

## Pengelolaan Usaha Mikro Kreatif Berbasis Nilai Syariah pada Bisnis Buket Kasykado: Studi Kualitatif Deskriptif

Alfina Ni'matul Maula<sup>a</sup>, Novia Alfi Satifa<sup>b</sup>, Ghiswa Candika Kirana<sup>c</sup>

<sup>abc</sup> Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam  
Raden Rahmat Malang

e-mail: [<sup>a</sup>alfinaulla9@gmail.com](mailto:alfinaulla9@gmail.com), [<sup>b</sup>noviasatifa@gmail.com](mailto:noviasatifa@gmail.com), [<sup>c</sup>ghiswachandikakirana@gmail.com](mailto:ghiswachandikakirana@gmail.com)

Submitted: 30 Mei 2026 - Last revised: 18 Juni 2026 - Accepted: 25 Juni 2026

### ABSTRAK

Bisnis buket merupakan bagian dari usaha mikro kreatif yang berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk hadiah estetik, personal, dan mudah dipasarkan melalui media digital. Namun, usaha mikro kreatif sering menghadapi keterbatasan modal, sistem manajemen sederhana, serta ketergantungan pada operasional berbasis keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan usaha mikro kreatif pada Bisnis Buket KASYKADO dan menelaah penerapan nilai ekonomi syariah dalam praktik pengelolaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan informan yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi kegiatan operasional, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan KASYKADO bertumpu pada modal pemilik, operasional berbasis keluarga, produksi berbasis pesanan, dan pemasaran digital melalui WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi tercermin dalam kesesuaian produk dengan katalog, pelayanan konsumen, pemenuhan pesanan, serta penetapan harga yang wajar. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan pemahaman mengenai model pengelolaan UMKM kreatif syariah berbasis keluarga yang mengintegrasikan kreativitas produk, etika bisnis, dan kepercayaan konsumen dalam ruang digital.

**Kata Kunci:** *Bisnis Buket, Pengelolaan Usaha Mikro, Ekonomi Syariah, Digital Marketing, Bisnis Buket, Usaha Kreatif*

### ABSTRACT

The bouquet business is part of the creative micro-enterprise sector that has grown alongside increasing consumer demand for aesthetic, personalized, and digitally marketable gift products. However, creative micro-enterprises often face limited capital, simple managerial systems, and dependence on family-based operations. This study aims to analyze the management of a creative micro-enterprise in the KASYKADO bouquet business and examine the implementation of Islamic economic values in its business practices. A descriptive qualitative approach was employed, with informants selected purposively. Data were collected through semi-structured interviews, operational observations, and documentation, and were analyzed using Miles and Huberman's interactive model, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. Data credibility was ensured through source and technique triangulation. The findings show that KASYKADO is managed through owner's equity, family-based operations, order-based production, and digital marketing via WhatsApp, Instagram, and TikTok. Islamic economic values, including honesty, trustworthiness, responsibility, justice, and transparency, are reflected in product-catalog suitability, customer service, order fulfillment, and fair pricing. This study contributes to the understanding of a family-based Islamic creative micro-enterprise management model that integrates product creativity, business ethics, and consumer trust in the digital marketplace.

**Keywords:** *Bouquet Business, Creative Enterprise, Digital Marketing, Islamic Economics, Micro-Enterprise Management*

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi salah satu sektor yang mampu bertahan dalam menghadapi berbagai kondisi ekonomi. UMKM

berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, pemerataan ekonomi, dan pengembangan sektor usaha kreatif yang berbasis inovasi. Perkembangan UMKM di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, terutama pada usaha kreatif yang memanfaatkan perkembangan teknologi dan media digital sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha.(Safari & Riyanti, 2024)

Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah industri kreatif. Industri ini mengandalkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah ekonomi dan estetika. Salah satu usaha kreatif yang berkembang di kalangan masyarakat adalah bisnis buket. Bisnis buket tidak lagi hanya berfokus pada rangkaian bunga, tetapi telah berkembang menjadi berbagai produk kreatif seperti buket snack, buket uang, buket wisuda, dan berbagai hadiah dekoratif lainnya yang memiliki nilai estetika dan daya tarik pasar. Tingginya penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp turut memberikan pengaruh terhadap perkembangan usaha kreatif karena media digital mampu membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.(Hidayat et al., 2026)

