitian kualitatif (Rukin, 2019). Robert K. Yin menyebutkan bahwa penelitian kualitatif merupakan studi kasus yang berfokus pada

pemahaman mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Ia menekankan pentingnya konteks, kompleksitas, dan pemahaman holistik terhadap fenomena tersebut. Dalam penelitian kualitatif ada empat pendekatan yakni etnografi, fenomenologi, *grounded theory* dan terakhir studi kasus. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus.

Studi kasus adalah metode penelitian yang bertitik tolak dari suatu kasus yang dialami oleh individu, kelompok masyarakat, institusi/organisasi, yang memperlihatkan sebuah fenomena berupa masalah sosial. Di dalam kaitannya dengan penelitian keagamaan maka studi kasus mengangkat problematika keagamaan dan segala fenomena yang berkaitan dengan fenomena tersebut. Mengutip Creswell (2013), Chawa dkk mendefinisikan bahwa studi kasus merupakan penelitian kualitatif yang mengkaji konteks kehidupan yang nyata, baik terdiri dari satu ataupun beberapa kasus yang kontemporer dari waktu ke waktu (Zaluci, 2021).

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti merupakan mutlak karena adanya posisi sebagai instrumen, penghimpunan dan penganalisis data, sehingga keberadaan pihak peneliti menjadi hal yang sangat di butuhkan pada studi lapangan (Hidayat, 2021). Oleh karena itu, kehadiran dan ketertiban peneliti sangat diperlukan, karena pengumpulan data harus dilakukan dalam situasi nyata. Selain itu, peran peneliti juga sangat penting, karena peneliti harus merencanakan, mengumpulkan data, menganalisis dan melaporkan hasil penelitian.

Pada dasarnya kehadiran peneliti dalam penelitian sebagai pengamat penuh. Artinya dalam proses pengumpulan data penelitian, tidak menjadi anggota atau pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika, tetapi keberadaan peneliti dalam penelitian ini diketahui objek yang diteliti. Kehadiran peneliti dalam proses penelitian ini berkaitan dengan proses perencanaan, pelaksanaan pengumpulan data, analisis dan interpretasi data sampai dengan tahap pelaporan hasil penelitian ini (Hukmi, 2022).

C. Latar Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Wilayah Sirkuit Mandalika Di Desa Kuta Kec. Pujut, Kabupaten Lombok Tengah menjadi objek penelitian lapangan dengan tehnik pengumpulan data kualitatif.

D. Data Dan Sumber Data Penelitian

Data adalah bahan mentah yang harus diolah untuk menjadi sebuah informasi yang menjawab pertanyaan-pertanyaan fokus penelitian. Lofland dalam Moleong (2007:157) menyatakan bahwa “Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik” (Kurniawan Candra Guzman, 2019).

Data didapatkan dari dua sumber yang dianggap valid dan ilmiah :

- a. Data primer yaitu data mentah yang diperoleh peneliti dari narasumber pada Wilayah Sirkuit Mandalika. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan

dari para informan dan juga melalui pengamatan langsung di lapangan. Maka dari itu peneliti mrendapatkan sumber data melalui pemilihan responden berdasarkan kebutuhan dan jenis data yang harus diperoleh agar data yang didapatkan valid dan kredibel. Berikut nama-nama dan jabatan dari informan dari penelitian ini:

Tabel 3.1 Data Informan

No	Nama	Jabatan
1	Mirate	Kepala Desa Kuta
2	Supriadin	Sekretaris Desa Kuta
3	Abdul Mutholib	Kadus Dusun Ujung
4	Ahmad Diawarman	Penjual Baju dan Asesoris (UMKM)
5	Muhammad Mahsan	Penjual Selempang khas sasak (UMKM)
6	Suharti	Pemilik Warung Makan (UMKM)
7	M.Resi	Penjual Baju Sasak dan Baju khas Motor GP (UMKM)
8	Mahmudin	Penjual Kerajinan Tangan (UMKM)
9	Lalu Mukmi	Penjual Baju adat Sasak (UMKM)
10	Sami'un	Pemilik Toko Sembako "Amanah"
11	Abdurahman /Amaq Ade	Penjual keliling (UMKM)
12	Martana /Amaq Atin	Pemilik Penginapan Rumah
13	Ratimah	Pemilik Penginapan Rumah
14	Suharni	Pemilik sewa kendaraan listrik
15	Marati	Pejual penjual selempang UMKM)

Sumber : Diolah juli 2024

- b. Data sekunder yaitu data hasil olahan baik dari pihak responden maupun pihak lain. Data sekunder yang dibutuhkan dari responden adalah profil Desa Kuta, keadaan goeografis,kondsis geografis, tingkat pendidikan , sumber daya manusia, dan dokumen lain terkait penelitian. Sedangkan data sekunder lain didapatkan dari buku-buku rujukan, jurnal ilmiah, website, laporan dan lainnya.

E. Tehnik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan akan menjadi data yang relevan dengan menggunakan tehnik matang dan tujuan yang kuat untuk mendapatkannya, maka dari itu diperlukan ada prosedur yang efektif dalam pengumpulan data agar tidak terjadi tumpang dintih dalam pengumpulan data. ada tehnik/metode dalam pengumpulan data pada penelitian kualitatif. Diantaranya :

1. Observasi

Observasi merupakan cara mengumpulkan data dengan pengamatan secara langsung di lapangan penelitian (Issanul Hikmah, 2023). Sehingga *observer* sangat perlu untuk meninjau secara langsung pelaku kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika sebagai objek penelitian.

Tabel 3.2 Metode Observasi

No	Fokus Penelitian	Data	Fenomena
1	Bagaimana Eksistensi pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika di Desa Kuta.	Dokumen profil Desa Kuta, dokumen pelaku ekonomi kreatif , pendapatan masyarakat (<i>income society</i>) pada masyarakat di Desa Kuta, Kec. Pujut, Kab. Lombok Tengah.	Tingkat pendapatan masyarakat Desa Kuta, kondisi ekonomi masyarakat Desa Kuta, jenis pelaku ekonomi di Desa Kuta, strategi apa saja yang dilakukan pelaku ekonomi kretaif.
2	Bagaimana strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>Income Society</i> di wilayah sirkuit Mandalika di Desa Kuta.	Seperti apa kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Kuta, Kec. Pujut, Kab. Lombok Tengah.	Kegiatan ekonomi di Desa Desa Kuta, Kec. Pujut, Kab. Lombok Tengah.

Sumber : Diolah Maret 2024

2. Wawancara

Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan penelitian. Wawancara kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan perspektif individu terkait fenomena yang diteliti (Ardiansyah et al., 2023). Wawancara di lakukan dengan pendekatan langsung kepada pelaku ekonomi kreatif yang ada di Desa Kuta, Kec. Pujut, Kab. Lombok Tengah.

Tabel 3.3 Metode Wawancara

No	Fokus Penelitian	Data	Informan	Metode wawancara
1	Eksistensi pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sircuit Mandalika	Kegiatan pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>income society</i> di Wilayah sircuit Mandalika Desa Kuta. Data primer dan Data Sekunder	Pemerintahan Desa, tokoh masyarakat, pelaku ekonomi kreatif di Desa Kuta	1. Wawancara terstruktur, untuk mengetahui eksistensi pelaku ekonomi yang berada di Desa Kuta. 2. Wawancara terstruktur untuk mengetahui peran pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>income society</i> di wilayah sircuit Mandalika Di Desa Kuta

2	Strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>income society</i> di Wilayah Sircuit Mandalika di Desa Kuta	Dampak strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>income society</i> di Wilayah Sircuit Mandalika di Desa Kuta dengan menggunakan teori strategi.	Masyarakat atau pelaku ekonomi kreatif, tokoh Agama, Tokoh Masyarakat dan para pelaku ekonomi secara umum, dan terakhir pemerintah desa	1. Wawancar a terstruktur, untuk mengetahui eksistensi pelaku ekonomi yang berada di Desa Kuta. 2. Wawancar a terstruktur untuk mengetahui peran pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>income society</i> di wilayah sircuit Mandalika Di Desa Kuta
---	--	--	---	---

Sumber : Diolah Maret 2024

3. Dokumentasi

Tehnik dokumentasi merupakan data pelengkap melalui foto, video, rekaman yang dipandang sebagai narasumber yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti. Adapun data dokumentasi akan dilakukan pada ekonomi kreatif di Desa Kuta.

Tabel 3.4 Metode Dokumentasi

No	Fokus Penelitian	Jenis Dokumentasi
1	Eksistensi pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika di Desa Kuta	Lokasi Geografis, dokumen kependudukan, kepegawaian, Pelaku ekonomi kreatif, jumlah dokumen ketenagakerjaan.
2	Strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan <i>Income Society</i> di wilayah sirkuit Mandalika di Desa Kuta	Foto kegiatan ekonomi, strategi ekonomi, langkah-langkah meningkatkan <i>Income Scociety</i>

Sumber : Diolah Maret 2024

F. Tehnik Analisis Data

Menurut Creswell (2014) dalam (Fatimah, 2023) memberikan penjelasan bahwa untuk menganalisis data kualitatif, peneliti bergerak dalam lingkaran analisis data dengan data teks atau gambar (misalnya, foto, rekaman video) dan keluar dengan laporan atau narasi. Beberapa hal perlu diperhatikan dalam analisis data yaitu a) upaya mencari data adalah proses lapangan dengan persiapan pralapangan, b) menata secara sistematis hasil temuan di lapangan, c) menyajikan temuan lapangan, d) mencari makna. Sifat analisis dalam penelitian kualitatif adalah pendeskripsian fenomena yang terjadi diikuti dengan tafsir terhadap makna yang ada dibalik apa yang terlihat.

Pada Penelitian ini menggunakan tehnik analisis SWOT sebagai analisis utama, sedangkan analisis yang mengungkapkan tentang triangulasi merupakan analisis pendukung. Adapun analisis SWOT adalah suatu analisis kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk memformulasikan strategi dalam suatu kegiatan.. maka langka pertama adalah data yang diperoleh terlebih dahulu dianalisa yaitu faktor internal dan eksternal. Data ini akan dimasukan ke dalam matriks IFE (*internal factor Evaluation*) untuk mendapatkan faktor-faktor peluang dan ancaman yang di hadapi pelaku ekonomi kreatif. Langakh kedua adalah percocokan faktor-faktor internal dan eksternal untuk menyusun strategi. Pada tahapan ini digunakan analisa SWOT untuk memperoleh alternatif strategi berdasarkan kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Langkah ketiga adalah mengambil keputusan terhadap

strategi yang di buat. pada tahapan ini matriks QSPM (*quantative Strategic Planing Matriks*) digunakan.

Tahapan Analisis Data :

1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE merupakan alat perimusan strategi yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan utama pada pelaku ekonomi kreatif. Tahap-tahp ini menentukan beberapa faktor lingkungan internal dalam matriks IFE (David, 2006).Diantaranya:

- a. Membuat daftar faktor internal yang telah diidentofikasi melalui proses evaluasi. Faktor kekuatan di dahulukan daripada faktor kelemahan.
- b. Memberi bobot pada masing-masing faktor dengan skala mulai dari 0,00 (tidak penting) sampai dengan 1,00 (sangat penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap psosisi strategi pelaku ekonomi kreatif. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Bobot menunjukan penting atau tidak faktor tersebut.
- c. Membrikan rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4=respon sangat kuat, 3= respon kuat, 2=respon lemah, 1= respon sangat lemah, harus diperhatikan bahwa kekuatan harus mendapatkan rating 3 atau 4 dan kelemahan mendapatkan rating 2 atau 1.
- d. Kalikan bobot dengan setiap faktor rating untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing faktor.
- e. Jumlahkan semua nilai yang ada untuk mendapatkan total nilai.

Tabel 3.5 Matriks Evaluation Faktor Internal (IFE)

Faktor Internal Kunci	Bobot	Peringkat	Nilai tertimbang
Kekuatan Internal			
1.			
2.			
Kelemahan Internal			
1.			
2			

Sumber : David (Manajemen Strategi), Hal 207

2. Matriks EFE

Setelah menggunakan faktor internal, langkah selanjutnya adalah mengalisis faktor eksternal. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) memungkinkan para penyusun strategi mengavaluasi informasi ekonomi, politik, hukum, teknologi dan budaya sosial. Tahapan pada matriks EFE ini juga dilakukan beberapa tahap, di antaranya:

- a. Tentukan faktor-faktor eksternal yang diidentifikasi dalam proses audit eksternal. Masukkan dari total sepuluh hingga dua puluh faktor yang mempengaruhi pelaku ekonomi kreatif dan industrinya.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Bobot mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan pelaku ekonomi kreatif dal suatu industri.
- c. Berikan peringkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor internal kunci tentang seberapa efektif strategi pelaku ekonomi kreatif saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4= respon sangat baik, 3=respon baik, 2=respon lemah dan 1= respon sangat lemah.
- d. Kalikan masing-masing bobot faktor dengan ratingnya untuk menentukan nilai tertimbang.

- e. Jumlahkan nilai tertimbang pada setiap variabel untuk menentukan total nilai tertimbang bagi perusahaan

Tabel 3.6 Matriks Evaluation Faktor Eksternal (EFE)

Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Peringkat	Nilai tertimbang
Peluang			
1.			
2.			
Ancaman			
1.			
2			

Sumber : David (Manajemen Strategi), Hal 145

3. Matriks SWOT

Pada tahapan ini adalah tahap pencocokan dengan menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal yang telah diidentifikasi untuk menciptakan alternatif strategi. Matriks SWOT menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi. Seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7 Matriks SWOT

	Strength (S) Tuliskan Kekuatan	Weakness (W) Tuliskan Kelemahan
Peluang (O) Tuliskan Peluang	Strategi SO Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang	Strategi WO Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman T Tuliskan ancaman	Strategi ST Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Minimalkan kelemahan dan hindari ancaman

Sumber : Isniati dan M. Rizki Fazriansyah, Hal 64

Matriks ini adalah alat untuk mencocokkan yang penting untuk membantu

manajer mengembangkan empat tipe strategi :

- Strategi SO (Strength-Opportunities): yaitu kekuatan dan ancaman
- Strategi WO (Weakness-Opportunities): yaitu kekuatan-ancaman
- Strategi ST (Strength-Treats): yaitu kekuatan-ancaman
- Strategi WT (Weakness-Treats): yaitu kelemahan-ancaman.

Adapun delapan langkah yang terlibat dalam membuat matriks SWOT:

1. Susun daftar peluang perusahaan
2. Susun daftar ancaman perusahaan
3. Susun daftar kekuatan perusahaan
4. Susun daftar kelemahan perusahaan
5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi S-O.
6. Cocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi W-O.
7. Cocokkan kekuatan internal dan peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi S-T.
8. Cocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi W-T.

G. Keabsahan Data

Dalam pengecekan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan melakukan cara melakukan uji kredibilitas, reabilitas dan obyektifitas.. Untuk memperoleh data yang relevan, peneliti melakukan verifikasi keabsahan data penelitian dengan cara perpanjangan pengamatan dan triangulasi

1. Perpanjangan Observasi

Peneliti melakukan perluasan observasi dengan kembali ke lapangan, mengulangi proses observasi, serta melakukan wawancara lagi dengan informan yang telah ditemui sebelumnya atau yang baru.

2. Triangulasi

Triangulasi merupakan metode untuk memeriksa dan menguji keabsahan serta kredibilitas suatu data. Tujuan perbedaan di antara narasumber (informan), menyimpulkan data dengan akurat dan tepat (Fatimah, 2023).

