

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Syariah dalam tiga dasawarsa ini mengalami kemajuan yang cukup pesat, baik dalam kajian akademis di perguruan tinggi maupun dalam praktek operasional. Dalam bentuk pengajaran, ekonomi syariah telah dikembangkan di beberapa universitas baik di negara-negara muslim, maupun di negara-negara barat seperti USA, Inggris, Australia, dan lainnya.¹

Di Indonesia, perkembangan pembelajaran dan pelaksanaan ekonomi syariah juga telah mengalami kemajuan yang pesat. Perkembangan ekonomi syariah ini telah dimulai sejak didirikannya Bank Muamalat pada tahun 1992. Berbagai Undang-Undang yang mendukung tentang sistem ekonomi syariah mulai dibuat, seperti UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana yang telah diubah dalam UU Nomor 10 tahun 1998 dan UU No 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia.²

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia diukur dari pertumbuhan perbankan syariah dari tahun ke tahun. Menurut Minako Sakai, peneliti Muslim dari Australia, pertumbuhan ekonomi syariah jangan hanya berorientasi pada dunia perbankan saja, perkembangan ekonomi syariah harus melihat inovasi sosial secara langsung yang berbasis industri kreatif. Lebih lanjut dia menjelaskan untuk

¹ Tira Nur Fitria, *Kontribusi Ekonomi Islam dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol.02, No. 03, November 2016, h. 29

² *Ibid*

meningkatkan pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, praktisi ekonomi syariah harus merubah orientasi, jangan hanya dunia perbankan yang dijadikan ukuran berkembang dan tumbuhnya ekonomi syariah.³ Orientasi praktisi ekonomi syariah harus diubah, menyongsong pada saat sekarang sistem ekonomi telah memasuki gelombang ke empat yaitu industri ekonomi kreatif.

Saat ini, perekonomian tengah memasuki era industri gelombang keempat, yaitu industri ekonomi kreatif (*creative economic industry*). Setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Usaha industri ekonomi kreatif diprediksi akan menjadi industri masa depan sebagai *fourth wave industry* (industri gelombang keempat), yang menekankan pada gagasan dan ide kreatif. Hal ini bukan tanpa alasan, mengingat industri ekonomi kreatif telah mampu mengikat pasar dunia dengan jutaan kreativitas. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁴

Berkembangnya industri kecil dan kreatif di masyarakat akan dapat menggulirkan perekonomian masyarakat, karena sesungguhnya kekuatan ekonomi nasional muncul dan tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Ekonomi

³ Menyongsong Babak Baru Pengembangan Ekonomi Kreatif, *Republika Online*, (Bandar Lampung, 02 November 2011) diakses dari link <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/16/11/03/og0lpf415-pengembangan-ekonomi-syariah-jangan-hanya-terpaku-pada-perbankan>, 05 Agustus 2018, Jam 20.30

⁴ Sutapa Mulyana, *Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Melalui Pendekatan Quadruple Helix :Studi Kasus pada Industri Kreatif Sektor Fashion*, Jurnal Teknologi, Vol 13, No 3, 2014, h.309

kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dari dimensi budaya. Karenanya strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif. Pada kenyataannya industri yang sesuai dengan kriteria produk unggulan merupakan Usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Industri ini berhasil memproduksi produk kreatif yang unik, menggunakan bahan baku lokal dengan teknologi yang tepat guna. Dengan keunikan produk tersebut merupakan suatu keunggulan yang berarti memiliki keunggulan bersaing (*competitive strategic*) dan kemampuan khas (*distinctive competence*)⁵.