Keberhasilan suatu usaha mikro tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang dihasilkan, tetapi juga sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam melakukan pengelolaan usaha secara efektif. Pengelolaan usaha mencakup perencanaan usaha, pengorganisasian sumber daya, pengelolaan modal, pengelolaan operasional, strategi pemasaran, serta pengawasan terhadap kegiatan usaha. Pengelolaan usaha yang baik dapat membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas produk, meningkatkan kepuasan konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Sebaliknya, lemahnya pengelolaan usaha sering menjadi salah satu penyebab usaha mikro mengalami kesulitan dalam berkembang dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM.(Mohamed & Weber, 2019)

Dalam perspektif Ekonomi Syariah, pengelolaan usaha tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi dalam menjalankan usaha. Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan penting dalam menciptakan kegiatan usaha yang tidak hanya memberikan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga menghasilkan keberkahan dan keberlanjutan usaha. Penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam pengelolaan usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta menciptakan etika bisnis yang sehat dan bertanggung jawab. Dalam praktik usaha modern, penerapan strategi pemasaran digital berbasis syariah juga dinilai mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan citra positif usaha.(Safari & Riyanti, 2024)

Bisnis Buket KASYKADO merupakan salah satu usaha mikro kreatif yang bergerak dalam pembuatan berbagai jenis buket dan hadiah dekoratif. Dalam menjalankan usahanya, KASYKADO mengelola modal secara mandiri, memanfaatkan pemasaran digital, melibatkan anggota keluarga dalam operasional usaha, serta menerapkan nilai-nilai syariah dalam pelayanan kepada konsumen. Karakteristik tersebut menjadikan KASYKADO menarik untuk diteliti sebagai representasi usaha mikro kreatif yang berkembang melalui kombinasi strategi bisnis dan nilai-nilai etis.

Penelitian mengenai pengelolaan usaha mikro, digital marketing, dan penerapan prinsip dilakukan oleh Safari & Riyanti, (2024) menjelaskan bahwa digital marketing memiliki peranan penting dalam memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun kepercayaan konsumen melalui penerapan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran dan transparansi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Fitra, (2020) menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM karena mampu memperluas pemasaran produk dan meningkatkan efisiensi usaha.

Selain itu, penelitian Fatih et al., (2023), menjelaskan bahwa digital marketing memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan UMKM, khususnya dalam memperluas pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Fatkhan & Chasanah (2024) menunjukkan bahwa inovasi produk dan digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan perkembangan UMKM pada sektor industri kreatif. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada strategi pemasaran digital dan peningkatan penjualan, sedangkan penelitian yang secara khusus membahas pengelolaan usaha mikro pada bisnis buket sebagai bagian dari industri kreatif masih relatif terbatas, terutama yang mengkaji pengelolaan usaha secara menyeluruh mulai dari operasional usaha, strategi pemasaran, hingga kepemimpinan usaha dalam perspektif ekonomi syariah.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) karena mengkaji pengelolaan usaha mikro kreatif secara lebih komprehensif pada Bisnis Buket KASYKADO dengan menyoroti integrasi antara aspek manajerial usaha dan penerapan nilai-nilai ekonomi syariah. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai praktik pengelolaan UMKM kreatif berbasis syariah dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) menganalisis pengelolaan usaha mikro kreatif pada Bisnis Buket KASYKADO
- 2) menelaah penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam praktik pengelolaannya.

## II. KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka dalam penelitian ini disusun sebagai landasan teoretis dan empiris untuk memahami pengelolaan usaha mikro kreatif berbasis nilai syariah pada Bisnis Buket KASYKADO. Secara konseptual, kajian ini mencakup pengelolaan usaha mikro, karakteristik UMKM kreatif, digital marketing, pengelolaan usaha dalam perspektif ekonomi syariah, penelitian terdahulu, serta kerangka penelitian. Seluruh bagian tersebut diarahkan untuk menjelaskan bahwa keberlanjutan usaha buket tidak hanya bergantung pada kreativitas produk dan strategi pemasaran, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam mengelola modal, operasional, sumber daya manusia, kepemimpinan, serta menerapkan nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis.