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Desa Kuta di Lombok, Nusa Tenggara Barat, memang terletak di lokasi yang strategis di pesisir pantai, dengan potensi wisata yang besar. Dengan 2.158 keluarga yang tinggal di sana, Desa Kuta memiliki luas 2.366 hektar, menjadikannya salah satu desa terluas di Kecamatan Pujut. Meskipun memiliki curah hujan yang relatif rendah, hanya sekitar 125 mm per tahun, suhu udara di desa ini berkisar antara 18°C hingga 34°C, yang nyaman bagi pengunjung. Desa Kuta Lombok merupakan sembilan kawasan pariwisata di Lombok (Perda No. 9 tahun 1989 tentang penetapan 15 kawasan pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat) (K a n o m, 2015). Desa Kuta Lombok merupakan kawasan pariwisata yang terletak bagian selatan Pulau Lombok yaitu di Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah, berjarak sekitar 10 km atau perjalanan + 20–30 menit dari Bandara Internasional Lombok (BIL), serta jarak dari Kota Mataram ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yaitu sekitar 50 km.

Dengan kondisi geografisnya yang berada di pesisir, Desa Kuta menawarkan berbagai potensi wisata, seperti pantai-pantai indah, kegiatan olahraga air, dan kehidupan laut yang menarik. Potensi wisata ini bisa menjadi peluang besar untuk pengembangan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Selain itu Desa Kuta juga menawarkan berbagai keindahan pantai dan juga dengan perbukitan yang menawan, kegiatan ekonomi masyarakatnya cenderung terfokus pada sektor pariwisata. Desa Kuta juga merupakan destinasi wisata yang populer, menarik banyak wisatawan asing yang datang untuk berlibur atau menginap di sana. Di sekitar Desa Kuta, terdapat beragam tempat hiburan, kafe, homestay, villa, dan hotel besar yang menawarkan penginapan bagi wisatawan. Di sepanjang pantai, banyak pelaku ekonomi menjual barang dagangan mereka. Selain pariwisata, sebagian besar penduduk juga terlibat dalam sektor perikanan. Meskipun lahan pertaniannya terbatas, banyak penduduk Desa Kuta yang menjadi petani atau pemburu, meski memiliki lahan pertanian di luar wilayah Kuta.

2. Keadaan Geografis

Melihat dari kondisinya, perkembangan Desa Kuta dari tahun ke tahun terlihat signifikan dalam berbagai aspek seperti ekonomi, sosial, lingkungan, dan pariwisata, yang dapat disebabkan oleh hadirnya Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. Pada masa lampau, mayoritas Desa Kuta terdiri dari jalan tanah, yang seringkali menjadi masalah terutama saat musim hujan, serta bangunan dan rumah yang sederhana dengan fasilitas yang terbatas.

Dari segi ekonomi, pendapatan rata-rata masih rendah karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Namun, seiring berjalannya waktu, Desa Kuta telah mengalami transformasi yang cukup mencolok. Perubahan ini dipengaruhi oleh kebijakan serta dampak positif dari Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, juga semangat masyarakat Desa Kuta untuk meningkatkan kualitas hidup

mereka. Meskipun demikian, masih terdapat banyak fasilitas umum yang dapat dinikmati oleh penduduk Desa Kuta. Desa ini berjarak sekitar 8 kilometer dari pusat kota, dengan luas wilayah mencapai 2.366 hektar, yang setara dengan sekitar 10,13% dari total luas Kecamatan Pujut. Desa Kuta merupakan desa terbesar keempat di Kecamatan Pujut, dengan ketinggian tanah berkisar antara 5 hingga 10 meter di atas permukaan laut. Desa ini memiliki curah hujan tahunan sekitar 125 mm dan suhu udara antara 18 hingga 34 derajat Celsius. Sebagai desa pesisir, Desa Kuta memiliki potensi besar dalam bidang pariwisata. Masyarakat Desa Kuta memiliki Budaya yang disebut dengan “Ngapung”.

Adapun pembagian Administrasi Desa Kuta sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa Rambitan
Sebelah Timur : Desa Sukadana Dan Desa Sengkol
Sebelah Selatan : Samudra Indonesia
Sebelah Barat : Desa Prabu

3. Kondisi Geografis

Di antara 16 desa di Kecamatan Pujut, Desa Kuta menonjol dengan tingkat kepadatan penduduk yang relatif rendah. Desa Kuta menduduki peringkat keempat dari total 16 desa di Kecamatan Pujut berdasarkan tingkat kepadatan penduduk yang rendah. Jumlah kepala keluarga di Desa Kuta sendiri mencapai 3.004, terdiri dari kepala keluarga pria, dengan jumlah 43 kepala keluarga perempuan. Total penduduk laki-laki sebanyak 5.778, sedangkan penduduk perempuan mencapai 5.939, sehingga jumlah total penduduk mencapai 11.711 orang.

4. Sumber Daya Manusia (SDM) Desa Kuta

Desa kuta memiliki sumber daya manusia (SDM) yang tergolong rendah, sebagaimana yang disampaikan oleh kepala Desa Kuta Bapak Mirate di Kantor Desa, sebagai berikut :

“Di lingkungan kami, tingkat pendidikan masyarakat masih sangat rendah. Mayoritas dari mereka, setelah menyelesaikan pendidikan menengah seperti SMA atau SMP, tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Mereka lebih memilih untuk mencari pekerjaan demi mencari penghasilan, daripada melanjutkan pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi. Pandangan ini yang mendorong pihak Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) menyelenggarakan pelatihan kerja, karena masyarakat disini berpendapat bahwa sekolah memerlukan biaya, sementara bekerja memberikan penghasilan langsung. Bahkan, beberapa anak yang baru lulus sekolah dasar memutuskan untuk tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya, dan memilih membantu orang tua mereka mencari nafkah. Kondisi ini membuat sulit untuk menemukan individu yang memiliki kualifikasi pendidikan tinggi yang dapat membantu dalam pembangunan desa, terutama bagi proyek-proyek seperti ITDC yang membutuhkan tenaga kerja lokal yang mempunyai daya terampil dan berpendidikan.”(Wawancara Mei 2024).

Dari penjelasan kepala Desa Kuta tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sumber daya manusia (SDM) di Desa Kuta sangat tergolong rendah, sebagian besar pelaku ekonomi di wilayah desa Desa Kuta merupakan anak-anak putus sekolah baik dari tingkat SMA, SMP, dan bahkan SD.

5. Keadaan Pendidikan Masyarakat Desa Kuta

Desa Kuta memiliki prasarana pendidikan yang cukup memumpuni dan tidak jauh dari jangkauan masyarakat. Namun hal ini jarang di mamfaatkan oleh anak-anak maupun orang tua, maka dari itu pendidikan masyarakat di Desa Kuta masih relatif rendah. Dilihat dari data pendidikan dan infrastruktur di Desa Kuta.

Tabel 4.1 : Prasarana Pendidikan Desa Kuta

No	Lembaga Pendidikan	Jumlah
1	TK (taman kanak-kanak)	9
2	SD (sekolah Dasar)	4
3	SMP (sekolah menengah pertama)	2
4	SMA (sekolah menengah atas)	2
5	Sekolah Islam	4
6	Raudatul Atfal	4
7	Ibtida'iyah	4
8	Mts (madrasah tsanawiyah)	2
9	MA (madrasah aliyah)	2
10	Pondok Pesantren	1

Sumber : profil Desa Kuta, 2023

Dari data diatas menunjukkan bahwa lembaga pendidikan di Desa Kuta sudah cukup memadai dan masyarakat pun tidak memiliki alasan untuk tidak melanjutkan pendidikan di tingkat yang tinggi. Prasarana pendidikan hanya untuk masyarakat supaya mereka memiliki pengetahuan yang luas untuk menunjang kehidupan yang lebih baik. Namun masyarakat desa kuta sedikit memamfaatkannya. Hal ini menimbulkan banyak masyarakat kuta tidak bisa membaca dan menulis, dilihat dari data pendidikan penduduk di Desa Kuta :

Tabel. 4.2 : Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Kuta

No	Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Kuta	Jumlah Orang	Jumlah Penduduk Desa Kuta
1	Buta Huruf Dan Latin	680	11.711 Jiwa
2	Sekolah Dasar	95	
3	Tidak Tamat SD	314	
4	Lulus SMA	313	
5	Tidak Tamat SMA	219	

Sumber : Profil Desa Kuta, 2023

6. Keadaan Budaya Masyarakat Desa Kuta

Lombok Tengah merupakan daerah yang masih menjunjung tinggi kearifan lokal. Salah satunya yang ada di Desa Kuta yang dikenal sebagai salah

satu pusat budaya dan tradisi yang kaya. Mayoritas penduduknya berasal dari suku Sasak. Setiap hari Senin, mereka menjalankan tradisi ngapung yang telah diwariskan turun-temurun sejak zaman nenek moyang. Tradisi renang ini memiliki tujuan untuk menyembuhkan penyakit dengan mandi di laut, diharapkan semua penyakit dapat sembuh.

Selain tradisi ngapung, masyarakat Kuta juga menjaga tradisi nenek moyang mereka yang unik, yaitu praktik pernikahan dengan menculik gadis desa. Ini dipercayai sebagai cara untuk menikahi gadis yang dianggap istimewa. Proses menculik melibatkan 3 hingga 4 orang yang bekerja sama.. Tujuannya agar mereka keluar rumah sehingga proses menculik dapat dilakukan. Sementara itu, yang lainnya akan memberi tahu keluarga gadis tersebut mengenai niatan untuk menikah dan membahas persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon suami untuk menikahi gadis tersebut.

Terakhir Tradisi Upacara Roah Segare adalah ritual selamatan dan penolak bala yang diadakan oleh komunitas di Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Pelaksanaannya biasanya dipicu oleh peristiwa, seperti bencana atau penurunan hasil tangkapan ikan bagi para nelayan di Desa Kuta. Upacara Roah Segare menjadi bagian penting dalam tradisi masyarakat desa, khususnya bagi mereka yang menggantungkan hidup dari hasil laut. Seperti kebanyakan upacara tradisional, Roah Segare memiliki serangkaian tahapan yang harus dilalui. Ini meliputi tahap persiapan, yang mencakup segala persiapan sebelum hari pelaksanaan, dan kemudian dilanjutkan dengan upacara

inti, yaitu pelaksanaan Roah Segare itu sendiri (Ni Luh Ariani, I Made Sumerta, 2019).

7. Penganut Agama Masyarakat Desa Kuta

Desa Kuta dikenal sebagai desa yang kental dengan nilai-nilai keagamaan, dengan mayoritas penduduknya menganut agama Islam dengan jumlah yang mencapai hampir 100% beragama Islam. Agama Islam menjadi keyakinan utama bagi warga Desa Kuta, dan hal ini tercermin dalam banyaknya kegiatan keagamaan yang dipertahankan dan dilestarikan oleh masyarakat. Dukungan terhadap nilai-nilai syariat Islam tercermin dalam banyaknya lembaga keagamaan seperti sekolah Islam, Taman Pendidikan Al Quran (TPQ), masjid, dan musholla yang tersebar di seluruh Desa Kuta. Perayaan hari besar Islam juga sering diadakan, seperti takbir keliling untuk menyambut Hari Raya Idul Fitri/Idul Adha, dan lain sebagainya.

8. Kawasan Ekonomi Khusus Bagi Pelaku Ekonomi Di Desa Kuta

Desa Kuta memiliki sumber daya alam yang sangat menarik, potensi wisata mempesona di tambah dengan di tetapkannya kawasan ekonomi khusus (KEK) oleh TGB Dr. H. Muhammad Zainul Majdi, MA selaku Gubernur NTB dan di pilih Desa Kuta sebagai letak lokasi pembangunan kawasan ekonomi khusus pariwisata karena memiliki sumber potensi yang amat menarik pariwisata skala nasional bahkan internasional. Penetapan pantai Kuta sebagai kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di tetapkan melalui PP Nomor 52 Tahun 2014. Kawasan Ekonomi Khusus sendiri memiliki konsep pembangunan pariwisata, ekonomi, dan lingkungan dengan berorientasi pada kelestarian nilai dan kualitas

hidup masyarakat. Dari adanya Kawasan Ekonomi Khusus ini juga akan sangat menguntungkan bagi para pelaku ekonomi lokal yang ada di Desa Kuta untuk menjual hasil kreatifitas yang dimiliki untuk menunjang ekonomi yang lebih baik.

B. HASIL PENELITIAN

Hasil temuan pada penelitian ini berasal dari pengamatan peneliti yang diperoleh langsung di lapangan penelitian yaitu pada pelaku ekonomi kreatif yang ada di wilayah Sirkuit Mandalika di Desa Kuta yang digabungkan dengan wawancara mendalam serta disusun secara sistematis. Pelaku ekonomi kreatif yang ada di Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta yang menjadi titik fokus penelitian, diantaranya, 1. Eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *income society* di Wilayah Sirkuit Mandalika Di Desa Kuta, 2. Strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income Society* di Wilayah Sirkuit Mandalika Di Desa Kuta.

1. Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Di Wilayah Sirkuit Mandalika Di Desa Kuta

Keberadaan pelaku ekonomi kreatif merupakan salah satu bentuk kemajuan suatu daerah dengan memanfaatkan kreatifitas dan sumber daya alam yang indah, ditambah lagi dengan adanya sirkuit Mandalika di sekitarnya, hal ini pendorong utama pertumbuhan perekonomian di Desa Kuta dan meningkatkan pendapatan daerah melalui berbagai sektor diantaranya pariwisata, budaya, kerajinan, penginapan, UMKM dan pelaku ekonomi kreatif lainnya. Keberadaan pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika bertujuan untuk meningkat

perekonomian masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan bagi warga lokal. Sebagaimana yang disampaikan oleh kepala Desa Kuta Bapak Mirate yang di wawancarai di kantor bilau, sebagai berikut:

“Saya selaku kepala Desa sangat bangga dengan kemajuan perekonomian di desa saya dek, masyarakat dapat merasakan dampak dari kekayaan alam dan ditambah dengan adanya Sirkuit Mandalika, semua ini sangat membantu sekali dan masyarakat kamipun mulai menyadari akan penting mengelola sumber daya yang ada dek. Langkah utama kami ambil selaku pemerintah bagaiman cara meningkatkan perekonomian masyarakat, maka kami memberikan motivasi kepada masyarakat sekitar supaya lebi pintar memanfaatkan kelebihan yang ada” (Wawancara Mei 2024)

Hal ini juga di dukung oleh hasil observasi peneliti yang menemukan bahwa :

“Keberadaan pelaku ekonomi yang ada di desa Kuta memiliki variasi yaitu pariwisata, homesty, hotel, restoran, UMKM. Pertumbuhan perekonomian yang paling banyak di rasakan oleh pelaku ekonomi mikro, peningkatan pendapatan masyarakat dan ditambah dengan adanya sumbangsi dari keberadan sirkuit Mandalika yaitu sebesar 12 Miliar dari hasil pendapatan asli daerah (PAD)” (Observasi Mei 2024)

Keadaan ekonomi masyarakat desa Kuta sebelum adanya wilayah Sirkuit Mandalika banyak yang hidup di bawah garis kemiskinan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Kepala Desa Kuta Bapak Mirate pada saat wawancara di kantor bilau :

“Masyarakat di sini banyak yang pergi kerja sawit di kalimantan maupun di malaysia bahkan ada satu keluarga pergi ke malaysia karena mereka binggung mau kerja apa disini itupun terjadi sebelum adanya KEK (kawasan Ekonomi Khusus) dan sirkuit Mandalika, tapi sekarang Alhamdulillah banyak masyarakat mulai sadar dan membangun usaha sekitar rumah.” (Wawancara Mei 2024).

Hal ini senada juga yang disampaikan oleh Ahmad diawarman pada saat peneliti mewawancarai beliau dilapak miliknya:

“Saya beruntung tempat tinggal saya di sini dek, saya bisa buka usaha dan memperbaiki ekonomi rumah saya. Sebelumnya saya ini TKI di Malaysia lima tahun tinggalkan anak dan istri. Tapi alhamdulillah sekarang saya bisa buka usaha di rumah sendiri dan pendapatan saya lumayan yang penting tercukupi dari pada tinggal di negeri orang. Pada saat rame itu waktu lomba motor Gp itu saya bisa 300-500 perhari.” (Wawancara Mei 2024).