Ekonomi kreatif membutuhkan para kreator dan pencetus ide. Manusia harus mampu mewujudkan ide dan kreativitas yang dimilikinya. Jadi, ekonomi kreatif adalah era ekonomi baru yang berfokus pada kreativitas dan informasi dengan modal utama yang diperlukan adalah wawasan luas dan ide yang dimiliki sumber daya manusia (SDM). Kedua faktor tersebut menjadi modal utama yang digunakan manusia dalam menghadapi era ekonomi kreatif saat ini. Kreativitas yang diciptakan tergantung pada pengetahuan, keterampilan, pengalaman sumber daya manusianya, karena semakin baik *intellectual capital* maka inovasi yang diciptakan akan semakin tinggi dalam meningkatkan kemampuan bersaing.⁶

⁵ I Gusti Lanang Suta Artanaya, dkk, *Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar Prospektif Pemasaran dan Produksi*, Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, Vol.9, No.1 Maret 2013, h.70

⁶ Dani Mellita dan Dani Erlansah, *Pemetaan Industri Kreatif dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban di Kota Palembang*, dalam *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Economic Globalization Trend and Risk For Developing Country*, h.5

Ekonomi kreatif lahir sebagai konsep baru yang bertumpu pada ide, kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Perkembangan yang pesat terhadap globalisasi dan konektivitas mengubah cara bertukar informasi, berdagang, dan konsumsi dari produk-produk budaya dan teknologi di berbagai tempat di dunia. Dunia menjadi tempat yang sangat dinamis dan kompleks sehingga kreativitas dan pengetahuan menjadi suatu aset yang tak ternilai dalam kompetisi pengembangan ekonomi.⁷

Ekonomi kreatif menitikberatkan perhatiannya pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, merupakan bidang yang diharapkan untuk mengatasi berbagai persoalan pengangguran maupun pengembangan usaha yang berdasarkan potensi ekonomi suatu daerah. Secara makro, ekonomi kreatif merupakan pilihan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, maupun pengurangan penduduk miskin.⁸

Ekonomi kreatif memberikan nilai lebih karena menawarkan pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas. Pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki

⁷ Laporan Penyusunan PDRB Ekraf Provinsi Jawa Barat 2010-2016 Menurut Lapangan Usaha, h. 3

⁸ Andri Irawan, *Ekonomi Kreatif sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat dalam Meningkatkan Tingkat Perekonomian*, Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SNEB) 2015, h. 3

cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain, ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang.

Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas. Konsep ini telah memicu ketertarikan berbagai negara untuk melakukan kajian seputar ekonomi kreatif dan menjadikan ekonomi kreatif sebagai modal utama pengembangan ekonomi. Di Indonesia sendiri, kehadiran ekonomi kreatif berpotensi dalam kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan memberikan dampak sosial yang positif.

Laporan UNCTAD menunjukkan tren di mana ekonomi kreatif berkontribusi besar terhadap peningkatan nilai tambah, penciptaan lapangan kerja, dan juga ekspor di berbagai negara, termasuk Indonesia. Perubahan teknologi khususnya revolusi digital telah menjadikan industri-industri kreatif menjadi salah satu sektor yang paling menguntungkan dan dinamis.

Menurut hasil riset gabungan antara BPS (Badan Pusat Statistik dan BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) yang dilakukan pada tahun 2016, ekonomi kreatif tercatat mampu memberikan kontribusi kepada pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 852 triliun rupiah atau sebesar 7,38 persen terhadap PDB

nasional di tahun 2015 lalu. Sektor ini menyerap 15,9 juta tenaga kerja (13,90 %) dan menyumbangkan nilai ekspor sebesar 19,4 miliar dolar AS (12,88%).⁹

Data juga menunjukkan peningkatan kontribusi ekonomi kreatif yang signifikan terhadap perekonomian nasional dari tahun 2010-2015 yaitu sebesar 10,14 persen rata-rata per tahun.¹⁰ Hal ini membuktikan secara gamblang bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi yang besar untuk berkembang secara hebat di masa mendatang.