### 2.1 Pengelolaan Usaha Mikro

Pengelolaan usaha merupakan proses mengatur, mengarahkan, mengoordinasikan, dan mengendalikan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh suatu usaha agar tujuan usaha dapat tercapai secara efektif dan efisien. Dalam konteks usaha mikro, pengelolaan usaha menjadi aspek yang sangat penting karena pelaku usaha umumnya menghadapi keterbatasan dalam modal, tenaga kerja, teknologi, sistem pencatatan keuangan, dan akses pasar (Purba et al., 2021). Oleh karena itu, pengelolaan usaha mikro tidak hanya terbatas pada kegiatan produksi, tetapi juga mencakup pengelolaan modal, pengadaan bahan baku, pembagian tugas kerja, pelayanan konsumen, pemasaran, serta pengawasan terhadap jalannya usaha.

Pengelolaan usaha yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam menjaga keberlangsungan bisnis, meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta memperkuat daya saing usaha. Pada usaha mikro, pemilik usaha biasanya memiliki peran sentral karena hampir seluruh keputusan bisnis berada di tangan pemilik, mulai dari perencanaan produksi, penggunaan modal, penentuan harga, pelayanan pelanggan, hingga strategi pengembangan usaha. Dengan demikian, pengelolaan usaha mikro dapat dipahami sebagai proses menyeluruh yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengoptimalkan sumber daya terbatas agar usaha mampu bertahan, berkembang, dan memiliki nilai tambah di tengah persaingan pasar. (Purba et al., 2021)

Dalam penelitian ini, pengelolaan usaha mikro digunakan untuk melihat bagaimana Bisnis Buket KASYKADO mengelola kegiatan usahanya, mulai dari modal, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, hingga kendala yang dihadapi. Pengelolaan tersebut menjadi penting karena bisnis buket merupakan usaha kreatif yang sangat bergantung pada kualitas produk, ketepatan pesanan, kreativitas desain, dan kemampuan pelaku usaha dalam membaca kebutuhan konsumen.

## **2.2 Usaha Mikro Kreatif**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM merupakan sektor usaha produktif yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian masyarakat (Yolanda et al., 2024). UMKM berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pemerataan ekonomi, serta memperkuat struktur perekonomian nasional. Keberadaan UMKM juga menjadi salah satu bentuk aktivitas ekonomi masyarakat yang mampu berkembang melalui pemanfaatan potensi lokal, kreativitas, dan kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan pasar. (Suyadi et al., 2018)

Secara umum, UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dari usaha berskala besar. Usaha mikro biasanya dijalankan dengan modal terbatas, tenaga kerja relatif sedikit, sistem manajemen sederhana, dan pengelolaan yang banyak bergantung pada pemilik. Meskipun demikian, UMKM memiliki fleksibilitas tinggi dalam menyesuaikan produk, harga, dan strategi pemasaran sesuai dengan perubahan kebutuhan konsumen. Fleksibilitas inilah yang menjadi salah satu kekuatan utama UMKM dalam menghadapi dinamika pasar. (Febriyantoro et al., n.d.)

Dalam perkembangannya, UMKM tidak hanya bergerak pada sektor perdagangan konvensional, tetapi juga berkembang dalam sektor usaha kreatif. Usaha kreatif menekankan pemanfaatan ide, inovasi, keterampilan, dan keunikan produk sebagai nilai tambah. Pengembangan UMKM berbasis industri kreatif menjadi penting karena mampu mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi, estetika, dan daya saing pasar. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas tidak hanya berfungsi sebagai unsur pendukung, tetapi juga menjadi sumber utama dalam menciptakan keunggulan usaha mikro. (Ananda & Sulistiowati, n.d.)

Bisnis buket termasuk dalam kategori usaha mikro kreatif karena menghasilkan produk yang tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga memiliki nilai estetika, simbolik, dan personal. Produk buket digunakan dalam berbagai momen seperti wisuda, ulang tahun, pernikahan, dan perayaan lainnya. Oleh karena itu, usaha buket memerlukan pengelolaan yang terarah agar kreativitas produk dapat dikonversi menjadi keberlanjutan usaha.