Keberadaan pelaku ekonomi kreatif di Sirkuit Mandalika mampu meningkatkan pendapatan masyarakat hal ini akan mengurangi kemiskinan dan potensi kenaikan pendapatan yang berkelanjutan. Angka kemiskinan di Desa Kuta dari tahun-ketahun mengalami penurunan yang signifikan yang mana di sampaikan oleh informan Ahmad diawarman. Hal ini juga didukung oleh penyempaian dari Muhammad Mahsan selaku masyarakat yang di disekitar Wilayah sirkuit Mandalika:

“Alhamdulillah arak perubahan lek hidup te ni. Laek jak cume te ngandelang bangket kance kebun unuk te kadu bertahan idup. Sengakne sekali setahun baun te betetaletan pas ne musim ujan doang, laguk leman ne sak arak mentiak ni alhamdulillah aneh ndek te susah lalo marak sak laek. Syukur le Allah Ta’ala arak sirkuit Mandalika sebauk jari pendorong ekonomi masyarakat ni.” (Wawancara Mei 2024).

Dari penjelasan Muhammad Mahsan semenjak adanya dan sebelum adanya Sirkuit Mandalika masyarakat Desa Kuta hanya mengandalkan hasil sawah dan kebun untuk kelangsungan hidupnya, itupun kalau ada yang di panen. Musim hujan merupakan musim tanam bagi masyarakat Desa Kuta itupun kalau tananmannya tidak rusak. Namun semenjak adanya sirkuit Mandalika masyarakat di Desa Kuta beralih profesi menjadi pelaku ekonomi mikro.

Hal ini juga ini juga dilanjutkan oleh ungkapan dari bapak Mahsan selaku pelaku ekonomi:

“Tiap ada ifen motor Gp pendapatan saya naik dek, banyak wisata asing dan wisata lokal yang menghadiri Motor Gp, berbeda dengan hari lainnya yang hanya wisata lokal itupun pada saat hari libur ramenya. Sebelumnya saya petani jagung beralih profesi ke jualan tenun khas lombok. Alhamdulillah hasil penjualan sangat cukup sekali.”(Wawancara Mei 2024).

Dari penjelasan pihak informan diatas diketahui bahwa Wilayah sirkuit Mandalika Memberikan pengaruh yang sangat positif bagi pelaku ekonomi kreatif dalam memperbaiki kehidupan ekonominya melalui kreatifitas dan celah dari keunggulan wisata lokal. Wilayah sirkuit dula di kenal dengan wilayah yang sangat panas dan Gersang karena berdekatan dengan pantai, semenjak adanya sirkuit Mandalika Wilayah perbaikan demi perbaikan merubah wilayah ini menjadi wilayah yang bersih dan tertata. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Ibu Suharti sebagai berikut:

“Ndek narak sak melek bedagang lek te, panas, langan ndek arak ruen pokoknya lenge. Laguk arak Sirkuit ini wah solah langan, bersih endah. Nane luek sak mele berdagang lek te.”(Wawancara Mei 2024).

Ibu Suharti mengatakan bahwa dulu sebelum adanya sirkuit Mandalika wilayah ini sangat panas dan jalanya rusak parah, dan banyak pelaku engan berjualan di situ yang hanya mengandalkan pantai di sektar sirkuit mandalika saja. Namun pada saat sirkuit mandalika resmi wisata asing maupun loka berdatangan untuk menikmati ifen motor Gp Internasional dan wisata alam yang indah. Hal ini menarik pelaku ekonomi untuk berjualan di sekitar wilayah sirkuit mandalika karena sangat berpotensi meningkatkan pendapatan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Resi selaku pselain pelaku ekonomi kaos lombok dan kaos motor Gp sebagai berikut:

“Saya pribadi merasakan perubahan hidup setelah menjual di wilayah sini, perekonomian yang sebelumnya tidak menentu sekarang sudah membaik, dulunya hanya tukang ojek pangkalan beralih untuk berjualan kaos lombok dan kaos motor Gp. Apalagi pada saat ifen motor Gp Internasional kami mersakan

peningkatan pendapatan berkali-lipat, karena harga jual berbeda dengan dengan hari biasa”(Wawancara Mei 2024).

Selain meningkatkan pendapatan masyarakat keberadaan pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika juga membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Sekdes Desa Kuta Bapak Supriadin sebagai berikut:

“Kami tetap mendorong masyarakat lokal untuk memanfaatkan lapangan pekerjaan di berbagai titik yang kami sudah siapkan dan berdekatan dengan Sirkuit Mandalika dan marasakan Desa Kuta pun merespon dengan baik.”(Wawancara Mei 2024).

Keberadaan pelaku ekonomi di Wilayah Sirkuit Mandalika mendorong lapangan pekerjaan di wilayah KEK. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Komisariss ITDC Bapak H. Irzani sebagai berikut:

“Wilayah KEK membuka lapangan pekerjaan sebesar 50 Ribu lapangan pekerjaan untuk masyakat lokal semenjak sebelum sirkuit Motor Gp, lapangan pekerjaan itu terdiri dari hotel, Restoran, Homesty, Toko Supenir dan pelaku ekonomi Mikro lainnya. pengupayaan supaya masyarakat bisa menikmati mamfaat dari potensi wisata dan ajang Olah Raga Motor Gp Internasional di Mndalika Kuta” (Wawancara Mei 2024).

Hal sama yang di sampaikan oleh satu pelaku ekonomi kreatif di bidang sewa jasa kendaraan bapak Mukmi sebagai berikut:

“Adanya KEK Mandalika ini saya sangat di bantu dari segi ekonomi saya, pendapatan saya meningkat kalau di hari libur apalagi pada saat ifen Motor Gp, kalau di hari biasa kadang ada yang sewa kadang juga ngak ada, tapi bagi saya pribadi sangat bersyukur adanya tempat untuk mencari penghasilan.”(Wawancara Mei 2024).

Dari penyampaian kedua informan diatas menunjukan bahwa keberadaan ekonomi kreatif di wilayah sirkuit mandalika dan adanya KEK berdampak positif pada pendapatan masyarakat lokal.

a. Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Di Wilayah Sirkuit Mandalika.

1. Faktor Internal

a) Sumber Daya Manusia

Keberadaan pelaku ekonomi kreatif di butuhkan sumber manusia yang inovatif supaya tercipta kreatifitas di setiap pelaku ekonomi yang ada di Desa Kuta, dengan cara mempersiapkan masyarakat untuk melakukan pekerjaannya sebagai pelaku usaha, terutama dalam pemilihan produk yang akan di pasarkan. Pemerintahan Desa telah memberikan motivasi kepada setiap masyarakat setempat untuk mengembangkan kreatifitas dalam memanfaatkan keunggulan daerah dengan adanya Sirkuit Mandalika. Hal tersebut diungkapkan oleh kepala Desa Kuta Bapak Mirate, sebagai berikut:

“Setiap ada ifen Motor Gp maupun tidak ada kami selalu memberikan dorongan dengan motivasi kepada masyarakat setempat supaya cerdas untuk mempergunakan sebaik-baiknya keunggulan yang ada sini, dan sudah banyak masyarakat mulai memanfaatkan keberadaan sirkuit Motor Gp dengan membuka Usaha sendiri.”(Wawancara Mei 2024).

Hal serupa yang diungkapkan oleh sekretaris Desa Kuta Bapak Supri, sebagai berikut:

“Memang benar bahwa kami selalu memberikan dorongan kepada masyarakat untuk selalu mempergunakan keadaan ini sebaik-baiknya, masyarakatpun merespon dengan baik malahan banyak dari masyarakat menyewakan rumahnya di dikontrakan pada saat ifen olah raga Motor Gp berlangsung.”(Wawancara Mei 2024).

Komisaris ITDC Bapak H. Irzani juga menambahkan bahwa sumber daya manusia yang ada, khususnya pada pelaku ekonomi kreatif memang sudah di

latih keterampilanya. Terutama dalam kawasan ekonomi khusus ini, sebagai penyampaian dari Komisaris ITDC:

“Masyarakat harus memahami apa yang disini, bagaiman cara mengolah dan mengelolanya, maka diperlukan cara dalam memasarkan, cara mengembangkan dan sebagainya maka dari tui kami selalu memberikan pelatihan kepada masyarakat. Pihak ITDC juga telah memberikan bantuan sosial dan memberikan usaha homesty untuk di sewakan agar masyarakat memiliki penghasilan sendiri.”(Wawancara Mei 2024).

Penyampain dari Komisaris ITDC ditambahkan oleh pelaku ekonomi kreatif selaku masyarakat setempat, dari bapak Lalu Mukmi, sebagai berikut:

“Selama 5 hari kami dilatih di kantor Mandalika, kami diajarkan bagaiman cara menggunakan sumber daya yang ada dan cara mengelolanya, pokoknya setiap pelatihan itu kami merasa di bantu” (Wawancara Mei 2024).

b) Pemasaran

Dalam dunia bisnis pelaku ekonomi di perlukan tehnik pemasaran untuk memperkenalkan produk-produk yang akan di sewakan dan diperjual beli. Terdapat banyak hal yang dilakukan untuk mempromosikan produk-produk yang di miliki. Hal ini juga di sampaikan oleh bapak Bapak H. Irzani, sebagai beriktu:

“Selalu ada cara untuk memperbaiki ekonomi masyarakat, dan kami selalu mengajarkan masyarakat untuk cara memperkenalkan produk yang dimiliki tanpa melupakan kearifan lokal masyarakat Kuta dan sekitarnya.”(Wawancara Mei 2024).

Begitupun yang disampaikan oleh pelaku ekonomi kreatif bapak Mahmudin selaku penjual kerajinan tangan, sebagai berikut:

“Benar’ kami kami tetap diberitahu cara untuk menarik para wisatawan supaya membeli hasil kerajinan ini, dulu kami duduk saja sambil jaga usaha, tapi setelah dilatih kamipun paham bagaimana cara pemasaran walaupun hanya dengan menyapa.” (Wawancara Mei 2024).

Hal ini juga diperkuat oleh penyampaian yang diucapkan sekretaris Desa Kuta bahwa setiap ada rapat selalu mengundang tokoh masyarakat dan pelaku ekonomi untuk hadir. Bapak Supri menyampaikan sebagai berikut:

“Pemerintah Desa tetap mengundang masyarakat jika ada rapat, untuk di berikan motivasi cara bagaimana pemasaran yang baik, mengelola keuangan, melatih diri supaya menarik wisatawan untuk memberi produk lokal dan menyewa homestay yang disediakan oleh masyarakat dan desa”.(Wawancara Mei 2024).

c) Produksi

Keberadaan ekonomi kreatif di wilayah sirkuit Mandalika memiliki cara yang unik pada setiap pelaku ekonomi kreatif. Hal tersebut dilakukan supaya wisata dan wisatawan mau membeli dan menikmati produk yang ditawarkan. Kualitas produk harus sesuai dengan adat dan istiadat supaya konsumen merasa tertarik untuk membelinya. Dalam penetapan standar kualitas produk pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika menjamin bahwa semua produk yang dipasarkan dari berbagai hasil usaha masyarakat lokal.

Proses produksi dan operasional pelaku ekonomi di Desa Kuta banyak menggunakan alat tradisional. Yang jadi penghambat dalam proses produksi adalah lamanya pembuatan dikarenakan masih menggunakan cara manual. Hal ini juga disampaikan oleh kepala Desa Kuta Bapak Mirate, sebagai berikut:

“Sebenarnya hasil produksi lokal banyak peminat, masyarakat pun banyak diuntungkan, dan masyarakat disini banyak yang mengambil produk lokal di

luar daerah untuk di jual kembali di sini, kain tenun, kerajinan tangan banyak peminat tapi lama proses pembuatanya” (Wawancara Mei 2024).

Begitu juga yang disampaikan oleh pelaku ekonomi yang berada di Wilayah Sirkuit Mandalika yaitu Bapak Resi, sebagai berikut;

“Alhamdulillah laku terus dek, keuntungan saya lumayan naik apalagi pas ada Motor Gp bisa habis, saya mengambil barang ini di desa seberang dek kadang ngak dapat juga karena terbatas barangnya harus tunggu ada dulu namanya aja kain tenun lombok dek.”(Wawancara Mei 2024).

Di tambah dengan penyampain yang di tuturkan oleh Ibu Inal, sebagai berikut:

“Saya ini baru-baru jualan kain lombok tapi alhamdulillah lancar, tidak menentu juga kadang habis kadang juga ngak laku,di hari tertentu aja di sini ramenya dek, tapi saya sangat di bantu perekonomian saya berjualan ini, sulitnya itu barangnya lama proses pembuatanya” (Wawancara Mei 2024).

2. Analisis Eksternal

a) Faktor Ekonomi

Keberadaan pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Kuta sangat berpengaruh pada faktor ekonomi berbagai faktor strategis pada semua pelaku ekonomi. Pelaku ekonomi kreatif yang ada di Desa Kuta tidak terlalu banyak di karenakan masih dalam proses perbaikan, sedangkan produksi lokal sangat terbatas berlawanan dengan bertambahnya wisata lokal maupun mancanegara datang di Desa Kuta. Sebagaimana yang di sampaikan oleh kepala Desa Kuta Bapak Mirate, sebagai berikut:

“Prodak lokal disini memang banyak yang minati, hampir di setiap sudut wilayah Kuta ini menjual nya,tapi prodak ini juga sedikit karena cara pembuatannya lama dan bahannya yang semakin berkurang”(Wawancara Mei 2024).

Hal ini juga akan menjadi peluang bagi pelaku ekonomi untuk meningkatkan daya cipta produk lokal. Selain itu, pertumbuhan ekonomi masyarakat desa Kuta meningkat atas permintaan hasil produk lokal, karena semakin banyak wisata lokal maupun wisata mancanegara yang datang tempat ini. Hal ini akan mendorong pendapatan masyarakat yang ada di Desa Kuta dan sekitarnya. Sebagaimana yang di sampaikan oleh salah satu pelaku ekonomi kreatif di bidang kerajinan tangan Bapak Ade, sebagai berikut:

“Alhamdulillah selama ini saya merasa bersyukur atas usaha ini, pendapatan yang saya peroleh bisa mencukupi keluarga dan biaya sekolah anak, saya jual ini sudah lama membuka usaha sebelum sirkuit Mandalika di buat.”(Wawancara Mei 2024).

b). Faktor Sosial dan Budaya

Perubahan pada faktor sosial, budaya sangatlah berpengaruh atas produk, pasar dan konsumen. Dengan semakin meningkatnya jumlah wisatawan gaya hidup masyarakat Kuta akan perlahan berubah. Maka dari itu diperlukan sebuah inovasi untuk meningkatkan daya produk lokal supaya konsumen atau masyarakat merasa bahagia.

Hingga saat ini pelaku ekonomi kreatif yang ada di Wilayah Sirkuit Mandalika sudah dapat melakukan perbaikan produk yang cukup banyak, inovasi tersebut akan disesuaikan dengan ifen Motor Gp dan hari tertentu. Hal ini dilakukan untuk menarik konsumen, supaya mereka menerima produk dengan baik dan tidak tertinggal dengan produk yang lainnya. Komisarais ITDC Bapak H. Irzani menegaskan bahwa:

“Untuk produk lokal kami tetap prioritaskan karena ini menyangkut masyarakat setempat, dan sekarang produk telah tersebar di berbagai titik

keramaian yang di Desa Kuta, kami fokuskan setiap produk lokal harus unggul dan banyak peminat” (Wawancara Mei 2024).

c). Kekuatan Teknologi

Pemamfaatan teknologi pada pelaku ekonomi kreatif sudah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Sehingga dapat dengan mudah berkomunikasi pemasok dan pelanggan. Teknologi mampu memberikan fungsi manajemen pemasaran dan membuat sistem manajemen bagi pelaku ekonomi kreatif . sebagaimana pemaparan dari manajer Bidang penyewaan homesty Bapak Arfan, sebagai berikut:

“Kami sudah menggunakan aplikasi sejenis tiket.com, traveloka dan lainnya, sehingga pelanggan dan pemasok mudah mengakses, pada saat ifen Motor Gp 1 bulan berlangsung homesty sudah pada di boking sehingga, mengalihkan untuk mencari manual”(Wawancara Mei 2024).