Ernst and Young (EY), pada tahun 2015 melakukan pemetaan ekonomi kreatif global untuk pertamakalinya di dunia dan menemukan bahwa industri kreatif dan budaya (Cultural and Creative Industries atau CCI) bernilai sebesar 2,3 triliun dolar AS (30.654 triliun rupiah).¹¹ Selama periode tahun 2010 hingga 2016 nilai ekspor komoditas ekonomi kreatif mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Dibuka dengan nilai US\$ 13,51 miliar di tahun 2010 hingga mencapai US\$ 19,99 miliar di tahun 2016.¹² Sehingga tidak berlebihan jika dikatakan bahwa ekspor komoditas ekonomi kreatif di masa yang akan datang merupakan salah satu potensi besar yang bisa diharapkan mampu mendorong kembali peningkatan ekspor Indonesia secara keseluruhan.

Potensi ekonomi kreatif sebagai model ekonomi baru yang minim subsidi pemerintah namun mampu membawa dampak yang besar, membuatnya ideal

⁹ Badan Ekonomi Kreatif, *Ekonomi Kreatif Outlook 2017*, h. 20

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

¹² Badan Pusat Statistik, *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*, h. 14

sebagai sumbu pertumbuhan perekonomian nasional di masa depan. Ditunjang dengan lingkup teknologi, ilmu pengetahuan, informasi, dan inovasi yang mumpuni, ekonomi kreatif mampu menghasilkan jumlah yang besar.

Perkembangan ekonomi kreatif telah berkembang menjadi sebuah fenomena dalam menghadapi perkembangan dan tantangan globalisasi. Faktor teknologi informasi membuat perkembangan ekonomi kreatif menjadi lebih cepat. Ekonomi kreatif dapat dijadikan sebagai salah satu solusi dalam menghadapi tingkat persaingan yang kompetitif, sehingga tingkat persaingan tidak hanya ditentukan oleh seberapa besar proses produksi yang dilakukan tapi juga aspek kreativitas dan inovasi mulai memegang peranan yang sangat penting selain itu faktor teknologi memberikan pengaruh yang kuat terhadap perkembangan ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak roda perekonomian nasional. selama ini ekonomi kreatif terus bergulir dari inisiatif kelompok masyarakat maupun personal. Seiring perkembangan teknologi dan mudahnya akses wawasan kewirausahaan kreatif, produk-produk kreatif muncul menjadi pengejawantahan wujud kreativitas baru dalam bentuk industri kreatif berdasarkan pengelompokan ke 16 subsektornya.

Keterlibatan dari peran ekonomi kreatif di antara produk barang dan jasa menjadi elemen penting bagi perekonomian salah satunya adalah dalam perkembangan industri pariwisata. Modal utama sumber daya alam seperti pemandangan yang indah dan eksotik atau budaya asli yang unik dan antik

menjadi kurang bermakna jika ekonomi kreatif tidak berjalan, di sinilah fungsi strategis pengembangan ekonomi kreatif.¹³

Menurut Mauled Moelyono¹⁴, salah satu alasan mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan yaitu untuk citra dan identitas bangsa. Ekonomi kreatif dapat memberikan peran yang sangat luas salah satunya dalam memperbaiki citra pariwisata. Dengan kemampuan mengangkat warisan budaya lokal dalam konteks yang baru, diharapkan wisatawan asing akan mendapatkan pengalaman baru (*new experience*) yang dapat dibawa pulang ke negaranya dan disebar dari mulut ke mulut. Pengalaman baru tersebut dapat diciptakan dari sisi arsitektur perhotelan, tata kota, variasi kuliner, cinderemata, seni pertunjukan, musik dan film.

Ekonomi Kreatif yang dikembangkan di Indonesia sekarang ada 16 (enam belas) sub sektor, yaitu:¹⁵ (1) Arsitektur, (2) desain interior, (3) desain komunikasi visual, (4) desain produk, (5) film, animasi, video, (6) fotografi, (7) kriya, (8) kuliner, (9) musik, (10) *fashion*, (11) aplikasi dan *game developer*, (12) penerbitan, (13) periklanan, (14) televisi dan radio, (15) Seni rupa, dan (16) seni pertunjukan.