## 2.3 Digital Marketing pada Usaha Mikro Kreatif

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital dan jaringan internet untuk memperkenalkan, mempromosikan, serta menjual produk kepada konsumen. (Fatih et al., 2023) Dalam konteks UMKM, digital marketing memiliki peran penting karena mampu membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional (Febriyantoro et al., n.d.). Media digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, menyampaikan informasi produk, menerima pesanan, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi platform yang banyak digunakan oleh pelaku UMKM karena memiliki jangkauan yang luas dan mudah diakses oleh konsumen. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat menampilkan foto produk, katalog, testimoni pelanggan, promosi, serta informasi pemesanan. Strategi ini sangat relevan bagi usaha kreatif seperti bisnis buket karena produk buket memiliki nilai visual yang perlu ditampilkan secara menarik agar mampu memengaruhi minat beli konsumen. (Mardiah et al., 2024)

Pada bisnis buket, digital marketing tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun identitas usaha. Tampilan produk yang menarik, komunikasi yang responsif, dan pelayanan yang baik melalui media digital dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, pemanfaatan digital marketing menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan usaha mikro, terutama pada usaha kreatif yang mengandalkan estetika produk dan kedekatan komunikasi dengan konsumen.

## III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam praktik pengelolaan usaha mikro pada Bisnis Buket KASYKADO berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis pengelolaan modal, operasional, pemasaran digital, kepemimpinan usaha, serta kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha mikro. Pendekatan ini relevan karena data yang dikaji bersifat naratif, kontekstual, dan diperoleh melalui interaksi langsung dengan informan (Abdussamad, n.d.)

Penelitian dilakukan pada Bisnis Buket KASYKADO, yaitu usaha mikro kreatif yang bergerak dalam pembuatan buket wisuda, buket snack, buket uang, dan produk hadiah dekoratif lainnya. Lokasi penelitian dipilih secara purposive karena KASYKADO merepresentasikan usaha mikro yang dikelola melalui modal terbatas, produksi berbasis pesanan, pemasaran digital, pelayanan konsumen, serta sistem kerja keluarga. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik usaha karena memiliki pengetahuan langsung mengenai sejarah usaha, sumber modal, biaya produksi, strategi pemasaran, pembagian kerja, dan kendala usaha. Informan pendukung berasal dari anggota keluarga yang terlibat dalam proses produksi, pengemasan, pelayanan konsumen, dan pengelolaan pesanan.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Wawancara diarahkan pada aspek pengelolaan modal, operasional, pemasaran digital, kepemimpinan usaha, sistem kerja keluarga, dan hambatan pengembangan usaha (Abdussamad, n.d.). Observasi dilakukan terhadap proses produksi buket, pengadaan bahan baku, pengemasan,

pelayanan konsumen, serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan referensi yang relevan dengan UMKM, digital marketing, pengelolaan usaha mikro, dan ekonomi syariah (Abrar, n.d.).

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan mengelompokkan informasi hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai fokus penelitian, yaitu modal, operasional, pemasaran digital, kepemimpinan, dan kendala usaha. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar pola temuan dapat dibaca secara sistematis. Selanjutnya, kesimpulan ditarik dengan menafsirkan praktik pengelolaan usaha mikro KASYKADO serta mengaitkannya dengan perspektif ekonomi syariah.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pemilik usaha dan pihak pendukung yang terlibat dalam operasional usaha (Husnullail et al., 2024). Triangulasi teknik dilakukan dengan mencocokkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi data. Melalui proses tersebut, kredibilitas temuan dapat diperkuat karena data tidak hanya bertumpu pada satu sumber atau satu teknik pengumpulan data (Luthfiyani & Murhayati, 2024).

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1 Hasil Wawancara dan Temuan Lapangan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Khilfi selaku pemilik Bisnis Buket KASYKADO dan informan pendukung yang terlibat dalam kegiatan operasional, ditemukan bahwa KASYKADO merupakan usaha mikro kreatif yang berkembang dari usaha kecil berbasis pesanan menjadi bisnis buket yang memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Usaha ini dikelola secara sederhana, fleksibel, dan berbasis keluarga, tetapi tetap menunjukkan pola pengelolaan yang cukup terarah melalui pengaturan modal, operasional produksi, pemasaran digital, kepemimpinan pemilik usaha, serta penerapan nilai-nilai syariah dalam pelayanan konsumen.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa awal mula usaha KASYKADO berangkat dari adanya peluang permintaan produk hadiah yang bersifat personal dan estetik. Bu Khilfi menjelaskan bahwa usaha buket mulai berkembang setelah produk yang dibuat dipublikasikan melalui media sosial dan mendapat respons positif dari konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan produksi, tetapi juga oleh kemampuan pemilik dalam melihat peluang pasar, membaca kebutuhan konsumen, dan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi.