Hal ini diungkapkan oleh sekdes Desa Kuta Bapak Supri setelah di Wawancarai di kantor bilau, sebagai berikut:

“Banyak masyarakat disini menyewakan rumahnya, itupun pada ifen Motor Gp kalau di luar dari itu masyarakat kembali usaha seperti biasanya, dan alhamdulillah masyarakat sangat di bantu dengan adanya ifen ini, pendapatan masyarakat waktu ifen Motor Gp lumayan banyak karena hitungan hari”(Wawancara Mei 2024).

b. Analisis SWOT Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan

Income Society Wilayah Sircuit Mandalika

Dalam membaca keadaan di lingkungan internal maupun eksternal pada pelaku ekonomi kreatif, perlu di perhatikan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh pelaku ekonomi kreatif tersebut.

Kekuatan mencakupi aspek-aspek positif internal seperti:

1) Kekuatan (Strength)

Pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika memiliki faktor-faktor internal di dalam semua jenis usahanya. Berikut pemaparan dari faktor-faktor kekuatan internal yang di miliki pelaku ekonomi di Wilayah Sirkuit Mandalika:

Berikut pemaparan dari faktor-faktor kekuatan internal yang di miliki pelaku ekonomi di Wilayah Sirkuit Mandalika:

a. Dukungan pemerintah pusat maupun daerah kabupaten Lombok Tengah.

Melalui dukungan ini pelaku ekonomi yang berada Sirkuit Mandalia semakin berusaha untuk meningkat kreatifitas pada setiap jenis usaha terutama usaha lokal dan kerajinan tangan dan sudah mendapatkan izin dari pemerintahan setempat.

b. Adanya kerjasama antara pemerintahan Desa Kuta dan pelaku ekonomi kreatif.

Pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika semakin semangat untuk melakukan pekerjaan yang ada banyak nya peluang usaha di tempat Sirkuit Mandalika dan pesona alamnya yang indah, ini tidak lain karena dorongan dari pemerintahan desa Kuta untuk memanfaatkan peluang yang ada.

c. Pelaku Ekonomi Kreatif tersebar di Wilayah Mandalika.

Melalui kekuatan ini, menjadikan pelaku ekonomi sangat leluasa untuk menjual produk yang dimiliki, di tambah denngan banyak wisata dan wisatawan yang datang di Desa Kuta Lombok Tengah.

d. Nama dan kualitas sudah terkenal

Nama dan *brand image* ada di Desa Kuta sudah terkenal luas di seluruh Indonesia dan mancanegara, bahkan produk lokal yang dimiliki oleh daerah setempat sudah terbukti kualitasnya dengan peningkatan pangsa pasar sampai mancanegara.

e. Modal sendiri dan omset semakin naik setiap harinya

Pelaku ekonomi kreatif tidak bergantung dengan modal hutang baik dari bank ataupun perusahaan lain, dengan menjual tanah sekitar wilayah Sirkuit Mandalika mereka pun membuka usaha dengan modal itu juga.

2) Kelemahan (Weakness)

Kelemahan merupakan faktor internal bagi pelaku ekonomi kreatif yang berada di Wilayah Sirkuit Mandalika. Kelemahan pelaku ekonomi kreatif tidak di minimalkan secara terus-menerus hal ini akan menimbulkan masalah yang sangat besar bagi pelaku ekonomi kreatif tersebut. Pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika memiliki kelemahan internal dalam usahanya, diantaranya:

a) Lokasi usaha yang jauh dari pusat kota

Lokasi semua unit usaha pelaku ekonomi kreatif hanya berada di kawasan Mandalika saja, dimana kawasan ini sangat jauh dari pusat kota. Kawasan pelaku ekonomi kreatif berada tepat di dekat pantai. Hal ini menjadikan masyarakat selaku pelaku ekonomi kreatif hanya berharap pada saat hari libur dan event Motor Gp saja.

b) Kualitas SDM yang terbatas dan masih memerlukan pelatihan serta pengembangan.

Kurang kualitas SDM yang bisa diandalkan pada masing-masing bidang atau unit usaha yang di Wilayah Sirkuit Mandalika menjadikan manajemen unit usaha kurang maksimal. Kurangnya skill masyarakat Desa Kuta ini akan menimbulkan penapatan pada unit usaha akan menurun. Sehingga pekerjaan ini harus melibatkan pelaku ekonomi yang kreatif.

c) Pemasaran yang kurang efektif

Pemasaran yang dilakukan pelaku ekonomi lebih menggunakan door to door atau mitra untuk menawarkan produk pada pelanggan, memberikan informasi mengenai harga dan kualitas unit usaha. Masih banyak pelaku ekonomi kreatif memanfaatkan media internet dan membuka toko online hanya sebagian saja itupun di bantu oleh pemerintah dan pemuda setempat dalam memasarkan lewat media sosial.

d) Peralatan produksi yang masih manual

Sebagian pelaku ekonomi masih menggunakan alat yang sederhana, produksi masih di lakukan dengan cara manual sehingga menghabiskan banyak waktu dan kurang efisien. Hal ini akan banyak dibutuhkan tenaga kerja yang banyak.

e) Kurang waktu produksi.

Ini terjadi karena sebagian besar pelaku ekonomi kreatif di wilayah Mandalika merupakan orang sudah tua kisaran umur mereka 46-60 keatas, pastinya mereka memiliki kewajiban dalam mengurus keluarganya, sehingga waktu yang digunakan tidak terlalu banyak.

3) Peluang (Opportunities)

a) Dukungan pemerintah sangat besar terhadap pelaku ekonomi kreatif

Beberapa dukungan pemerintahan seperti membuka lapangan pekerjaan yang teroganisir, membantu Modal pelaku ekonomi mikro, pelatihan dan motivasi.

b) Berada di wilayah wisata yang indah dan dekat Sirkuit Mandalika

Pelaku ekonomi kreatif di Wiyah sirkuit Mandalika sangat beruntung dikarenakan banyak wisata pantai dan alam yang telah di sediakan untuk dinikmati, pesona alam di Desa ini sudah mendunia sebelum adanya motor Gp dan di tambah lagi dengan adanya Sirkuit Mandalika ini.

c) Peluang bagi pelaku ekonomi yang lain

Banyak wisata lokal dan wisata asing di Wilayah Sirkuit Mandalika dapat menjadikan peluang besar pelaku ekonomi lainnya, dengan begitu tidak bersusah payah mencari pekerjaan tinggal membuka usaha sendiri, sehingga mengurangi pengguran yang ada di desa Kuta.

d) Potensi membangun kemitraan yang luas dengan unit usaha lokal

Desa Kuta berpotensi untuk membangun kerja sama dengan Desa sekitarnya yang memiliki brand lokal yang unik. Karena Desa Kuta sangat terkenal di indonesian maupun luar negeri apalagi dengan adanya ifen Motor Gp Skala Internasional yang diadakan setiap tahun sekali.

a. Ancaman (Threat)

a) Munculnya usaha yang cendrung sama

Munculnya usaha yang sama tentunya akan menjadi ancaman bagi usaha lain. Meskipun ancaman demikian bukan sesuatu yang di hindarkan sebaliknya pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika menganggap hadirnya usaha yang sama menajadikan Motivasi supaya lebih kreatif lagi dan melakukan perbaikan kualitas manajemen. Pelaku ekonomi kreatif akan mulai mencoba dengan menghadirkan produk yang baru.

b) Pelaku ekonomi lain menawarkan harga lebih rendah

Ada penawaran harga rendah dari perusahaan lain akan berdampak pada pelaku ekonomi lain, hal tersebut akan menjadikan unit kesulitan melakukan penjualan kepada pelanggan baru.

c) Munculnya produk baru dari usaha sejenis

Kebutuhan masyarakat tidak terbatas, untuk itu pelaku ekonomi kreatif memafaatkan momen tersebut dengan menyediakan dan memperbanyak varisasi khususnya produk lokal. Namun munculnya produk baru dari pelaku ekonomi lain tidak sebagai ancaman yang tinggi, kareana dengan begitu pelaku ekonomi kreatif dapat bekerja sama dengan yang lainnya.

d) Tempat usaha yang kurang tertata

Ancaman yang terjadi pada pelaku ekonomi kreatif yaitu tempat yang kurang tertata, hal tersebut akan menjadikan pelaku ekonomi kreatif kurang nyaman dalam pemasaran produk yang dimiliki, maka dari itu diperlukan tempat yang rapi dan bersih sehingga pelaku ekonomi kreatif lebih leluasa menjual produk yang dimiliki.

Tabel 4.3

Matrik SWOT Pelaku Ekonomi Kreatif Di Wilayah Sirkuit Mandalika

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p><u>Strenght/Kekuatan</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan dari pemerintah pusat maupun pemerintahan daerah kabupaten Lombok Tengah. 2. Adanya kerjasama antara pemerintahan Desa Kuta dan pelaku ekonomi kreatif. 3. Pelaku Ekonomi Kreatif tersebar di Wilayah Mandalika 4. Nama dan kualitas sudah terkenal 	<p><u>Weakness/kelemahan</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha yang jauh dari pusat kota 2. Kualitas SDM yang terbatas dan masih memerlukan pelatihan serta pengembangan. 3. Peralatan produksi yang masih manual 4. Kurang waktu produksi
<p><u>Opportunity/Peluang</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah sangat besar terhadap pelaku ekonomi kreatif 2. Berada di wilayah wisata yang indah dan dekat Sirkuit Mandalika 3. Peluang bagi pelaku ekonomi yang lain 4. Potensi membangun kemitraan yang luas dengan unit usaha lokal 	<p><u>Strategi SO:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan rangakaian acara yang melibatkan masyarakat setempat dan pelaku ekonomi kreatif 2. Mempertahankan citra unit usaha lokal dan kualitas produk. 3. Memperluas lapangan pemasaran untuk wisata asing maupun lokal 4. Menggunakan teknologi yang modern untuk meningkatkan produksi. 	<p><u>Strategi WO:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan pelatihan pada pelaku ekonomi 2. Bekerjasama denagan melibatkan pemerintahan Desa dan usaha kecil 3. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media internet 4. Menambah lapangan pekerjaan dan alat produksi

<u>Treats/Ancaman</u>	<u>Strategi ST:</u>	<u>Strategi WT:</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya usaha yang cenderung sama 2. Pelaku ekonomi lain menawarkan harga lebih rendah 3. Munculnya produk baru dari usaha sejenis 4. Tempat usaha yang kurang tertata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pelayanan terhadap wisata lokal dan asing untuk meningkatkan loyalitas pelaku ekonomi kreatif 2. Mengontrol permainan harga untuk meningkatkan daya tarik pengunjung 3. Melakukan inovasi pada pelaku ekonomi lokal 4. Memaksimalkan promosi produk lokal dari masyarakat. 5. Menjadi sponsor di setiap ifen Motor Gp Internasional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan modal dengan pendapatan dari usaha eksternal 2. Memberikan tekanan harga rendah dengan menggunakan media internet 3. Memperbanyak saluran distribusi pada pelaku ekonomi

Sumber : Diolah 2024

Matrik SWOT pada tabel 4.3 tersebut di hasilkan empat alternatif yang dapat diambil kesimpulan oleh pelaku ekonomi di Wilayah Sirkuit Mandalika menghadapi persaingan yang kompetitif, diantaranya:

1. Staregi *Strength-Opportunities*

Strategi *Strength-opportunities* menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh pelaku ekonomi masyarakat untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga pelaku ekonomi di Wilayah Mandalika memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan pelaku ekonomi di daerah lain.

- a. Mengadakan rangkaian acara yang melibatkan masyarakat setempat dan pelaku ekonomi kreatif

Pemerintahan desa Kuta dan pelaku ekonomi kreatif meniadakan acara yang melibatkan masyarakat umum untuk menghadiri acara tersebut. Dengan adanya stand tersebut akan mempermudah untuk mengembangkan kreatifitas dan inovasi masyarakat selaku pelaku ekonomi untuk meningkatkan dunia usahanya supaya lebih meningkatkan pendapatan.

- b. Mempertahankan citra unit usaha lokal dan kualitas produk.

Pelaku ekonomi kreatif harus menjaga unit usaha lokal, karena ini merupakan ciri khas dari daerah tersebut, hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas wisata lokal dan asing terhadap kualitas produk lokal dan unit usaha lokal yang dimiliki desa Kuta.

- c. Potensi membangun kemitraan yang luas dengan unit usaha lokal

Desa Kuta berpotensi untuk membangun kerja sama dengan Desa sekitarnya yang memiliki brand lokal yang unik. Karena Desa Kuta sangat terkenal di Indonesia maupun luar negeri baik dari pesona wisata alam ditambah dengan adanya ifen Motor Gp Skala Internasional yang diadakan setiap tahun sekali.

- d. Memperluas lapangan pemasaran untuk wisata asing maupun lokal

Pelaku ekonomi kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika dalam memasarkan unit usaha dan produknya dengan menarik wisata lokal mau mancanegara, maka setiap unit usaha dari pelaku ekonomi kreatif dapat memperluas pemasaran ke seluruh wilayah Indonesia khususnya Desa Kuta Lombok Tengah.

- e. Menggunakan teknologi yang modern untuk meningkatkan produksi.

Menghasilkan produk yang berkualitas perlunya adanya teknologi yang memadai dan baik sehingga dapat menghasilkan produk yang baik pula, pelaku

ekonomi kreatif dalam memproduksi produk masih banyak menggunakan alat manual dengan mengandalkan tenaga manusia. oleh karena itu pelaku ekonomi kreatif seharusnya meningkatkan produksinya dengan menggunakan teknologi modern untuk meminimalisir waktu, tenaga SDM, serta dapat produksi lebih banyak brand lokal.

2. Strategi *Weakness-Opportunities*

a. Mengadakan pelatihan pada pelaku ekonomi

Mengadakan pelatihan bagi pelaku ekonomi kreatif merupakan bentuk dorongan yang di lakukan pemerintah Desa Kuta dan ITDC untuk meningkatkan penguasaan keahlian pelaku ekonomi atas usaha yang di geluti, saat ini dapat dikatakan bahwa bahwa pelaku ekonomi kreatif sudah memumpuni dalam menarik konsumen lokal mau mancanegara.

b. Bekerjasama dengan melibatkan pemerintahan Desa dan pelaku ekonomi

Dalam dunia usaha diperlukan kerja sama antara pemerintah dan pelaku ekonomi kreatif, karena suatu bisnis tidak akan maju jika tidak menjalin kerja sama. Dengan bekerja sama unit usaha akan menjangkau target pemasaran yang luas. Selain itu bekerja sama dapat melahirkan ide-ide yang inovatif.

c. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media internet

Dalam bidang pemasaran di perlukan yang namanya promosi, tentunya teknologi yang menjadi tombak utama untuk memajukan unit usaha terutama dalam meningkatkan pendapatan pelaku ekonomi kreatif tersebut. Pelaku ekonomi kreatif akan memperkenalkan unit usahanya melalui media internet

d. Menambah lapangan pekerjaan dan alat produksi

Pelaku ekonomi kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika mengalami kendala dengan lapak yang kurang nyaman, begitupun dengan alat produksi unit usaha lokal yang masih mengandalkan alat produksi secara manual, hal tersebut akan membuang waktu dan tenaga sumber daya manusia saja. Oleh karena unit usaha pelaku ekonomi kreatif dan alat produksi diatur supaya masyarakat sebagai pelaku ekonomi merasakan kemudahan dalam kegiatannya.

3. Strategi *strenght-Threats*

- a. Meningkatkan pelayanan terhadap wisata lokal dan asing untuk meningkatkan loyalitas konsumen

Pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika harus mampu menjaga dan mempertahankan konsumen yang ada dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen lokal maupun mancanegara, loyalitas konsumen terhadap unit usaha pelaku ekonomi kreatif merupakan konsep yang sangat penting terutama dalam dunia usaha. Di samping itu upaya dalam mempertahankan loyalitas layanan pada unit usaha pelaku ekonomi kreatif dapat bertahan.

