JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

PERAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Samudra Giriyanto[1] Abdul Haris Romdhoni[2] Iin Emy Prastiwi[3]
Fakultas Ekonomi Syariah, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
Email: girisamudra9999@gmail.com[1], iinemyprastiwi24@gmail.com[2], harisromdhoni27@gmail.com[3]

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bidang ekonomi kreatif yang mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, mengukur kontribusi sektor tersebut terhadap PDB nasional, memberikan rekomendasi pengembangan ekonomi kreatif agar lebih maksimal dalam mendukung perekonomian, dan memaparkan ekonomi kreatif menurut perspektif Islam berdasarkan Al-Quran dan Sunnah, dengan harapan dapat memberikan wawasan komprehensif mengenai peran dan potensi ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif diskriptif. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data sekunder seperti; referensi, jurnal, buku, atau data dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Cara atau teknik pengumpulan data dengan studi pustaka dilakukan melalui beberapa tahapan, antara lain merumuskan pertanyaan penelitian, mencari sumber-sumber pustaka, dan mengevaluasi sumber-sumber pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan kontribusi besar pada PDB, lapangan kerja, dan devisa. Kuliner, kriya, dan fesyen adalah subsektor utama penyumbang PDB. TV/radio, film/animasi/video, seni pertunjukan, dan desain komunikasi visual mengalami pertumbuhan pesat.Pengembangan ekonomi kreatif memerlukan strategi komprehensif: infrastruktur, SDM, akses modal, HKI, promosi, dan kerja sama. Prinsip Islam dapat menjadi landasan etis dan bermanfaat bagi ekonomi kreatif.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, PDB, Pertumbuhan Ekonomi

Abstract
This research aims to identify creative economy sectors that drive Indonesia's economic growth, measure the sector's contribution to the national GDP, provide recommendations for creative economy development to maximize support for the economy, and present the creative economy from an Islamic perspective based on the Quran and Sunnah, with the hope of providing a comprehensive insight into the role and potential of the creative economy in Indonesia. This research method uses a descriptive qualitative approach. The data sources used are secondary data such as references, journals, books, or documentation data related to the research. Data collection techniques include literature study. The data analysis technique used is qualitative analysis with literature study carried out through several stages, including formulating research questions, searching for literature sources, and evaluating literature sources.The results of the study indicate that the creative economy is crucial for Indonesia's economic growth, with a large contribution to GDP, employment, and foreign exchange. Culinary, crafts, and fashion are the main subsectors contributing to GDP. TV/radio, film/animation/video, performing arts, and visual communication design are experiencing rapid growth. Creative economy development requires a comprehensive strategy: infrastructure, human resources, access to capital, IPR,

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

promotion, and cooperation. Islamic principles can be an ethical and beneficial foundation for the creative economy.

Keywords : *Creative Economy, Economic Growth, GDP*

Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengandalkan daya cipta, kreativitas, dan inovasi untuk menghasilkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah. Sektor ini telah menunjukkan potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah dalam hal ini pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah telah memfokuskan ke hal yang lebih besar terhadap pengembangan ekonomi kreatif dengan meluncurkan berbagai kebijakan yang bertujuan untuk mendorong sektor ini.

Di Indonesia, sektor ekonomi kreatif tidak hanya melibatkan industri seni dan budaya, tetapi juga mencakup sektor-sektor seperti teknologi informasi, desain grafis, film, kuliner, dan banyak lagi. Potensi ekonomi kreatif yang besar ini memberikan peluang untuk menciptakan lapangan atau kesempatan kerja, naiknya *income* yang diterima dan mendorong adanya diversifikasi barang dan jasa. Meskipun demikian, masih banyak tantangan yang dihadapi, seperti terbatasnya akses terhadap modal, kurangnya infrastruktur pendukung, dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya sektor ini.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mentelaah semua sektor yang berpotensi memengaruhi kemajuan ekonomi Indonesia melalui industri kreatif.

Di samping itu penelitian ini guna memberikan parameter tentang keterlibatan bidang atau sektor ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional serta mencari tahu cara-cara untuk lebih mengembangkan potensi ekonomi kreatif di Indonesia. Pemerintah Indonesia secara resmi mengakui ekonomi kreatif sebagai sektor yang penting dan strategis sejak tahun 2006. Setelah pengakuan tersebut, sektor ini menunjukkan perkembangan yang signifikan, terlihat dari meningkatnya sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan bertambahnya jumlah tenaga kerja di dalamnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, pada tahun 2019, kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia mencapai sekitar 7,44%, naik dari 7,05% pada tahun sebelumnya. Tiga sub-sektor utama yang memberikan kontribusi terbesar adalah kuliner (sekitar 41,69%), fesyen (sekitar 18,15%), dan kriya (sekitar 15,70%) dari total PDB ekonomi kreatif (BPS, 2020).