Dari aspek pengelolaan modal, Bu Khilfi menyampaikan bahwa modal usaha dikelola secara bertahap dan disesuaikan dengan kebutuhan pesanan. Modal digunakan terutama untuk membeli bahan baku seperti kertas buket, plastik pembungkus, pita, lem, kardus, dan perlengkapan produksi lainnya. Pemilik tidak menyediakan bahan dalam jumlah berlebihan, tetapi menyesuaikan pembelian bahan dengan jumlah dan jenis pesanan konsumen agar penggunaan modal lebih efisien.

“Modal usaha digunakan secara bertahap, terutama untuk membeli bahan sesuai kebutuhan pesanan. Jadi, bahan yang dibeli menyesuaikan permintaan konsumen agar tidak banyak bahan yang terbuang.”

Dari aspek operasional, proses produksi KASYKADO dilakukan berdasarkan pesanan konsumen. Produk yang dibuat meliputi buket wisuda, buket snack, buket uang, dan berbagai produk hadiah dekoratif lainnya. Sistem produksi berbasis pesanan membuat usaha lebih fleksibel karena desain, warna, ukuran, dan isi buket dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Bu Khilfi juga menjelaskan bahwa ketika pesanan meningkat, anggota keluarga ikut membantu dalam proses pembuatan, pengemasan, pelayanan, dan pengiriman pesanan.

“Kalau pesanan sedang banyak, biasanya dibantu keluarga. Ada yang membantu membuat buket, ada yang membantu packing, dan ada juga yang membantu menyiapkan pesanan untuk dikirim.”

Dari aspek pemasaran, Bu Khilfi menjelaskan bahwa KASYKADO memanfaatkan WhatsApp, Instagram, dan TikTok sebagai media utama untuk memperkenalkan produk, menampilkan katalog, menerima pesanan, serta membangun komunikasi dengan konsumen. Media sosial menjadi sarana penting karena produk buket memiliki karakter visual yang kuat. Foto produk, desain, warna, dan kerapian tampilan menjadi unsur yang dapat memengaruhi minat beli konsumen.

“Pesanan banyak datang setelah produk diposting di WhatsApp atau Instagram. Konsumen biasanya melihat contoh buket dulu, lalu bertanya harga dan desain melalui chat.”

Dari aspek kendala usaha, hasil wawancara dengan Bu Khilfi menunjukkan bahwa KASYKADO menghadapi beberapa hambatan, antara lain keterbatasan modal, pesanan yang tidak selalu stabil, persaingan usaha buket, serta tuntutan untuk terus mengikuti tren desain. Selain itu, pemasaran digital juga membutuhkan konsistensi dalam membuat konten dan merespons pesan konsumen secara cepat.

“Kendalanya biasanya pesanan tidak selalu ramai setiap hari, jadi harus terus promosi dan membuat contoh produk yang menarik supaya konsumen tertarik.”

Hasil wawancara dengan Bu Khilfi juga menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah diterapkan dalam praktik pengelolaan usaha. Nilai kejujuran tampak dari upaya menjaga kesesuaian antara foto produk dan hasil pesanan. Nilai amanah terlihat dari komitmen menyelesaikan pesanan sesuai permintaan konsumen. Nilai tanggung jawab diterapkan melalui ketepatan waktu penyelesaian pesanan. Nilai keadilan tercermin dalam penetapan harga yang disesuaikan dengan bahan dan tingkat kesulitan pembuatan buket. Sementara itu, nilai transparansi terlihat dari penyampaian informasi harga, bahan, desain, dan estimasi pengerjaan kepada konsumen.

“Kalau konsumen bertanya harga atau bahan, dijelaskan dari awal supaya tidak ada salah paham. Foto produk juga diusahakan sesuai dengan hasil yang diterima konsumen.”