- b. Mengontrol permainan harga untuk meningkat daya beli pengunjung

Pelaku ekonomi kreatif harus pintar dalam melihat produk yang sedang bermain di pasaran. Penentuan harga harus disesuaikan dengan kualitas produknya, harus melihat harga tawaran produk untuk menentukan harga jual wilayah Mandalika Desa Kuta.

- c. Melakukan inovasi produk ekonomi lokal

Di era modern ini kebutuhan konsumen tentu akan selalu beragam, oleh karena itu unit usaha pelaku ekonomi kreatif akan selalu di tuntut untuk memperbaiki dalam memuaskan para wisatawan dan wisata asing selaku konsumen.

d. Memaksimalkan promosi produk lokal dari masyarakat.

Memaksimal produk lokal yang sudah di kenal oleh masyarakat luas bahkan mancanegara dengan mengantisipasi permasalahan pada unit usaha, dimana unit usaha pelaku ekonomi kreatif harus berusaha memanfaatkan keunggulan sumber daya alam dan Sirkut Mandalika dengan melakukan promosi produk-produk lokal untuk menambah daya tarik konsumen dan wisatawan

e. Menjadi sponsor di setiap ifen Motor Gp Internasional

Sirkut mandalika akan menjadi sponsor terbaesar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk menyebar luaskan pesona pantai, gunung, dan bahkan produk lokalnya. Hal tersebut akan mengundang pengunjung asing dan lokal berdatangan di Wilyah Sirkuit Mandalika. Maka dari itu akan sangat berpengaruh dalam meningkat perekonomian daerah khususnya pelaku ekomomi kreatif yang ada di Desa Kuta Lombok Tengah.

4. Strategi *Weakness-Treats*

a. Menambahkan modal dengan pendapatan dari usaha eksternal

Pelaku ekonomi kreatif yang sudah berkembang akan membutuhkan lahan yang luas, tempat yang luas dan nyaman akan menambah daya kerja pelaku ekonomi kreatif. Hal tersebut di perlukan unit usaha pada pelaku ekonomi kreatif mengalami peningkatan pendapatan dengan itu perputaran pendapatan

akan digunakan kembali untuk modal. Terutama pada unit usaha pelaku ekonomi kreatif yang ada di Desa Kuta Mandalika.

b. Memberikan tekanan harga rendah dengan menggunakan media internet

Banyak unit usaha yang menawarkan harga lebih rendah di luar wilayah Mandalika, maka unit usaha pelaku ekonomi kreatif harus memanfaatkan teknologi media sosial untuk memasarkan produknya, seperti online shop, facebook, instagram dan lainnya yang dapat mengurangi ongkos tenaga kerja dan biaya pengiriman sehingga unit usaha pelaku ekonomi kreatif dapat menjual dengan harga murah.

c. Memperbanyak saluran distribusi produk lokal

Saluran distribusi memiliki kaitan yang erat dengan unit usaha pelaku ekonomi. Hal ini tidak lepas peran serta usaha produsen dalam memasarkan produknya. Pelaku ekonomi kreatif harus menambah saluran distribusi dengan menambah kerja di berbagai daerah di sekitaran desa Kuta Mandalika, Tidak hanya mitra dalam usaha internal juga perlu mitra kerja usaha eksternal untuk menyebarluaskan produk lokal lombok khususnya Desa Kuta dan sekitarnya. Pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika dapat bekerja sama dengan seluruh unit usaha yang ada di seluruh pulau lombok.

2. Strategi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Di Wilayah Sirkuit Mandalika Di Desa Kuta

Pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika merupakan suatu kawasan yang dikelilingi oleh pesona pantai dan alamnya yang indah sehingga tidak heran dengan adanya pelaku ekonomi kreatif di sekitarnya. Maka peneliti

akan memaparkan strategi apa yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif yang ada di Wilayah Sirkuit Mandalika melalui pendekatan lapangan.

Dalam upaya meningkatkan pendapatan pelaku ekonomi kreatif masyarakat di wilayah sirkuit Mandalika di butuhkan strategi yang memumpuni dari pihak pelaku ekonomi kreatif untuk menarik konsumen lokal maupun mancanegara.. Sebagaimana yang sampaikan oleh kepala Desa Kuta Bapak Mirate, sebagai berikut:

“kami tetap berkoordinasi dengan pelaku ekonomi kreatif melalui rapat bersama adek, tetap di berikan motivasi pada pelaku ekonomi dengan memanfaatkan adat istiadat ciri khas lokal”. (Wawancara Mei 2024).

Dari ungkapan Kades Desa Kuta ditambah dengan penyampaian komisaris ITDC akan perlunya strategi dalam setiap unit usaha yang ditawarkan oleh pelaku kreatif di sekitar wilayah di dalam maupun di luar Mandalika, Bapak H.Irzani mengungkapkan, sebagi berikut:

“Masyarakat harus memahami apa yang disini, bagaiman cara mengolah dan mengelolanya, maka diperlukan cara dalam memasarkan, cara mengembangkan dan sebagainya maka dari tui kami selalu memberikan pelatihan kepada masyarakat”. (Wawancara Mei 2024).

Dari hasil observasi peneliti atas penyampaian kepala Desa Kuta dan Komisaris ITDC Bapak H.Irzani, pihak peneliti mengungkapkan sebagi berikut:

“Dari setiap pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika memiliki ciri khas tersendiri dalam menarik konsumen wisata lokal dan wisata asing untuk membeli dan menyewa produk yang di tawarakn, hal tersebut dilakukan dengan cara tradisional dengan menggunakan pakaian khas lombok, strategi ini banyak di gunakan di kawasan sirkuit Mandlika dan lebih dominan di terapkan di homesty” (Wawancara Mei 2024).

Begitu juga yang disampaikan oleh pemilik penginapan rumah pribadi yang di renovasi yaitu Amaq Atin, sebagai berikut:

“saya tertarik itu pada saat adanya rencana pembangunan wilayah KEK, tapi saya membuka usaha penginapan ini sejak adanya ifen motor Gp, saya menarik wisata itu dengan senyum, sapa gitu aja dek kalau yang ya lain sih melalui ukiran khas lombok di setiap penginapan, alhamdulillah saya mersakan kenaikan pendapatan apalagi di saat ifen Motor Gp dek, malahan ngak cukup kamar” (Wawancara Mei 2024).

Hal ini juga diperkuat oleh ungkapan dari ibu Ratimah, pemilik penginapan rumah pribadi, sebagai berikut:

“Kalau saya dek merasa beruntung sudah tinggal dekat Sirkuit Mandalika, tempat penginapan ini rumah pribadi saya, karena memang dulu pertama diadakan Motor Gp di tahun 2022 itu banyak wisata lokal mencari penginapan, kalau di hari biasa sepi lagi. Saya itu merubah rumah dengan seni khas lombok supaya pengunjung itu tau kalau itu penginapan” . (Wawancara Mei 2024).

Senada dengan penyampaian Bapak Amaq Ade diatas, Ibu Ratimah menambahkan juga bahwa:

“Syukur dek ada untuk kebutuhan hidup, biaya sekolah anak. Ini rumah dulu jarang di tempati karena jauh dari pusat Desa, tapi setelah Sirkuit ada sayapun membuka untuk usaha penginapan, karena pas Motor Gp 5 hari sebelum mulai itu banyak yang pesan penginapan, lumayan untuk tambah modal. Strategi sih hanya mengandalkan ciri khas lombok saja” . (Wawancara Mei 2024).

Begitu juga yang di sampaikan Bapak Supri selaku Seketaris Desa Kuta, sebagai berikut:

“Sebelum adanya wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta itu sudah terkenal dengan Wisata pantai dan alamnya, dan ekonomi masyarakat pun baik sekali. Di tambah dengan adanya Sirkuit Mandalika perokonomian masyarakat di sinipun semakin baik tiap tahunnya, yang paling untung itu jasa penginapan, makanya banyak masyarakat Kuta banyak membuka penginapan. Strategi yang digunakan itu ya macam-macam seperti menggunakan khas sasak dan ti tambah dengan cara sapa, sopan, santun ‘. (Wawancara Mei 2024).

Hal berbeda yang dialami oleh pelaku ekonomi kreatif yang sudah lama bergelut di dunia usaha khas lombok yaitu Amaq Man, sebagai berikut:

“Saya sendiri berjualan baju khas sasak sudah lama, tapi untung banyaknya ya sekarang, dulu kan jarang pengunjung yang datang kesini tapi sejak populernya

Motor Gp baru itu rame, saya itu lebih kesapaan terus perkenalkan apa yang di jual cuman itu aja strateginya dek”. (Wawancara Mei 2024).

Begitu juga yang di sampaikan oleh ibu suharni, selaku penjual kerajinan tangan khas sasak pada saat di wawancarai di lapaknya, sebagai berikut:

“Alhamdulillah bersyukur saya jual dekat wilayah Sirkuit ini, setiap hari terus tambah pengunjungnya dek tapi jarang beli, kalau untung sih ada untuk kebutuhan hidup, barang-barang ini dari orang dek bukan bikin sendiri. Saya sih langsung menghampiri saja’. (Wawancara Mei 2024).

Dari hasil observasi dan hasil wawancara terhadap informan diatas pihak peneliti mengungkapkan bahwa pelaku ekonomi kreatif mempunyai cara tersendiri dalam menarik konsumen lokal maupun asing untuk membeli atau menyewa unit usaha yang telah di sediakan oleh masyarakat selaku ekonomi kreatif, sejak penggunaan strategi tradisional tersebut pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika mengalami peningkatan pendapatan, sebagaimana yang di sampaikan oleh Kake Man, sebagai berikut:

“Alhamdulillah ada banyak sedikitnya tidak menentu, kalau hari biasa kadang ngak ada, tapi kalau hari libur saya banyak untungnya apalagi saat Motor Gp kerepotan saya itu malahan sampai malam menyewa jasa saya, Ya hampir 700 satu malam itu, kalau strategi ya dengan menyapa, menawarkan”. (Wawancara Mei 2024).

Hal serupa yang diungkapkan oleh Ibu Marati selaku penjual selempengan khas lombok, sebagai berikut:

“Lumayan dek, saya penting laku saja penjualan saya kalau masalah untuk untung saya rasa cukup, saya itu berjualan keliling kadang depan Sirkuit kadang juga pantai kuta Mandalika, strategi sapaan aja dek”. (Wawancara Mei 2024).

Pemaparan dari Ibu Mar’ati di perkuat oleh penyampain dari Ibu Mirnani, sebagai berikut:

“Sama aja dek dengan ibu-ibu yang lainnya, pendapatan saya naik kalau laku saja, kalau ngak laku ya ngak naik, hari libur saja yang rame disini, kalau strategi ya ngak tau dek, tapi saya itu suka menyapa saja sambil tawarin”.

(Wawancara Mei 2024).

Dilanjutkan dengan penyampaian adek Yani, selaku penjual asesoris khas lombok, sebagai berikut :

“Saya jualan habis pulang sekolah di sini di waktu sore kalau malam ngak di suruh saya ibu, saya dapat untung jual di sini, untuk saya tabung dan buat sekolah. Saya jual dari kelas 3 SD sekarang kelas 6 SD. Ngak tau trategi apa yang penting jual saja” (Wawancara Mei 2024).

Dari hasil wawancara diatas peneliti melakukan observasi terhadap informan lainya bahwa pelaku ekonomi kreatif mempunyai cara tersendiri dalam menarik konsumen lokal maupun asing, sejak penggunaan strategi sederhana ekonomi kreatif mengalami peningkatan pendapatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti dengan informan yang di paparkan diatas.

BAB V

PEMBAHASAN

Bab V adalah bagian peneliti melakukan pembahasan dan mendiskusikan hasil temuan lapangan dengan teori yang telah dikumpulkan pada kajian pustaka dan juga pada penelitian terdahulu. Bagian ini akan membahas teori dan temuan lapangan terkait fokus penelitian diantaranya: 1. Eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *income society* di wilayah sirkuit Mandalika. 2. Strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *income society* di wilayah sirkuit Mnadalika

A. Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika Di Desa Kuta

Dalam upaya mewujudkan ekonomi kreatif di suatu daerah, harus mempunyai daya ekonomi yang konsisten dalam membererdayakan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya alam dan keungukan daerah. Hal ini dilakukan dengan pengembangan model ekonomi yang kreatif yang berkelanjutan dan inovatif sesuai dengan perkembangan zaman. Pelaku ekonomi kreatif perlu mengaenali dan memanfaatkan berbagai sumber daya daerah yang ada (Sholikhah, 2022).

Keberadaan Wilayah Sikuit Mandalika bagi pelaku ekonomi kreatif sebagai bentuk pertumbuhan perekonomian masyarakat Desa maupun Pusat, tetapi juga untuk mewujudkan visi untuk memberikan kontribusi positif dalam memajukan ekonomi melalui peningkatan pendapatan masyarakat sebagai pelaku ekomomi yang ada di Desa Kuta.

Pelaku ekonomi kreatif wilayah Sirkuit Mandalika harus mempunyai usaha dalam kemandirian ekonominya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sebagai salah satu strategi utama. Dengan pendekatan ini, pelaku ekonomi kreatif menjadi instrumen dalam mengoptimalkan potensi sumber daya dan Sirkuit Motor Gp dalam berbagai bidang. Seperti pariwisata, budaya, kerajinan, penginapan, UMKM dan pelaku ekonomi kreatif lainnya.

Melalui langkah ini, pelaku ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika dapat berperan aktif dalam pengembangan pelaku ekonomi kreatif itu sendiri. Tujuannya adalah agar ekonomi kreatif di Wilayah Sirkuit Mandalika dapat meningkatkan pendapatan ekonomi dan mempunyai daya kuat dan tidak lagi tergantung pada bantuan dari luar. Maka dari itu, pelaku ekonomi kreatif menjadi salah satu dalam meajukan perekonomian Desa dan Daerah dengan memanfaatkan semaksimal mungkin sumber daya dan wilayah Sirkuit Mandalika yang ada di Desa Kuta.

Berdasarkan hasil temuan yang terdapat di Bab IV, peneliti menarik beberapa kesimpulan mengenai eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *income society* di Wilayah Sirkuit Mandalika, diantaranya :a). Meningkatkan ketersediaan lapangan pekerjaan bagi pelaku ekonomi kreatif. b). Meningkatkan *Income Society* pelaku ekonomi kreatif. c). Lingkungan dan lapangan pekerjaan tertata rapi. Peneliti akan melakukan pembabasan masing-masing temuan, sebagai berikut:

a) Meningkatkan Ketersediaan Lapangan pekerjaan Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif

Ketersediaan lapangan pekerjaan bagi pelaku ekonomi sangat di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu investasi, pasar global, dan perilaku birokrasi, serta tekanan kenaikan upah. Salah satu sektor yang memberikan kontribusi paling banyak terhadap ketenagakerjaan adalah sektor pariwisata. Sektor pariwisata telah mampu memberikan dampak ganda positif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Salah satu sektor dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di desa kuta maupun skala nasional yaitu adanya Sirkuit Motor Gp Mandalika, di tambah dengan keunggulan pariwisata yang menjadikan wilayah ini semakin menarik wisatawan untuk di datangi. Secara langsung akan menumbuhkan perekonomian masyarakat dalam bentuk peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

b) Meningkatkan *Income Society* Pelaku Ekonomi Kreatif

Pertumbuhan perekonomian masyarakat didefinisikan sebagai proses pendapatan yang berkelanjutan, upaya peningkatan pendapatan masyarakat yang perlu di pertahankan dalam jangka panjang di setiap kelembagaan di semua bidang yaitu (ekonomi, sosial, dan lingkungan) harus tingkatkan. Berdasarkan hasil penelitian pada Bab IV diatas, dapat di ketehui bahwa peningkatan pendapatan masyarakat di Desa kuta terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Terbukti dengan peningkatan pendapatan masyarakat sebesar 46-52% serta tingkat kemiskinanpun dapat mengalami penurunan.