Sedangkan di Sumatra Barat pemerintah memprioritaskan pengembangan 9 subsektor dari 16 subsektor industri kreatif yang digarap Badan Ekonomi Kreatif, guna meningkatkan pertumbuhan UKM kreatif di daerah. Karnalis

¹³ Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta : Rajawali Pres, 2016), h. 235

¹⁴ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), h. 275

¹⁵ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Ekonomi Kreatif : Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, 2015*

Kamaruddin, Sekretaris Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumbar menyebutkan 9 subsektor tersebut, yaitu: fesyen, kuliner, kerajinan tangan, musik, seni pertunjukan, fotografi, desain, animasi, dan film. Permasalahan yang ada dalam pengembangan ekonomi kreatif di Sumatera Barat yaitu susahnya pemasaran, keterbatasan modal untuk berproduksi, serta pengelolaan dan manajemen keuangan yang tidak tertata dengan baik, sehingga tidak banyak usaha kreatif yang tumbuh. Pemerintah daerah melakukan pembinaan dan pelatihan berkelanjutan kepada pelaku usaha untuk menghasilkan produk berkualitas, manajemen, sekaligus membantu menjangkau akses pasar.¹⁶

Saat ini di kota Padang, dari 16 sub sektor ekonomi kreatif yang ditetapkan oleh pemerintah pusat dikembangkan 5 sub sektor ekonomi kreatif, yaitu kuliner, *handicraft*, fotografi, percetakan dan seni pertunjukan.

Seperti yang dikemukakan oleh Ade Yonanda Irza,

Saat ini ada 40 pelaku ekonomi kreatif yang dibina oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dalam rangka mendorong perkembangan wisata halal. Di mana dalam setiap produknya harus sesuai dengan prinsip syari'ah. Seperti dalam halnya sub sektor kuliner harus ada label halalnya. Dan juga dari sektor-sektor lain dalam penggunaan bahannya tidak boleh dari bahan yang haram atau dilarang.¹⁷

Sektor kuliner yang dikembangkan di Kota Padang, adalah aneka makanan khas daerah, seperti rendang, olahan bingkuang, kue sapik, rakik, kue bawang, keripik dan lain sebagainya yang diproduksi dalam bentuk kemasan.

¹⁶ Heri Faisal, *Sumbar Prioritaskan Pengembangan 9 Subsektor Industri Kreatif*, Artikel, dikutip dari www.sumbarprov.go.id, 31 Agustus 2018, Jam 07.10 WIB

¹⁷ Ade Yonanda Irza, KASI Pemasaran Ekonomi Kreatif, Wawancara, Kota Padang, Rabu 28 Februari 2018, Jam 10.15 WIB

Sedangkan kerajinan, bentuk *handmade* seperti rajutan, replika batok kelapa, baju dengan motif minang, bordiran, sulaman, daur ulang sampah, kerajinan akrilik, dan lain sebagainya.¹⁸

Selain dari 40 pelaku usaha yang dibina oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tersebut, banyak pelaku usaha lain yang juga bergerak di bidang yang sama. Berikut adalah data pelaku ekonomi kreatif yang bergerak di bidang kuliner dan kerajinan yang berbentuk UMKM di Kota Padang pada tahun 2017.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner dan Kerajinan
di Kota Padang Tahun 2017

No	Kecamatan	JENIS USAHA		
		Kuliner	Industri Makanan Ringan	Industri Kerajinan Tangan
1	Padang Barat	77	53	19
2	Padang Timur	45	63	28
3	Padang Selatan	84	46	12
4	Koto Tangah	46	78	56
5	Lubuk Begalung	64	70	27
6	Pauh	36	39	33
7	Lubuk Kilangan	16	35	52
8	Kuranji	50	83	22
9	Padang Utara	33	39	14

¹⁸ *Ibid*

10	Nanggalo	25	21	8
11	Bungus Teluk Kabung	40	12	5
Total		516	539	276

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang

Berdasarkan tabel di atas terlihat jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif yang terdiri dari kuliner berjumlah 516, Industri Makanan Ringan (IMR) berjumlah 539, Industri Kerajinan Tangan (IKT) berjumlah 276, dijumlahkan seluruhnya jadi 1331 pelaku usaha.