Tabel Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDB Indonesia

Tahun	Persentase Kontribusi terhadap PDB	Pertumbuhan Tahunan (%)
2019	7.44%	5.47%
2020	6.78%	-5.38%
2021	7.22%	6.49%
2022	7.49%	7.11%
2023	7.76%	7.34%

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

2024	8.03%	7.57%

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).

Berdasarkan data pada tabel di atas tahun 2019, ekonomi kreatif menunjukkan pertumbuhan yang solid dengan kontribusi yang signifikan terhadap PDB nasional (pertumbuhan ekonomi). Tahun 2020 pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar, menyebabkan kontraksi pada pertumbuhan ekonomi kreatif. Sehingga tahun 2021-2022 adalah tahap pemulihan ekonomi pasca-pandemi mendorong pertumbuhan kembali di sektor ekonomi kreatif. Dengan demikian tahun 2023-2024 ekonomi kreatif diproyeksikan terus tumbuh dan memberikan kontribusi yang semakin besar terhadap PDB Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sektor ekonomi kreatif yang mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, mengukur kontribusi sektor tersebut terhadap PDB nasional, memberikan rekomendasi pengembangan ekonomi kreatif agar lebih maksimal dalam mendukung perekonomian, dan memaparkan ekonomi kreatif menurut perspektif Islam berdasarkan Al-Quran dan Sunnah, dengan harapan dapat memberikan wawasan komprehensif mengenai peran dan potensi ekonomi kreatif di Indonesia.

Kajian Teori

Ekonomi kreatif muncul sebagai respons terhadap pergeseran ekonomi global dari produksi fisik ke produksi berbasis pengetahuan dan ide. Konsep ini menekankan bahwa kreativitas bukan hanya untuk seniman, tetapi juga merupakan sumber daya ekonomi yang dapat dimanfaatkan di berbagai sektor. Howkins (2001) memaparkan bahwa ekonomi kreatif bukan hanya tentang menciptakan barang atau jasa, tetapi juga tentang penciptaan ide-ide baru yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai bentuk untuk meningkatkan produktivitas dan ekonomi.

Purnomo (2016) menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah ide guna mencapai pembangunan ekonomi yang berkesinambungan melalui kreativitas. Sedangkan Amsari dan Windu (2023) menjelaskan ekonomi kreatif adalah teori yang bertujuan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi jangka panjang dengan mengutamakan inovasi, ide, seni, kerja keras, dan sumber daya yang tak terbatas. Ekonomi kreatif sangat bergantung pada hak kekayaan intelektual, sehingga dapat melindungi dan memonetisasi ide-ide kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif membutuhkan ekosistem yang mendukung, termasuk lembaga pendidikan, inkubator bisnis, ruang kreatif, dan jaringan kolaborasi. Teknologi digital memainkan peran penting dalam ekonomi kreatif, memungkinkan penciptaan, distribusi, dan konsumsi produk dan layanan kreatif.

Pratama & Sulaiman, (2019) menjelaskan perkembangan ekonomi digital dan teknologi informasi membuka peluang baru bagi pengembangan ekonomi kreatif yang dapat menambah kesejahteraan dan memacu pertumbuhan ekonomi. Ekonomi kreatif dapat menambah lapangan kerja baru, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan mendorong inovasi di berbagai sektor. Sektor ini juga dapat berkontribusi pada pengembangan pariwisata, peningkatan citra negara, dan pelestarian warisan budaya.

Suryana, (2000) memaparkan terdapat 4 (empat) unsur dimana dapat memengaruhi *economic growth* seperti antara lain :

1. Tingkat kepadatan penduduk
2. Kapasitas barang modal
3. Sumber daya alam
4. Lokasi geografis

Sementara teori pertumbuhan ekonomi menurut Klasik, yang dikembangkan oleh ekonom seperti Adam Smith (1776), David Ricardo, dan Thomas Malthus, berfokus pada

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

peran faktor-faktor produksi dalam proses pertumbuhan ekonomi. Rostow (1960) menyatakan bahwa negara-negara akan melalui tahap-tahap pertumbuhan ekonomi yang berbeda. Arsyad (1999) juga berpendapat bahwa pembangunan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi memiliki perbedaan mendasar.