Pada hakikatnya peningkatan pendapatan masyarakat merupakan upaya yang proaktif dalam upaya pertumbuhan di tiap daerah. Pertumbuhan ekonomi memang di butuhkan semua elemen masyarakat dan pemerintah, maka

peningkatan pendapatan ekonomi di Wilayah Sirkuit Mandalika membutuhkan masyarakat, pemerintah dan seluruhnya untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan ekonomi di tiap daerah (Iwan Nugroho, Rokhmin, 2017).

c) Lingkungan dan lapangan pekerjaan tertata rapi.

Lingkungan kerja dan ruang kerja merupakan tempat menghabiskan sebagian besar waktu setiap harinya. Setiap tempat aktivitas kerja di masyarakat mempunyai risiko potensi bahaya cedera dan kesehatan kerja. Paparan faktor fisik, kimia, biologi, ergonomi, dan psikologi di lingkungan kerja dapat menyebabkan gangguan kesehatan bagi tenaga kerja. Penting sekali menciptakan lingkungan kerja yang sehat agar dapat membuat pelaku ekonomi merasa nyaman (Simanjuntak & Susetyo, 2022).

Pelaku ekonomi di Wilayah Sirkuit Mandalika memiliki hubungan yang erat dan kuat dari lingkungan dan keberadaan lapangan pekerjaan. Hal ini akan memberikan efek positif bagi konsumen asing dan lokal, secara tidak langsung akan memberikan dampak yang baik bagi daerah khususnya.

1. Faktor internal dan eksternal yang menentukan keberhasilan pelaku ekonomi kreatif di wilayah sirkuit Mandalika

Dalam teori manajemen strategi Fred R. David, tahapan manajemen strategi adalah formulasi, implementasi dan evaluasi. Pada tahap formulasi strategi, penting bagi perusahaan untuk menganalisa faktor internal dan eksternal agar dapat memaksimalkan formulasi strategi yang akan disusun. Faktor internal adalah faktor-faktor yang mengungkap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

suatu perusahaan atau organisasi. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang menunjukkan peluang dan ancaman.

Berdasarkan temuan penelitian pada pelaku ekonomi kreatif di wilayah sirkuit mandalika terdapat faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi formulasi strategi perusahaan dalam mengembangkan dan mencapai tujuan perusahaan. Faktor-faktor internal yang ditemukan oleh peneliti meliputi faktor sumber daya manusia (insan), pemasaran, produksi. Jika dibandingkan dengan teori Fred R. David tentang faktor-faktor internal yaitu manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan dan aktivitas sistem informasi manajemen penelitian ini memiliki keselarasan. Peneliti tidak mengambil secara khusus teori penelitian dan pengembangan serta sistem informasi manajemen karena sudah terangkum dalam faktor lainnya. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, sebuah perusahaan harus dapat mengoptimalkan kekuatan dan meminimalisir kelemahan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berikut adalah matriks IFE (Internal Factor Matrix) yang digunakan oleh peneliti dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing faktor. Melalui wawancara dengan informan, peneliti memberikan rating pada masing-masing faktor berdasarkan seberapa kuat atau lemah faktor internal tersebut mempengaruhi pengembangan strategi.

Tabel 5.1 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

No	Faktor Internal Kunci	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan Internal				
1	Dukungan dari pemerintah pusat maupun pemerintahan daerah	0.19	4	0.75
2	Adanya kerjasama antara pemerintahan Desa Kuta dan pelaku ekonomi kreatif	0.19	4	0.75
3	Pelaku Ekonomi Kreatif tersebar di Wilayah Mandalika	0.13	3	0.375
4	Nama dan kualitas sudah terkenal	0.19	3	0.5625
Sub Total		0.69		2.4375
Kelemahan Internal				
1	Lokasi usaha yang jauh dari pusat kota	0.06	1	0.0625
2	Kualitas SDM yang terbatas dan masih memerlukan pelatihan serta pengembangan.	0.06	1	0.0625
3	Peralatan produksi yang masih manual	0.13	2	0.25
4	Kurang waktu produksi	0.06	1	0.0625
Sub Total		0.31		0.4375
Total		1		2.875

Sumber Data : Diolah Juni 2024

Keterangan :

- Rating ditentukan sebagai berikut:

Rating keterangan

- 4 kekuatan yang besar
- 3 kekuatan yang kecil
- 2 kelemahan yang kecil
- 1 kelemahan yang besar

- Menghitung bobot dengan cara membagi nilai skor perfaktor dengan jumlah skor semua faktor.
- Dalam memberikan rating peneliti melakukan berdasarkan konsultasi dengan informan dan berusaha seobjektif mungkin.

Faktor berikutnya adalah faktor eksternal. Melalui pengamatan dan wawancara, peneliti mengidentifikasi beberapa faktor eksternal pada pelaku ekonomi kreatif di wilayah sirkuit mandalika yaitu meliputi peluang dan ancaman yang ditinjau dari faktor ekonomi, sosial budaya, kekuatan teknologi. Sedangkan faktor eksternal menurut David, faktor eksternal dibagi menjadi lima kategori yaitu: a) ekonomi, b) sosial budaya, demografi dan lingkungan, c) politik, pemerintah dan hukum, d) teknologi, e) persaingan. Dengan demikian tampak adanya kesesuaian antara fakta lapangan dan teori Fred R. David dimana keseluruhan faktor – faktor eksternal yang ada dalam teori terelaborasi ke dalam analisa pada pelaku ekonomi kreatif.

Dalam mengembangkan dan mengenalkan fungsi pada pelaku ekonomi kreatif, pemerintah ikut terlibat dan membuat sebuah kegiatan sosialisasi ekonomi syariah. Melalui program kerja yang di buat oleh pemerintah sebagai salah satu upaya dukungan terhadap pelaku ekonomi kreatif di wilayah sirkuit mandalika. Program tersebut diharapkan menjadi sinergi untuk membantu pelaku ekonomi kreatif tersebut. Hal ini merupakan bukti akan dukungan pemerintah daerah pada pelaku ekonomi kreatif di Desa Kuta.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya memanfaatkan pariwisata dan sirkuit mandalika dalam pelaksanaan usahanya. Walaupun masih ada kelompok masyarakat yang masih kesulitan dalam memamfaatkannya, namun jumlahnya sangat sedikit jika dibandingkan dengan kelompok masyarakat yang dapat merasakan manfaatnya. Peluang ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh

pelaku ekonomi kreatif baik itu secara online maupun offline dalam memasarkan produk yang dimiliki terutama masyarakat Desa Kuta.

Perkembangan teknologi yang pesat disertai kesadaran masyarakat yang tinggi terhadap digitalisasi merupakan peluang besar bagi pelaku ekonomi kreatif yang ada di Desa Kuta untuk terus memperluas jangkauan pemasarannya. Namun sayangnya di setiap kemajuan teknologi pasti diiringi kesulitan tersendiri bagi pelaku ekonomi yang tidak bisa dihindari.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti mengidentifikasi faktor-faktor eksternal matriks EFE (External Factor Evaluation) dengan memberikan score kepada masing-masing faktor. Melalui wawancara dengan narasumber mengenai rating masing-masing faktor eksternal tersebut mempengaruhi pengembangan strategi. Berikut adalah tabel Matriks External Factor Evaluation (EFE) :

Tabel : 5.2 Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

No	Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang				
1	Dukungan pemerintah sangat besar terhadap pelaku ekonomi kreatif	0.2	3	0.6
2	Berada di wilayah wisata yang indah dan dekat Sirkuit Mandalika	0.2	4	0.8
3	Peluang bagi pelaku ekonomi yang lain	0.15	4	0.6
4	Potensi membangun kemitraan yang luas dengan unit usaha local	0.15	3	0.45
Sub Total		0.7		2.45
Ancaman				
1	Munculnya usaha yang cenderung sama	0.1	1	0.1
2	Pelaku ekonomi lain menawarkan harga lebih rendah	0.05	2	0.1
3	Munculnya produk baru dari usaha sejenis	0.05	1	0.05
4	Tempat usaha yang kurang tertata	0.1	2	0.2
Sub Total		0.3		0.45
Total		1		2.9

Sumber Data : Diolah Juni 2024

Keterangan :

- Rating ditentukan sebagai berikut:

Rating keterangan

- 4 kekuatan yang besar
- 3 kekuatan yang kecil
- 2 kelemahan yang kecil
- 1 kelemahan yang besar

- Menghitung bobot dengan cara membagi nilai skor perfaktor dengan jumlah skor semua faktor.
- Dalam memberikan rating peneliti melakukan berdasarkan konsultasi dengan informan dan berusaha seobjektif mungkin.

2. Analisis SWOT Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal yang telah di buat, peneliti melakukan analisa untuk menyusun strategi. Analisis SWOT didasarkan pada maksimalisasi kekuatan dan peluang sekaligus meminimalisasi sekaligus kelemahan dan ancaman. Analisis faktor-faktor tersebut akan disusun dalam matriks SWOT, yang juga akan menggambarkan bagaimana kekuatan dan kelemahan di hadapkan dengan peluang dan ancaman. Matrik ini akan membentuk strategi SO (Strength-Opportunity), staretgi WO (Weakness-Opportunity), strategi ST (Strenght-Threat), Serta strategi WT (Weakness-Treat).

Tabel 5.3
Matrik SWOT Pelaku Ekonomi Kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika

<p align="center">Internal</p> <p align="center">Eksternal</p>	<p><u>Strenght/Kekuatan</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan dari pemerintah pusat maupun pemerintahan daerah kabupaten Lombok Tengah. 2. Adanya kerjasama antara pemerintahan Desa Kuta dan pelaku ekonomi kreatif. 3. Pelaku Ekonomi Kreatif tersebar di Wilayah Mandalika 4. Nama dan kualitas sudah terkenal 	<p><u>Weakness/kelemahan</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha yang jauh dari pusat kota. 2. Kualitas SDM yang terbatas dan masih memerlukan pelatihan serta pengembangan. 3. Peralatan produksi yang masih manual 4. Kurang waktu produksi
<p><u>Opportunity/Peluang</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah sangat besar terhadap pelaku ekonomi kreatif 2. Berada di wilayah wisata yang indah dan dekat Sirkuit Mandalika 3. Peluang bagi pelaku ekonomi yang lain 4. Potensi membangun kemitraan yang luas dengan unit usaha lokal 	<p><u>Strategi SO:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan rangkaian acara yang melibatkan masyarakat setempat dan pelaku ekonomi kreatif 2. Mempertahankan citra unit usaha lokal dan kualitas produk. 3. Memperluas lapangan pemasaran untuk wisata asing maupun lokal 4. Menggunakan teknologi yang modern untuk meningkatkan produksi. 	<p><u>Strategi WO:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan pelatihan pada pelaku ekonomi 2. Bekerjasama dengan melibatkan pemerintahan Desa 3. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media internet 4. Menambah lapangan pekerjaan dan alat produksi

<u>Treats/Ancaman</u>	<u>Strategi ST:</u>	<u>Strategi WT:</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya usaha yang cenderung sama 2. Pelaku ekonomi lain menawarkan harga lebih rendah 3. Munculnya produk baru dari usaha sejenis 4. Tempat usaha yang kurang tertata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pelayanan terhadap wisata lokal dan asing untuk meningkatkan loyalitas pelaku ekonomi kreatif 2. Mengontrol permainan harga untuk meningkatkan daya tarik pengunjung 3. Melakukan inovasi pada pelaku ekonomi lokal 4. Memaksimalkan promosi produk lokal dari masyarakat. 5. Menjadi sponsor di setiap ifen Motor Gp Internasional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan modal dengan pendapatan dari usaha eksternal 2. Memberikan tekanan harga rendah dengan menggunakan media internet 3. Memperbanyak saluran distribusi pada pelaku ekonomi

Diolah: Peneliti 2024

Berdasarkan analisis SWOT diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi SO melibatkan pelaku ekonomi di setiap kegiatan, mempertahankan citra unit usaha lokal, memperluas lapangan pemasaran, menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan daya produksi, sedangkan strategi WO mengadakan pelatihan untuk pelaku ekonomi, bekerjasama dengan pemerintahan desa, meningkatkan promosi dengan melibatkan media digital, menambah lapangan pekerjaan dan alat produksi. Strategi ST meningkatkan pelayanan dalam meningkatkan loyalitas, mengontrol permainan harga, melakukan inovasi pada pelaku ekonomi, menjadi sponsor di setiap ifen Motor Gp. Strategi WT adalah

dengan menambah modal, memberikan harga rendah, memperbanyak saluran distribusi pada pelaku ekonomi.

B. Strategi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta

Hasil temuan pada strategi pelaku ekonomi kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika di Desa Kuta menunjukkan keselarasan dengan teori dikemukakan oleh Iman Mulyana (2010:45) yang menyebutkan bahwa Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumberdaya dan lingkungan secara efektif. Menurut Iman Mulyana strategi memiliki lima unsur dalam yang dimaksud dalam pengertiannya, diantaranya 1). Kemampuan. 2) sumber daya. 3) lingkungan. 4) tujuan. Empat unsur tersebut sedemikian rupa diartikan secara rasional dan indah sehingga muncul beberapa alternative pilihan yang kemudian dievaluasi dan diambil yang terbaik. Lantas hasilnya diumumkan secara tersurat sebagai pedoman taktik yang selanjutnya turun pada tindakan operasional (Febriana Sulistya Pratiwi., 2022).

Dilihat dari hasil temuan lapangan mengenai strategi pelaku ekonomi kreatif Wilayah Sirkuit Mandalika, diantaranya:

1) Pelaku ekonomi masih menggunakan cara Tradisional

Pemamfaatan budaya dan tradisi lokal menjadi salah satu cara yang efektif dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif Wilayah sirkuit Mandalika, terbukti dari hasil penelitian lapangan dan dilakukan observasi dan wawancara ditemukan bahwa pelaku ekonomi disana masih konsisten mempraktekan cara tradisional dalam menarik konsumen. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari iman mulyana

bahwa strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan kemampuan dan memanfaatkan sumber daya lokal, dan penggunaan sumber daya secara optimal dan tidak hanya menekankan pada pendapatan saja tetapi juga dampak sosial dan lingkungan (Suci et al., 2024).

Perubahan paradigma pemasaran dari tradisional ke digital terjadi karena perubahan pola perilaku konsumen. Konsumen modern cenderung lebih terhubung secara digital, menggunakan internet dan media sosial untuk mencari informasi, berinteraksi dengan merek, dan melakukan pembelian. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengubah pendekatan pemasaran mereka, beralih dari metode tradisional seperti iklan di media cetak dan televisi, menuju pemasaran digital yang lebih terukur dan terarah (Muhammad & Firmansyah, 2020).

2) Masyarakat masih mengandalkan fisik dalam menarik konsumen.

Dalam pengembangan ekonomi lokal, seyogianya berlandaskan kondisi lingkungan yang sekarang dunia tempati atau disebut fase industri. Di era millennial ini, fase industri memasuki apa yang disebut sebagai industri 4.0 dengan teknologi informasi sebagai tumpuan. Walau-pun masih dianggap penting, industri tidak lagi membahas aspek teknologi dalam produksi namun lebih kepada teknologi informasi sebagai pemasar. Fase industri 4.0 yang juga merupakan era globalisasi yang dianggap sebagai "neweconomy". Adapun konsep ekonomi baru yang dimaksud memuat peluang dan tantangan terkait keterbukaan ekonomi yang merupakan globalisasi itu sendiri, kecepatan dari

berbagai aspek industri termaksud inovasi, industri basis pengetahuan yang terus berkembang dan kekuatan jaringan (Suci et al., 2024).