Kota Padang sebagai kota metropolitan sejatinya memiliki cukup banyak potensi baik potensi sosial, ekonomi maupun kebudayaan yang mesti ditumbuhkembangkan menjadi industri ekonomi kreatif. Untuk itu potensi ekonomi kreatif mesti teridentifikasi dan dimanfaatkan secara optimal. Pemerintah Kota Padang terus mengupayakan jumlah pelaku usaha dalam bidang ekonomi kreatif agar terus meningkat secara berkelanjutan melalui kegiatan pembinaan dan promosi.

Namun, pada saat sekarang Pemerintah Kota Padang belum bisa merangkul seluruhnya dari sektor ekonomi kreatif tersebut, sehingga yang difokuskan untuk dikembangkan sekarang adalah sektor yang berkaitan dengan kearifan lokal, seperti kuliner, *craft*, dan seni pertunjukan. Selain dari sisi pemerintah yang belum bisa merangkul keseluruhan sektor, permasalahan yang

ada dari segi pelaku ekonomi kreatif tersebut yaitu, masih banyak yang tidak mau berkoordinasi dengan pemerintah sehingga usaha mereka kurang berkembang.¹⁹

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Potensi Ekonomi Kreatif Kuliner dan Kerajinan dalam Pengembangan Ekonomi Syari’ah di Kota Padang**”.

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana potensi ekonomi kreatif dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Padang?

2. Batasan Masalah

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah subsektor kuliner dan kerajinan, karena dua subsektor tersebut merupakan subsektor industri kreatif yang dominan di Kota Padang. Sektor kuliner dan kerajinan yang diteliti yaitu usaha berbentuk UMKM dan *home industry*.

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi bagaimana potensi ekonomi kreatif dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Padang.

¹⁹ Ade Yonanda Irza, KASI Pemasaran Ekonomi Kreatif, Wawancara, Kota Padang, Rabu 28 Februari 2018, Jam 10.15 WIB

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, untuk melatih ketajaman analisis dan meningkatkan khasanah ilmu pengetahuan terhadap realita di lapangan, terkait dengan disiplin ilmu ekonomi syari'ah yaitu tentang analisis potensi ekonomi kreatif dalam pengembangan Ekonomi Syariah di Kota Padang.
2. Bagi Pemerintah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pemikiran dan informasi, bagi pemerintah yang berkepentingan dalam hal potensi Ekonomi Kreatif dalam pengembangan Ekonomi Syariah di Kota Padang.
3. Bagi Pelaku Usaha, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran dan informasi untuk memaksimalkan pengembangan usaha.

E. Defenisi Operasional

Agar tidak terjadi penafsiran yang berbeda-beda dari istilah atau variabel yang digunakan dalam penelitian, maka dibuat batasan-batasan dalam penelitian sebagai berikut:

Potensi : Kemampuan, kekuatan dan kesanggupan yang dapat dikembangkan.²⁰

Ekonomi Kreatif : Konsep ekonomi baru yang memadukan informasi

²⁰ *Ibid*, h. 890

dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi.²¹

Pengembangan : Cara, perbuatan mengembangkan.²²

Ekonomi : Ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran

Syariah syariah (Islam).²³

Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud oleh judul adalah bagaimana kemampuan atau kekuatan dari ekonomi kreatif yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan sumber daya manusia dalam pengembangan ekonomi yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

F. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Analisis Potensi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Medan oleh

Zainudin Polem. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pengembangan ekonomi kreatif di Kota Medan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Dalam penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan kuesioner wawancara terhadap 42 responden usaha ekonomi kreatif yang berada di Kota Medan.