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha mikro pada Bisnis Buket KASYKADO berlangsung secara sederhana, adaptif, dan berbasis keluarga, tetapi tetap mencerminkan praktik manajemen usaha yang terarah. Pengelolaan tersebut tampak melalui kemampuan pelaku usaha dalam mengatur modal terbatas, menjalankan operasional berbasis pesanan, memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, mengandalkan kepemimpinan pemilik usaha, serta menghadapi kendala usaha secara fleksibel. Dengan demikian, KASYKADO memperlihatkan bahwa pengembangan usaha mikro kreatif tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal, tetapi juga oleh kreativitas, ketepatan pelayanan, kemampuan membaca kebutuhan pasar, dan nilai etis yang diterapkan dalam aktivitas bisnis.

## 4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian disajikan secara tematik berdasarkan lima aspek pengelolaan usaha, yaitu modal, operasional, pemasaran digital, kepemimpinan, dan kendala usaha, serta dikaitkan dengan penerapan nilai ekonomi syariah. Penyajian hasil ini bertujuan memberikan gambaran empiris sebelum dilakukan interpretasi teoretis pada bagian pembahasan.

| Aspek Temuan      | Temuan KASYKADO                                                                                                                               | Empiris | Nilai Syariah yang Tampak                                                         |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Modal usaha       | Usaha bertumpu pada modal pemilik dan pengembangan bertahap sesuai kemampuan produksi serta permintaan konsumen.                              |         | Tanggung jawab dan kehati-hatian dalam penggunaan modal.                          |
| Operasional       | Produksi dilakukan berbasis pesanan dengan keterlibatan keluarga pada pembuatan, pengemasan, pelayanan, dan pengiriman.                       |         | Amanah dalam memenuhi pesanan dan menjaga kualitas produk.                        |
| Pemasaran digital | WhatsApp, Instagram, dan TikTok digunakan untuk menampilkan katalog, menerima pesanan, dan membangun komunikasi dengan konsumen.              |         | Kejujuran dan transparansi dalam informasi produk, harga, serta tampilan katalog. |
| Kepemimpinan      | Pemilik berperan sebagai pengambil keputusan utama, pengarah produksi, pengendali kualitas, dan penjaga hubungan dengan pelanggan.            |         | Keadilan dalam pembagian peran dan tanggung jawab kerja.                          |
| Kendala usaha     | Kendala utama berkaitan dengan keterbatasan modal, fluktuasi permintaan, waktu produksi, serta kebutuhan menjaga konsistensi kualitas produk. |         | Kesabaran, tanggung jawab, dan komitmen terhadap pelayanan konsumen.              |

Temuan lapangan menunjukkan bahwa KASYKADO berkembang dari pengalaman usaha yang bertahap. Pemilik usaha menjelaskan bahwa usaha buket berawal dari permintaan konsumen terhadap produk hadiah, kemudian berkembang setelah hasil produk dipromosikan melalui media sosial. Dalam wawancara, pemilik menyampaikan, "Awalnya kami menerima pesanan hadiah, lalu belajar membuat buket sendiri. Setelah hasilnya diposting di WhatsApp, mulai banyak yang bertanya dan memesan." Pernyataan ini memperlihatkan bahwa perkembangan usaha tidak dibangun melalui sistem manajerial formal sejak awal, tetapi melalui respons terhadap peluang pasar, proses belajar mandiri, dan pemanfaatan jaringan digital.

Pada aspek operasional, KASYKADO menerapkan produksi berbasis pesanan. Model ini membantu pelaku usaha menekan risiko stok berlebih, menyesuaikan desain dengan kebutuhan konsumen, dan menjaga efisiensi penggunaan bahan baku. Informan pendukung menjelaskan bahwa pembagian tugas dilakukan secara fleksibel sesuai kebutuhan produksi, terutama pada saat pesanan meningkat. Keterlibatan keluarga menjadi kekuatan utama karena mempercepat koordinasi dan menekan biaya tenaga kerja formal.