Namun hal ini berbeda di lakukan oleh pelaku ekonomi Wilayah Sirkuit Mandalika, ibu-ibu dan anak-anak masih menggunakan cara fisik secara langsung dalam menjual usahanya, ketidaktahuan mereka dalam memanfaatkan teknologi menjadi kendala utama bagi mereka, tapi banyak pelaku ekonomi menggunakan pemasaran secara langsung, sebagaimana yang diungkapkan oleh beberapa informan yang mengakui bahwa strategi langsung dapat terpecah akan menghasilkan banyak pendapatan. Iman mulyana (2010:45) memamndang bahwa hal ini merupakan unsur kemampuan dari pelaku ekonomi kreatif wilayah yang dimana mereka belum sepenuhnya bisa mengoprasionalkan teknologi modern. Adapun unsur lingkungan, pada dasarnya masyarakat yang ada di desa Kuta merupakan mayoritas petani dan nelayan, setelah adanya sirkuit mandalika mereka mulai menambah profesi menjadi pelaku ekonomi, banyak informan mengakui hal ini dan bahkan ada yang menjual sawahnya demi membuka usaha sendiri.

3) Berlaku jujur dalam melakukan kegiatan ekonomi merupakan modal utama dalam dunia usaha.

Islam sebagai risalah samawi yang universal, datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek material. Artinya Islam tidak hanya akidah, tetapi juga mencakup system politik, social, budaya, dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Inilah yang diungkapkan dengan istilah;

Islam adalah ad-din yang mencakup masalah akidah dan syariah (Adriansyah, 2024).

Dalam islam sifat jujur sangatlah penting sekali dalam segala aspek kehidupan apapun. Walaupun ada yang mengatakan bahwa jujur sangat sulit untuk dilakukan, namun jika kita bisa melakukan dengan kesadaran dan kemauan pasti dapat mewujudkan kejujuran dalam aktivitas apapun, salah satunya adalah berwirausaha. (Wardana, 2024). Hal serupa yang dilakukan oleh pelaku ekonomi yang ada di Wilayah Sirkuit Mandalika, dari hasil observasi peneliti menemukan bahwa memang pelaku ekonomi yang ada wilayah tersebut melakukan pemasaran dengan jujur dan transparansi, hal tersebut dilakukan karena mereka memegang teguh nasehat dari tuan guru “mutiare bedagang no ye jujur”.

Strategi bagi pelaku ekonomi kreatif baik skala kecil maupun besar, harus memiliki usaha mencari celah dalam meningkatkan kemampuannya dalam bersaing dengan usaha yang dipimpinnya (Pengabdian et al., 2024). Strategi harus memiliki suatu tindakan yang dapat senantiasa akan meningkat (incremental) dan terus-menerus, dan mampu dilakukannya dengan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diinginkan ataupun diharapkan oleh masyarakat ataupun konsumen (Wening Ken Widodasih & Satpatmantya, 2022). Iman Mulyana (2010:45) yang menyebutkan bahwa strategi harus memiliki lima unsur pendukung kuat, diantaranya 1). Kemampuan. 2) sumber daya. 3) lingkungan. 4) tujuan.

Berkenaan dengan Strategi, Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridho Allah SWT. Hal ini seperti yang dikatakan Allah SWT dalam surat Al-Mulk ayat 2-3 yang berbunyi:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ﴿٢﴾ الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا ۗ مَا تَرَىٰ فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِن تَفْوُتٍ ۗ فَارْجِعِ الْبَصَرَ ۖ هَلْ تَرَىٰ مِن فُطُورٍ ﴿٣﴾)
 (الملك/67:2-3)

Artinya :

“yaitu yang menciptakan kematian dan kehidupan untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun.3. Dia juga) yang menciptakan tujuh langit berlapis lapis. Kamu tidak akan melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pengasih ketidakseimbangan sedikit pun. Maka, lihatlah sekali lagi Adakah kamu melihat suatu cela?” Al Mulk/67:2 3).

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap menjalankan aktivitasnya harus memenuhi dua syarat sekaligus, yaitu niat dan ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam (Hidayati, 2018) .

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan lapangan dan di lakukan pembahasan, peneliti mrmberiksn kesimpulan sebagai berikut:

1. Eksistensi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta

Keberadaan pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika memberikan peluang besar bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi tingkat pengangguran. Hal ini terjadi melalui berbagai sektor ekonomi kreatif seperti pariwisata, kerajinan tangan, dan usaha lainnya. Adanya potensi membangun kemitraan yang luas dengan unit usaha lokal di sekitar Desa Kuta, serta kerjasama antara pemerintah Desa Kuta dan pelaku ekonomi kreatif, memberikan dorongan bagi pelaku ekonomi kreatif untuk terus berkembang dan memanfaatkan peluang yang ada.

Faktor internal dan eksternal seperti sumber daya manusia yang inovatif, dukungan pemerintah desa, dan motivasi dari masyarakat setempat menjadi kunci dalam meningkatkan kreativitas dan pendapatan pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika. Pelaku ekonomi kreatif di Desa Kuta telah berhasil memanfaatkan potensi daerah, seperti keberadaan Sirkuit Mandalika, untuk mengembangkan usaha mereka. Mereka juga telah membangun nama dan kualitas produk lokal yang terkenal baik di dalam maupun luar negeri.

2. Strategi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan *Income Society* Wilayah Sirkuit Mandalika Desa Kuta

Strategi yang diterapkan oleh pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika, Desa Kuta, menunjukkan berbagai pendekatan yang berfokus pada tradisi, interaksi langsung, dan nilai-nilai kejujuran. Berdasarkan hasil penelitian dan temuan di lapangan, terdapat beberapa poin penting yang dapat disimpulkan mengenai strategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat:

a. Penggunaan Cara Tradisional

Pelaku ekonomi kreatif di Desa Kuta masih banyak yang menggunakan metode tradisional dalam menarik konsumen. Mereka memanfaatkan keunikan budaya lokal, seperti pakaian khas Lombok, seni ukir, dan kerajinan tangan. Meskipun pendekatan digital semakin populer, masyarakat di Desa Kuta lebih mengandalkan cara-cara konvensional dan langsung untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara.

b. Ketergantungan pada Interaksi Fisik

Masyarakat masih mengandalkan interaksi fisik langsung dalam menjual produk mereka. Hal ini terlihat dari cara mereka menyapa dan menawarkan barang dagangan secara personal. Ketidaktahuan dan keterbatasan akses terhadap teknologi menjadi salah satu alasan mengapa pelaku ekonomi kreatif di wilayah ini belum sepenuhnya beralih ke pemasaran digital.

c. Nilai Kejujuran dalam Usaha

Kejujuran menjadi salah satu nilai utama yang dipegang oleh pelaku ekonomi kreatif di Desa Kuta. Mereka percaya bahwa dengan berlaku jujur dalam berwirausaha, akan terbentuk kepercayaan dari konsumen yang dapat meningkatkan loyalitas dan pendapatan. Nasehat dari tokoh masyarakat setempat, seperti tuan guru, yang menganjurkan untuk selalu jujur dalam berdagang, sangat mempengaruhi cara pelaku usaha menjalankan bisnis mereka.

Secara keseluruhan, strategi-strategi yang digunakan oleh pelaku ekonomi kreatif di wilayah Sirkuit Mandalika berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat dengan tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional dan kejujuran dalam berbisnis. Pendekatan yang berpusat pada interaksi personal dan keunikan budaya lokal menjadi kekuatan utama dalam menarik konsumen, baik lokal maupun mancanegara.

B. SARAN

Berdasarkan hasil temuan dan dilakukan kajian tentang Eksistensi Pelaku Ekonomi Kreatif di Desa Kuta, pihak peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diberikan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan pelaku ekonomi kreatif di wilayah tersebut:

1. Penguatan Kerjasama yang lebih erat antara pelaku ekonomi kreatif, pemerintah setempat, dan lembaga terkait untuk saling mendukung dalam pengembangan usaha dan promosi produk lokal.

2. Pelatihan dan Pengembangan secara berkala untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku ekonomi kreatif dalam hal manajemen usaha, pemasaran, dan inovasi produk.
3. Pemasaran dan Promosi produk lokal melalui platform digital dan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan asing yang berkunjung ke wilayah Sirkuit Mandalika.
4. Pemanfaatan Teknologi modern dalam proses produksi, pemasaran, dan distribusi produk agar dapat bersaing secara lebih efektif di pasar global.
5. Diversifikasi Produk agar pelaku ekonomi kreatif dapat menawarkan beragam produk yang sesuai dengan kebutuhan dan minat pasar, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik produk lokal.

Dengan implementasi saran-saran di atas, diharapkan pelaku ekonomi kreatif di Desa Kuta dapat terus berkembang, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, H. M. (2024). *Prinsip eko*. 4(2), 138–148.
- Aini, S. N. (2023). Analisis produk pembiayaan “lasisma” dengan akad Al-Qardul Hasan melalui tanggung rentang untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pembiayaan tinjauan Maqashid Syariah di BMT NU Cabang Bungatan Situ Bondo.
- Alba, V. (2023). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Pendapatan Pengrajin Di Era Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Aldi, B. E. (2015). PENDAHULUAN Kemampuan untuk menghasilkan barang/jasa yang berkualitas, memberikan layanan pelanggan yang baik, meningkatkan kecepatan layanan, penguasaan teknologi, kepemilikan aset baik. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, VI(2), 56–72.
- Andika, M. (2020). Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.
- andreas syah pahlevi, A. pabulo. (2018). *kelose meikiran ekonomi kreatif INDONESIA* (Giyarsi retno lestari (ed.)). CV. Oxy Konsultant.
- Ani Susilowati, Ahmad Yusuf, Bilqis Fitri Amanda, Ayu Wahyuni, & Vicky F Sanjaya. (2020). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis Swot Dan Metode Qspm (Studi Kasus Murbay Konveksi). *Jurnal Health Sains*, 1(3), 124–129. <https://doi.org/10.46799/jsa.v1i3.52>
- Aprizal, D. (2022). Deni Aprizal (2022) berjudul Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dengan Pendekatan Ekonomi Islam (Studi Pengrajin Kain Tapis Pekon Way Sindi Kabupaten Pesisir Barat). In *Braz Dent J*. (Vol. 33, Issue 1).
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Astuti, S. W. (2022). Dampak Keberadaan Sirkuit Mandalika terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Souvenir di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah Nusa.
- Azizah, N. (2023). Analisis Dampak Keberadaan Pabrik Pengolahan Limbah Plastik Cv Gumilang Plastik Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Utama. *Jurnal Media Teknologi*, 9(2), 195–205. <https://doi.org/10.25157/jmt.v9i2.2937>

- Azmi, M., Nugraha, W., Nur, M., Prabowo, B. W., Huda, A. K., Surya Puruhita, T., & Harir, A. R. (2018). Analisis Eksistensi Platform Bukadagang Platform Existence Analysis of Bukadagang. *Citec Journal*, 5(3), 219–231.
- BPS lombok tengah. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Lombok Tengah Tahun 2022. *Berita Resmi Statistik*, 1, 1–11.
- Buchori, M. (2019). Studi Kasus Pada Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif Melalui Iqtishod Insani Qardhul Hasan Di Karangploso Malang.
- Budiman, T. (2017). Analisis Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung). *Skripsi.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 19.
- David, F. R. (2006). Manajemen Strategis. Selemba Empat.
- Deksa Imam Suhada, Dessy Rahmadani, Masnum Rambe, Maulana Abdul Fattah, Putri Fadillah Hasibuan, Salsabilla Siagian, S. W. (2022). Efektivitas Para Pelaku Ekonomi Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Desy, P. (2020). Manajemen Perubahan dan Pengembangan. *Universitas Esa Unggul, Ebm* 513, 0–17.
- Dewi, N. A. (2024). Dinamika Pemikiran Ekonomi : Konstruksi Pemikiran Sistem Ekonomi Abad Klasik Pertengahan dan Kontemporer. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Scientific Studies (IJOMSS)*, 2(1), 72–83.
- Diliana, T. (2021). Analisis Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Berdasarkan Teori Michael E. Porter Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Usaha (Studi Kasus Unit Usaha Pondok Pesantren Sunan Drajat Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur). In *Tesis* (Vol. 3, Issue April).
- Dkk, I. (2016). Ekonomi Konvensional VS Ekonomi Syariah. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- Efendi, Z. (2021). Eksistensi Seni Budaya Lokal Religi Era Modern (Studi Kelompok Seni Sarafal Anam Adat Bulang Bengkulu).
- Erlina T.V. Timpal, Agustinus B. Pati, F. P. (2021). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Rataan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–8.
- Erliningtias. (2020). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Della Laundry. *Range Management and Agroforestry*, 4(1), 1–15.

<https://doi.org/10.1016/j.fcr.2017.06.020>

- Faizah, F. N., Baharudin, B., & Agustina, R. (2022). Womenpreneur: Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Perspektif Maqasid Syari'ah Imam Asy-Syatibi. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 11(2), 267–274. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v11i2.14482>
- Fathullah, L. H. (2022). Dampak Pembangunan Circuit Moto Grand Prix (Gp) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Kuta Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah. In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1).
- Fatimah, S. (2023). Strategi Pengembangan Layanan Keuangan Digital Pada Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri.
- Febriana Sulistya Pratiwi. (2022). Strategi Pemerintah Desa Dalam Pelayanan Bantuan Langsung Tunai (BLT) Di Masa Pandemi Covid 19 Di Desa O'O Kecamatan Dompu. 2005–2003 ,8.5.2017 ,7787. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>
- Firiani, F. (2020). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. In *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung Timur*.
- Fitri Anggreani, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>
- Fitriyana, A. (2021). Pengaruh Pendapatan Terhadap Intensi Berwakaf Pada Cash Waqf Linked Sukuk Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Issue 2).
- Frederick, B., Tjoandra, M., Liu, M., Reynara, S. D., Jayawardhana, I., & Warganegara, A. G. (2022). SD. Reynara 4 , I. Jayawardhana 5 , AG. Warganegara 6. *Jurnal Journal Of Government and Social Issues (JGSI) 2022 Journal Of Government and Social Issues (JGSI)*, 3. <https://jgsi.fisip.unila.ac.id/index.php/Jurnal>
- Garini, M. P. (2023). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Tahun 2023. *Correspondencias & Análisis*, 2023(15018), 1–23.
- Ginting, A. M. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat. *Kajian*, 22(1), 71–84.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 106–134. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>

- Hanum, F., & Juwita, J. (2022). Peran Usaha Ekonomi Kreatif Bordir Aceh Terhadap Kesejahteraan dan Pendapatan Pengrajin di Gampong Dayah Daboh Kecamatan Montasik Kabupaten Aceh *Prosiding Seminar Nasional USM*, 3(1), 508–519. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/semnas/article/view/5227>
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 125–138. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- Hidayat, A. (2021). *Pengembangan Wisata Halal Dalam Perspektif Al-Maslahah Al-Ghzali (Studi pada Wisata Pantai Tanjung Bias, Batu Layar, Lombok Barat)*.
- Hidayati, U. (2018). Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu). In *New England Journal of Medicine* (Vol. 372, Issue 2). <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Hukmi, M. K. (2022). Pembangunan Ekonomi Perspektif Maqashid Syariah (Studi Kasus Pada Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Desa Kuta Lombok Nusa Tenggara Barat). In *γ787* (Issue 8.5.2017).
- Ichsan, R. N., & Nasution, Nazlah Rachma Panggabean, Muhammad Syahbudi, L. (2022). Strategi Pengembangan Inovasi Berbasis Ekonomi Kreatif. *JURNAL DARMA AGUNG*, 30(3), 865–882.
- Issanul Hikmah, M. T. (2023). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Fire Alarm System (Studi Kasus pada PT Mitra Tama Sinergi). 57–63.
- Iwan Nugroho, Rokhmin, D. (2017). Pembangunan Wilayah Perspektif ekonomi Soisal dan Lingkungan. In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6, Issue 1). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1>
- Jayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Kuliner Dalam Perspektif Islam. *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 2(1), 125–144.
- K a n o m, K. a n o m. (2015). Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1, 25–42. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2015.v01.i02.p03>