²¹ Gusti Bagus Arjana, *Op, Cit*, h. 227

²² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 473

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 19

Hasil dari penelitian ini yaitu : potensi dari usaha yang berbasis ekonomi kreatif (a) Dilihat dari aspek tenaga kerja rata-rata mampu menyerap sebanyak tenaga kerja 1-30 tenaga kerja pada setiap bidang usaha. Dengan total tenaga kerja paling banyak diserap berasal dari industri kerajinan sebanyak 110. (b) Dilihat dari aspek pendapatan perhari, rata-rata unit usaha mampu mengumpulkan pendapatan sebesar Rp 150.000,00- Rp 3.000.000,00 setiap harinya, dengan unit usaha yang paling besar memperoleh pendapatan berasal dari pasar barang seni.

Strategi pengembangan potensi ekonomi kreatif, yaitu: (a) Mengikutsertakan usaha-usaha ekonomi kreatif dalam bentuk pelatihan ditingkat kecamatan hingga tingkat nasional, (b) Mengikutsertkan para perajin usaha untuk mengikuti pameran atau event, (c) Mengembangkan ketersediaan informasi dan teknologi yang berkaitan dengan pelaku usaha ekonomi kreatif, (d) Mendorong dalam pemberian fasilitas sarana dan prasarana dalam membangun usaha ekonomi kreatif di Kota Medan, dan (e) Penciptaan iklim usaha yang mendukung daya saing usaha ekonomi kreatif di Kota Medan.

2. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata oleh Muhammad Rakib

Lokasi Lokasi penelitian ini yaitu Kawasan Permukiman Tradisional Balla Peu di Kabupaten Mamasa. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Subyek penelitian ini yaitu pemerintah, masyarakat, pemilik usaha industri kreatif, dan wisatawan. Teknik

pengumpulan data digunakan yaitu wawancara, observasi, dan Dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif dan analisis SWOT.

Hasil dari penelitian ini adalah Aspek pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dalam menunjang daya Tarik wisata pada kawasan permukiman Balla Peu meliputi; Aspek potensi perwujudan kawasan permukiman sangat mendukung seperti upacara adat, kesenian, bentuk kerajinan rakyat, cerita rakyat, keindahan alam, dan keanekaragaman flora dan fauna. Akan tetapi terdapat pula permasalahan pokok yang menjadi kelemahan dan ancaman, meliputi; aspek infrastruktur di bidang pariwisata yang masih terbatas bahkan sebagian belum tersedia, Sedangkan, aspek aksesibilitas yang rendah akibat dari kondisi jalan yang kurang-tidak baik, keterbatasan fasilitas di lingkungan permukiman; keterbatasan infrastruktur transportasi menuju lokasi studi, serta belum maksimalnya upaya promosi dan belum tersedianya *Tourist Information Center* (TIC).

Strategi dan program pengembangan Ekonomi Kreatif yang perlu dilakukan di kawasan permukiman tradisional Balla Peu, meliputi: (a) Penataan kawasan permukiman tradisional Balla Peu, (b) Peningkatan Kualitas Lingkungan, Peningkatan Kualitas Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat, Peningkatan kualitas produk-produk industri kreatif, (c) Peningkatan promosi wisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mamasa, Kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata (BPW),

Penyediaan *Tourist Information Center* (TIC), dan (d) Peningkatan sumber daya manusia.

3. Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handicraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta) oleh Siti Nur Azizah dan Muhfiatun.

Studi ini bertujuan untuk lebih memahami keberadaan ekonomi kreatif sebagai strategi yang diprediksi mampu memicu daya saing baik dalam skala nasional maupun dalam kancan internasional dalam rangka menghadapi pasar modern. Hingga saat ini, pengangguran kemiskinan, eksploitasi alam besar-besaran yang pada akhirnya menyebabkan ketimpangan baik dari segi sosial maupun pertumbuhan ekonomi masih menjadi persoalan klasik yang memerlukan solusi. Oleh karena itu, perlu adanya keselarasan dalam mendapatkan solusi tersebut, salah satu dengan harmonisasi ekonomi dan kearifan lokal yang tentu saja dapat memicu daya saing ekonomi, meningkatkan produktifitas yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan tetap mempertahankan budaya, adat istiadat yang menjadi karakter khas yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, interview, dan analisis data, sebagai sampel peneliti mengambil realita pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal pandanus *handicraft* dalam menghadapi pasar modern dalam