Pada aspek pemasaran, media sosial digunakan sebagai etalase digital sekaligus ruang komunikasi dengan konsumen. Foto produk, katalog, testimoni, dan respons pesan menjadi bagian penting dari proses penjualan. Dalam praktiknya, konsumen tidak hanya membeli

produk fisik, tetapi juga mempercayai informasi visual yang ditampilkan. Karena itu, kesesuaian antara katalog dan produk jadi menjadi unsur penting dalam menjaga reputasi usaha.

Pada aspek nilai syariah, temuan menunjukkan bahwa kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi diterapkan dalam tindakan praktis. Kejujuran tercermin dari upaya menampilkan produk sesuai kondisi nyata. Amanah tampak pada komitmen memenuhi pesanan sesuai kesepakatan. Tanggung jawab muncul melalui penyelesaian pesanan dan pelayanan setelah transaksi. Keadilan terlihat dalam penetapan harga yang disesuaikan dengan bahan, desain, dan tingkat kesulitan. Transparansi diwujudkan melalui kejelasan informasi produk, harga, dan proses pemesanan.

### 4.3 Pembahasan

Pengelolaan KASYKADO menunjukkan bahwa usaha mikro kreatif dapat berkembang melalui kombinasi antara keterbatasan sumber daya, kreativitas produk, dan kedekatan sosial. Hal ini sejalan dengan Purba et al. (2021) yang menjelaskan bahwa usaha mikro umumnya menghadapi keterbatasan modal, tenaga kerja, dan sistem manajemen. Namun, dalam konteks KASYKADO, keterbatasan tersebut tidak hanya menjadi hambatan, melainkan juga membentuk pola pengelolaan yang lentur. Pemilik dapat mengambil keputusan cepat, keluarga dapat membantu operasional secara langsung, dan produksi dapat disesuaikan dengan pesanan konsumen.

Keunikan KASYKADO terletak pada posisinya sebagai bisnis kreatif berbasis keluarga. Keluarga tidak hanya menjadi tenaga pendukung, tetapi juga modal sosial yang menjaga kesinambungan usaha. Modal sosial ini penting karena usaha buket memerlukan ketepatan waktu, kerapian produk, dan komunikasi intensif dengan konsumen. Dalam hal ini, pengelolaan usaha mikro tidak dapat hanya dibaca melalui struktur organisasi formal, tetapi juga melalui relasi kepercayaan, kedekatan emosional, dan pembagian peran yang fleksibel dalam keluarga.

Penggunaan WhatsApp, Instagram, dan TikTok memperkuat argumen bahwa digital marketing menjadi instrumen strategis bagi UMKM kreatif. Temuan ini mengonfirmasi Safari & Riyanti (2024), Fitra (2020), serta Fatih et al., (2023) yang menegaskan bahwa digital marketing membantu perluasan pasar, peningkatan daya saing, dan penguatan etika bisnis Islam. Akan tetapi, pada bisnis buket, digital marketing memiliki karakter yang lebih spesifik karena produk dijual melalui daya tarik visual. Foto, warna, desain, kerapian, dan testimoni bukan sekadar pelengkap promosi, tetapi menjadi dasar pembentukan persepsi konsumen terhadap kualitas usaha.

Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan Fatkhan & Chasanah (2024) yang menekankan pentingnya inovasi produk dan digital marketing dalam pertumbuhan UMKM industri kreatif. KASYKADO memperlihatkan bahwa inovasi tidak selalu berbentuk teknologi kompleks, tetapi dapat hadir melalui penyesuaian desain buket, variasi jenis produk, dan kemampuan membaca momen konsumsi seperti wisuda, ulang tahun, dan perayaan tertentu. Dengan demikian, kreativitas menjadi sumber nilai ekonomi sekaligus identitas usaha.

Dari perspektif ekonomi syariah, nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi berfungsi sebagai mekanisme pengendali dalam praktik usaha mikro. Nilai tersebut menjadi penting karena transaksi digital mengandung jarak antara penjual dan konsumen. Konsumen mempercayai foto, deskripsi, harga, dan komunikasi sebelum menerima produk. Karena itu, ketika KASYKADO menjaga kesesuaian katalog dengan produk jadi, memberikan informasi harga secara jelas, dan memenuhi pesanan sesuai kesepakatan, nilai

syariah tidak hanya hadir sebagai konsep normatif, tetapi sebagai strategi membangun kepercayaan digital.