- Karimah, N., Khusnan, A., & Barudin. (2023). Eksistensi Pendidikan Non Formal Daerah Industri (Studi Fenomena Tpq Al-Amin Bambe Driyorejo). *Jurnal Pendidikan Agama Islam Miazhar*, 2(2), 65–71.
- Karmila. (2019). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Persaingan Pengrajin Emas Di Lingkungan Sekarbela Kelurahan Karang Pule Kecamatan Sekarbela. UIN MATARAM.
- Kastori, R. (2023). Eksistensi: Pengertian Menurut Ahli, Ciri, dan Tahapannya. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/10/20/090000369/eksistensi--pengertian-menurut-ahli-ciri-dan-tahapannya?page=all>
- Kholis, N. (2023). Strategi Pemberdayaan Kopontren Dalam Meningkatkan Perekonomian Pesantren (Studi Komparatif pada USPPS LKS Al Yasini dan KSPPS DMU Jatim).
- Kurniawan Candra Guzman, N. O. (2019). Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga. *An Oak Spring Sylva*, 7(1), xxvii–xxviii.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>
- Kushardianti, D. (2022). Keterlibatan Komunitas Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Cirebon Melalui Perspektif Ekonomi Pembangunan. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 5(2), 144–155.
<https://doi.org/10.32534/jike.v5i2.2493>
- Kusumaningtyas, R. F., Ayu, S. A. S., Andry, A., & ... (2023). Sosialisasi Dan Konsultasi Pemanfaatan Kekayaan Intelektual Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Pengembangan Usaha Di Kota *ABDI MASSA: Jurnal ...*, 03(05), 10–18.
<https://aksiologi.org/index.php/abdimassa/article/view/1285%0Ahttps://aksiologi.org/index.php/abdimassa/article/download/1285/871>
- Madji, S., Engka, D. S. M., & Sumual, J. I. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3998–4006.
- Mahallizikri, I. F. (2018). *Perpaduan Antara Pandangan Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Syariah Melahirkan Sebuah Paham Ekonomi Yang Baru Dari Sebuah Sistem Yang Telah Ada*.
<https://www.stiesyariahbangkalis.ac.id/kolompikiran-11-perpaduan-antara-pandangan-ekonomi-konvensional-dengan-ekonomi-syariah-melahirkan-sebuah-paham-ekonomi-yang-baru-dari-sebuah-sistem-yang-telah-ada.html>
- Muhammad, L., & Firmansyah, R. (2020). Dampak Pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Kuta Tengah.
<http://ejournal.kopertais4.or.id/sasambo/index.php/alhikmah/article/download/4296/2968>

- Mulyadi, D. (2020). *Penguatan Peran Pelaku Ekonomi Dengan Pola Kemitraan*. 8 nomor 2.
- Murtadho, A. (2016). Strategi Pembangunan Ekonomi Yang Islami. *Economica*, VII(2), 1–22.
- Ni Luh Ariani, I Made Sumerta, I. M. S. (2019). *Tradisi Roah Segare*.
- Ni, O., Putu, L., Pancawati, A., Widaswara, R. Y., Duta, F. D., Widya, B., Sastra, D., Ekonomi, P., Duta, F. D., & Widya, B. (2023). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam*. 3(1).
- NTB, D. P. P. (2023). Dinas Pariwisata Provinsi NTB. Dinas Pariwisata Provinsi NTB.
- Nur'aini, F. (2016). *Tehnik Analisis SWOT*.
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive Force Dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner Di Indonesia (Studi Kasus : Kulina.id). *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 118–127. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v1i2.10760>
- Paulu, N. T. H. A. A. L. (2022). Pengaruh Kelompok Usaha Bersama (KUBE) terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Tomini Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol 5 No ((1), 175–182.
- Pengabdian, J., Masyarakat, B., Purnamasari, P., Zuliawati, E., Sellina, S., Maria, F., Hariroh, R., Bangsa, U. P., Bangsa, U. P., Bangsa, U. P., & Bangsa, U. P. (2024). *Pengembangan Umkm Melalui Sosialisasi Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan*. 2(1), 42–47.
- Pratama, B. B., & Wijayanti, D. (2023). Perancangan Model Ekonomi Kreatif 5.0 Berbasis Digital Social Innovation. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 13(1), 76–90. <https://doi.org/10.12928/fokus.v13i1.7811>
- Priyono, H. (2015). Homo Economicus. Вестник Самарского Государственного Университета, 8 (130).
- Purba, E. D. (2021). Metode Penelitian Ekonomi. Yayasan Kita Menulis. web: kitamenulis.id email: press@kitamenulis.id
- Putra, F. P. (2022). Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Kecamatan Patia Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten). Uin Sultan Maulana Hasanudin Banten.
- Qori, I. (2019). Analisis implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan mutu pendidikan pondok pesantren. *Management and Business Review*, 3(2), 83–94. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4605>
- Raflianto, M. A. (2019). Peran ekonomi kreatif dalam penyerapan tenaga kerja

dan kesejahteraan pekerja di kota pekanbaru (studi kasus desain dan seni rupa). Universitas Islam Raiu Pekanbaru.

- RAMDANI, D. (2020). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Tompobulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rekha. (2021). Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie) Disusun Oleh : Rekha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2021 M / 1443 H.
- Reni Hermila Hasibuan, Muhammad Arif, A. (2023). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Dan Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus : Pengrajin Toto Jaya Bingkai Di Kecamatan Medan Area). 4(1), 88–100.
- Riskita, A. (2022). Konsep Ekonomi Kreatif dan Jenis-jenisnya, Sudah Tahu? Sirclo.Com. <https://store.sirclo.com/blog/konsep-ekonomi-kreatif/>
- Rochman, I. (2019). Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta). *Al Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 3(1), 36–52. <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/aliman/article/view/3527>
- Rokhman, O., Ningsih, A. N., Augia, T., Dahlan, H., Rosyada, Amrina, Putri, Dini Arista, Fajar, N. A., Yuniarti, E., Vinnata, N. N., Pujiwidodo, D., Ju, J., Wei, S. J., Savira, F., Suharsono, Y., Aragão, R., Linsi, L., Editor, B., Reeger, U., Sievers, W., Michalopoulou, C., Mimis, A., ... Devita, M. (2020). Pengakuan Dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan Psak No. 23 Pada Kalla Toyota Makassar. *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5(1), 90–96. <https://core.ac.uk/download/pdf/235085111.pdf>
<http://www.kemkes.go.id>
[http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK No. 57 Tahun 2013 tentang PTRM.pdf](http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK_No_57_Tahun_2013_tentang_PTRM.pdf)
https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/15242-profil-anak-indonesia_-2019.pdf
- Rukin. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. CV.Jakad Media Publishing.
- Rusdi, M. I. (2022). peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kecamatan soreang kota parepare dalam perspektif ekonomi islam, studi pengrajin cangkang kerang. IAIN PAREPARE.
- RUSDI, M. I. (2022). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Kecamatan Soreang Kota Parepare Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pengrajin Cangkang Kerang (Vol. 33, Issue 1).
- Saptutyningsih, E., & Kamiel, B. P. (2019). Pemanfaatan Bahan Alami untuk Pengembangan Ecoprint dalam Mendukung Ekonomi Kreatif. *Prosiding Seminar Nasional* ..., 276–283.

<http://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/396>

- Saputra, D., Yusnita, M., Noviyanti, I., & Wahyudin, N. (2023). *Sosialisasi Pelaku Ekonomi Kreatif Sektor Kriya “Deshanda Craft” Bangka*. 121–127.
- Sholikhah, V. (2022). Implementasi Strategi Pengembangan Koperasi Pesantren Sebagai Pusat Ekonomi Mandiri di Pesantren Al-Qodiri Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2(2), 104–113. <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1636>
- Siahaan, M. (2022). Penyuluhan Masyarakat Kewirausahaan Bidang Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Desa Sriamur, Tambun Utara, Bekasi. *Dedikasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 106–121. <https://doi.org/10.53276/dedikasi.v1i2.10>
- Sih, A. (2021). Analisis Ekonomi Kreatif Dalam Mengurangi Pengangguran Terdidik Menurut Prespektif Islam (Studi Sub-Sektor Kuliner Di Kecamatan Sukarame Kota Bandar <http://repository.radenintan.ac.id/15950/>
- Simanjuntak, R. A., & Susetyo, J. (2022). Penerapan Ergonomi Di Lingkungan Kerja Pada UMKM. *Dharma Bakti*, 5(1), 37–46. <https://doi.org/10.34151/dharma.v5i1.3917>
- Suci, U., Vitri, Y., & Asriati, N. (2024). Perempuan Pelaku Umkm Pengrajin Tenun Songket *DI*. 5, 558–568.
- Sudrajat, A. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Prespektif Etika Islam (Studi Kasus pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Batu). In *Jurnal Berkala Epidemiologi* (Vol. 5, Issue 1). <https://core.ac.uk/download/pdf/235085111.pdf> website: <http://www.kemkes.go.id> [http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK No. 57 Tahun 2013 tentang PTRM.pdf](http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK_No_57_Tahun_2013_tentang_PTRM.pdf) https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/15242-profil-anak-indonesia_-2019.pdf
- Syahbudi, M. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia, strategi daya saing UMKM industri kreatif menuju Go Global (sebuah riset dengan model pentahelix) (2021 Ed.1, cet. 1-Medan : Merdeka kreasi (ed.)). penerbitan CV. Merdeka Kreasi Grup.*
- Talia Maharani, Ika Wijayanti, R. R. (2022). Perubahan Pola Aktivitas Masyarakat Terdampak Pembangunan Sirkuit Mandalika (Studi Di Dusun Ebunut Desa Kuta Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah). *Skripsi*, 2(2), 40–50. <https://Repository.Uir.Ac.Id/8549/>
- Tampubolon, M. (2023). *Metode Penelitian*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=febFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metode+penelitian&ots=hkSGRU7W25&sig=EoxctQQnt7T18GAi5YcBpNpgQ5E%0A> <http://repository.uki.ac.id/11609/1/MetodePenelitian.pdf>

- Tifani. (2023). *Pengertian Ekonomi Kreatif dan Contohnya di Indonesia*. Dkatadata. <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/64f944f0dae21/pengertian-ekonomi-kreatif-dan-contohnya-di-indonesia>
- Tulusan, G, M, Fenny. dan Londa, Y, V. (2014). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Di Desa Lolah Ii Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 1(1), 92–105.
- Utami, S. N. (2022). Konsep Ekonomi Kreatif. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/10/14/083000069/konsep-ekonomi-kreatif?page=all>
- Uyuni, A. (2021). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kriya Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Perspektif Etikan Bisnis Islam (Studi Kasus Ardhina Batik Medan). *Skripsi*, 32.
- Wardana, A. (2024). Peran Ekonomi Syariah dalam Membentuk Pribadi yang Berjiwa Entrepreneur dan Islami. 2(1), 1–11.
- Wening Ken Widodasih, R. ., & Satpatmantlya, K. (2022). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Pada Umkm Fashion Hijab Modiste.Id Cikarang (Menggunakan Pendekatan Analisis Swot) Oleh. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2679–2688.
- Writer, Z. (2023). *Ekonomi Kreatif: Konsep, Pengertian menurut para Ahli, dan Contohnya*. Zenius. <https://www.zenius.net/blog/pengertian-dan-contoh-ekonomi-kreatif>
- Yovita Mumpuni Hartarini, Zumrotun Nafiah, & Sopi, S. (2022). Kajian Tentang Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kendal. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 77–89. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i1.650>
- Zaluci, S. E. (2021). Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan. *Journal of Business Theory and Practice*, 10(2), 6. http://www.theseus.fi/handle/10024/341553%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1958%0Ahttp://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4816%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23790/17211077_Tarita_Syavira_Alicia.pdf?

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Surat lampiran 1 : *Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian*



PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH
KECAMATAN PUJUT
DESA KUTA
KODE POS: 83573

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 471.1/Kuta/ 15 /V/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MIRATE**
RRI Jabatan : Kepala Desa Kuta Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah
Dengan ini memberikan rekomendasi kepada :
NAMA : **MUHAMMAD ZAENUDIN**
NIM : 22054210001
Jurusan : **MAGISTER EKONOMY SYAR'AH**

Sudah melaksanakan kegiatan *Penelitian* pada tanggal 21 Mei s.d 21 Juni 2024 dengan Judul Penelitian " **ANALISIS EKSISTENSI PELAKU EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN INCOME SOCIETY DI WILAYAH SIRKUIT MANDALIKA (STUDI DI DESA KUTA,KEC.PUJUT ,KABUPATEN LOMBOK TENGAH** " Desa Kuta Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah.

Demikian Rekomendasi ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, selama penggunaannya tidak bertentangan dengan aturan hukum yang berlaku.

Kuta, 21 Mei 2024



Lampiran 2 :Surat Rekomendasi Penelitian KESBANGPOL Loteng



PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan. Raden Puguh, Komplek Kantor Bupati Gedung A Lantai 1

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 070/356/V/BKBP/2024

1. Dasar :

- a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor. 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor. 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
- b. Surat dari Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Provinsi Jawa Timur Nomor : B-1773/Ps?TL.00/05/2024, Tanggal : 08 Mei 2024.
Perihal : Permohonan Izin Penelitian.

2. Menimbang :

Setelah mempelajari Proposal Survei/Rencana kegiatan Penelitian yang diajukan, maka Badan Kesbangpol Kabupaten Lombok Tengah dapat membenarkan Rekomendasi/ijin kepada :

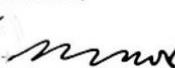
Nama : **MUHAMMAD ZAINUDIN**
: 220504210001
Alamat : Dusun Lawontu, Desa Risa, Kecamatan Wohu, Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat
No. Telfon : 081391099826
Pekerjaan/Jurusan : Mahasiswa/Magister Ekonomi Syariah.
Bidang/Judul : **ANALISIS EKSISTENSI PELAKU EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN INCOME SOCIETY DI WILAYAH SIRKUIT MANDALIKA (STUDI DI DESA KUTA, KEC. PUJUT, KABUPATEN LOMBOK TENGAH).**
Lokasi Penelitian : Kepala Desa Kuta Kec. Pujut Kab. Lombok Tengah.
Jumlah Peserta : 1 (satu) orang
Lamanya : 1 (satu) bulan, mulai tanggal 21 Mei 2024 s/d 21 Juni 2024.
Status Penelitian : Baru.

3. Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan mematuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. Sebelum melakukan kegiatan Penelitian agar melaporkan kedatangan Kepada Bupati/Walikota atau Pejabat yang ditunjuk;
- b. Tidak melakukan kegiatan yang tidak ada kaitannya dengan Bidang/Judul dimaksud, apabila melanggar ketentuan akan dicabut Rekomendasi/ijin Observasi dan menghentikan segala kegiatan.
- c. Mentaati ketentuan Perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
- d. Apabila masa berlaku Rekomendasi/ijin telah berakhir, sedangkan pelaksanaan kegiatan tersebut belum selesai maka perpanjangan Rekomendasi/ijin agar diajukan kembali sebagaimana proses pengajuan awal.
- e. Melaporkan hasil-hasil kegiatan kepada Bupati Lombok Tengah, melalui Kepala Bakesbangpol Kabupaten Lombok Tengah.

Demikian Surat Rekomendasi/ijin Penelitian ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya

Praya, 20 Mei 2024
An. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kab. Lombok Tengah
Kabid. Politik dan Ormas,


ISKANDAR JUNAIDI, S.Sos, MM
NIP. 077605031995031001

Tembusan disampaikan kepada Yth. :

1. Bupati Lombok Tengah di Praya;
2. Camat Pujut Kab. Lombok Tengah di Sengkol;
3. Kepala Desa Kuta Kecamatan Pujut di Kuta;
4. Yang bersangkutan ;
5. Arsip.

Lampiran 3 : Dokumentasi Lapangan



Wawancara sekaligus penyerahan surat penelitian dengan Kades Kuta



Wawancara Bersama sekdes Kuta



Wawancara bersama staf KASBAGPOL



Wilayah Sirkuit Mandalika di Desa Kuta





Peneliti Sedang Wawancara dan observasi



Wawancara sekalian Dekomentasi



Dokumentasi Bersama Dengan Informan



Dokumentasi Dengan Informan