perspektif ekonomi syariah di CV Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta. Hasil analisis menyatakan bahwasanya *handycraft* memiliki efek *multyplier* terhadap masyarakat, karena anyaman pandan telah berkontribusi menggerakkan sektor perdagangan jasa dan pertanian. Serta mampu mengembalikan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat baik dari sisi Integrasi sektor ekonomi maupun integrasi bidang sosial yang meliputi ukhuwah islamiyah, dan terciptanya *solidartas sosial*.

4. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman) oleh Zuhdi Syaiful Anhar.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kinerja anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur dan merumuskan strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif Kelompok Wanita Tani Karanglo Makmur menggunakan metode analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui metode kuesioner dan wawancara kepada anggota maupun pengurus dalam organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur. Populasi pada penelitian ini adalah anggota dan pengurus Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur. Teknik pengambilan sampel menggunakan dua metode, yakni teknik *sampling jenuh* dan *snowball sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Sebanyak 92,5% responden merasa mempunyai kinerja tinggi dan 7,5% responden mempunyai kinerja sangat tinggi terhadap organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur (2) Strategi yang tepat untuk pengembangan usaha ekonomi kreatif Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi tersebut kemudian dikembangkan melalui analisis matrik SWOT sehingga diperoleh bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif yang tepat untuk diterapkan pada KWT Karanglo Makmur yakni dengan mengembangkan semua produk olahan hasil tani agar mampu menjadi produk unggulan dan memperluas pasar.

5. Peran Program Ekonomi Kreatif terhadap Kesejahteraan Perempuan Pasca Perceraian di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Kabupaten Solok Selatan oleh Sastria Nofrita.

Permasalahan dalam penelitian ini fokus kepada perempuan pasca perceraian. Yang menjadi latar belakang masalah adalah: (1) masalah ekonomi perempuan, (2) masalah sosial, (3) masalah keluarga, (4) masalah praktis, (5) masalah seksual, (6) masalah tempat tinggal. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor motivasi perempuan pasca perceraian mengikuti program ekonomi kreatif di PKBM dan untuk mengetahui bagaimana peran program ekonomi kreatif terhadap kesejahteraan perempuan pasca perceraian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa peran ekonomi kreatif dapat membantu perempuan pasca perceraian dalam mendapatkan pengetahuan di bidang pendidikan dan program *life skill*, selanjutnya dapat meningkatkan kesejahteraan, output dari mengikuti program *life skill* perempuan pasca perceraian dapat mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan harian, menyekolahkan anak, renovasi rumah dan menabung.

Berdasarkan lima penelitian terdahulu yang dikemukakan di atas, yang pertama adalah penelitian Zainuddin Polem, penelitian ini melihat bagaimana potensi ekonomi kreatif di Kota Medan, Zainudin menekankan kepada bagaimana potensi ekonomi kreatif dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan pelaku ekonomi kreatif dilihat dari pendapatan yang diperoleh. Kedua, penelitian Muhammad Rakib, penelitian ini menfokuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis kearifan lokal untuk mendukung perkembangan wisata. Ketiga, penelitian Nur Azizah dan Mufiatun, penelitian ini menfokuskan kepada pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dalam menghadapi pasar modern ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Keempat, penelitian Zuhdi Syaiful Anhar, penelitian ini menfokuskan kepada kelompok tani wanita dalam pengembangan ekonomi kreatif. Kelima, penelitian Sastria Nofrita yang menfokuskan kepada peran dari ekonomi kreatif terhadap kesejahteraan perempuan pasca perceraian.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan di atas, penelitian ini fokus kepada bagaimana potensi ekonomi kreatif dari sektor kuliner dan kerajinan dalam pengembangan ekonomi syariah. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Padang.



UIN IMAM BONJOL
PADANG