Pembahasan ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha mikro kreatif berbasis nilai syariah tidak identik dengan formalisasi sistem bisnis syariah yang kompleks. Pada KASYKADO, nilai syariah hadir dalam praktik sederhana sehari-hari, yaitu cara menyampaikan informasi, melayani konsumen, menetapkan harga, menjaga kualitas, dan bertanggung jawab atas pesanan. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini adalah memperlihatkan bahwa model UMKM kreatif syariah berbasis keluarga dapat dibangun dari integrasi antara manajemen sederhana, kreativitas produk, pemasaran digital, dan etika bisnis yang konsisten.

## V. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan usaha mikro pada Bisnis Buket KASYKADO diterapkan melalui integrasi antara pengelolaan modal mandiri, operasional berbasis keluarga, pemasaran digital, serta penerapan nilai-nilai ekonomi syariah. Praktik pengelolaan tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha mikro kreatif tidak hanya ditentukan oleh kemampuan produksi dan pemasaran, tetapi juga oleh kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, KASYKADO merepresentasikan model usaha mikro kreatif yang dikelola secara sederhana, adaptif, dan berbasis nilai syariah.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas kajian sebelumnya yang cenderung berfokus pada digital marketing dengan menunjukkan bahwa pengelolaan usaha mikro perlu dilihat secara lebih komprehensif, meliputi modal, operasional, pemasaran, kepemimpinan, dan etika bisnis Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha mikro kreatif bahwa kepercayaan digital dapat dibangun melalui penyampaian informasi produk yang jujur, pelayanan yang amanah, harga yang wajar, pemenuhan pesanan secara bertanggung jawab, dan komunikasi yang transparan dengan konsumen.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada pendekatan kualitatif deskriptif dengan objek tunggal, yaitu Bisnis Buket KASYKADO, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada seluruh UMKM kreatif. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif, mixed methods, atau studi komparatif pada beberapa usaha kreatif sejenis agar diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai hubungan antara pengelolaan usaha, pemasaran digital, nilai ekonomi syariah, dan keberlanjutan UMKM kreatif.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Abrar, M. (n.d.). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*.

Ananda, A., & Sulistiowati, D. (n.d.). *Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang*. X, 120–142.

- Fatih, S., Kurniawan, E., Maulidiah, N. S., & Fortuna, K. (2023). *Peran Digital Marketing terhadap UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. 02(02), 44–50.
- Fatkhan, R. A., & Chasanah, U. (2024). *Dampak Inovasi Produk dan Digital Marketing Pada Pertumbuhan UMKM : Studi Kasus di Sektor Industri Kreatif*. 1(July), 537–544.
- Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Universal, U., & Pemasaran, M. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. 1(2), 61–76.
- Fitra, K. (2020). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Hidayat, I. A., Rizki, M., Arizona, R., Ryas, M., & Kesuma, F. (2026). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA*. 19(1), 173–180.
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M., & Asbui. (2024). *TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA DALAM RISET ILMIAH*. 15(2), 70–78.
- Luthfiyani, P. W., & Murhayati, S. (2024). *Strategi Memastikan Keabsahan Data Dalam Penelitian Kualitatif*. 8, 45315–45328.
- Mardiah, A., Putri, N. R., & Sono, M. G. (2024). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital*. 5(11), 5464–5474.
- Mohamed, M., & Weber, P. (2019). *Trends of digitalization and adoption of big data & analytics among UK SMEs : Analysis and lessons drawn from a case study of 53 SMEs*.
- Purba, D., Kurniullah, A., Banjarnahor, A., & Revida, E. (2021). *MANAJEMEN Usaha Kecil dan Menengah*.
- Safari, A., & Riyanti, A. (2024). *PERAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM DENGAN PRINSIP-PRINSIP SYARIAH ( THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN MSMES WITH SHARIA PRINCIPLES )*. 3(9), 249–273.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ( UMKM )*. 29(1), 1–10.
- Yolanda, C., Hasanah, U., Tjut, U., Dhien, N., Studi, P., Pembangunan, E., Tjut, U., Dhien, N., & Manajemen, P. S. (2024). *2830-7690 peran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) dalam pengembangan ekonomi indonesia 1*. 2(3), 170–186.