Sedangkan landasan ekonomi kreatif dalam Alqur'an dan Sunnah adalah sebagai berikut :

a. Ayat Al-Quran yang membicarakan ekonomi kreatif adalah sebagai berikut :

Surah Ar-Rum (30:21):

Artinya: "*Dan diantara ayat-ayat-Nya adalah Dia telah menciptakan kalian berpasang-pasangan bagimu dari jenismu sendiri, supaya engkau cenderung dan merasakan tenteram bersamanya, dan Dia telah menjadikan diantara kamu rasa kasih dan sayang. Sungguh, yang demikian itu sungguh sebagai ayat-ayat kekuasaan Allah bagi orang yang mau berfikir*."

Dengan kebutuhan seseorang yang berpasang-pasangan memunculkan kebutuhan baik yang bersifa fisik maupun psikis (hiburan, pengetahuan dan seni kreatifitas).

Surah Al-Baqarah (2:168**):**

Artinya: "*Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu*."

Ayat tersebut menuntun seseorang untuk berkreasi dalam hal wisata halal, yang terdiri dari kuliner dan tempat wisata.

Surah Yusuf (12:20**)**

Artinya: "*Dan mereka menjualnya (Yusuf) dengan harga yang murah, yaitu beberapa dirham saja, dan mereka tidak tertarik kepadanya*."

Ayat ini menceritakan bahwa saudara-saudara Nabi Yusuf menjualnya sebagai budak dengan harga yang sangat murah, yaitu beberapa dirham saja. Mereka tidak menghargai Nabi Yusuf karena rasa iri dan dengki mereka. Kata "دراهم معدودة" (beberapa dirham) menunjukkan bahwa harganya sangat sedikit dan tidak berarti.

Nabi Yusuf AS. adalah gambaran keindahan yang ideal.

b. Hadits. Hadits riwayat Bukhari:

Artinya : "*Tiada seorangpun yang lebih baik kecuali dia makan dari hasil kerja tangannya sendiri*"

Hadits riwayat Muslim:

Artinya : "*Seseorang yang menunjukkan kebaikan, sungguh ia juga akan memperoleh ganjaran seperti orang yang melakukannya"*

Hadits riwayat Tirmidzi:

Artinya : "*Muslim yang baik adalah ketika orang lain selamat dari lisan dan tanganny"*

Hadits Riwayat Imam Muslim

Artinya : "Sungguh Allah itu baik dan suka kebaikan*"*

Allah Mencintai Keindahan: Hadits ini juga menjelaskan bahwa Allah SWT mencintai keindahan. Kecintaan Allah terhadap keindahan merupakan salah satu sifat-Nya yang Maha

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Sempurna. Allah tidak hanya menciptakan keindahan, tetapi juga mencintai dan menyukai keindahan.

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode deskriptif dipilih untuk memungkinkan peneliti menyelidiki dan mencatat fenomena sosial secara komprehensif, luas, dan mendalam. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk menyajikan fakta dan aspek tertentu dari suatu bidang secara akurat dan sistematis. Penelitian kualitatif dianggap relevan untuk memahami fenomena sosial, khususnya tindakan manusia, di mana analisis data dilakukan secara induktif, berbeda dengan metode statistik (Hafiza, 2021).

2. Sumber Data

Penelitian ini memerlukan berbagai sumber data, termasuk sejarah dan latar belakang, program kerja, struktur organisasi, serta topik-topik lain yang relevan. Dalam penelitian kualitatif, sumber data utama adalah kata-kata dan tindakan. Selain itu, dokumen dan jenis data lainnya juga menjadi bagian dari sumber informasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang menurut Ruslang (2021), merupakan sumber data tidak langsung yang diperoleh melalui pihak lain, dokumen, atau literatur yang sesuai dengan topik penelitian, seperti referensi, jurnal, buku, dan data dokumentasi yang berkaitan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam kondisi alamiah, dengan sumber data primer, dan fokus pada observasi partisipan, wawancara mendalam, serta dokumentasi, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017). Penelitian ini secara spesifik menggunakan observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Beberapa metode yang diterapkan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini meliputi:

a. Studi Pustaka

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa studi pustaka adalah penelaahan terhadap buku, jurnal, dan literatur lain yang relevan dengan permasalahan penelitian. Sementara itu, Flick (2006) menyatakan bahwa studi pustaka merupakan bagian krusial dalam penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan makna dari berbagai sumber tertulis. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan penekanan yang lebih besar pada studi pustaka.

b. Observasi

Menurut definisi Sari (2022), observasi adalah kegiatan ilmiah empiris yang didasarkan pada pencatatan yang teliti dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan mengamati langsung objek penelitian menggunakan indra.

c. Dokumentasi

Reni (2021) menunjukkan bahwa dokumentasi digunakan untuk memperoleh data penelitian yang relevan, seperti foto, film, dan dokumenter, langsung dari lokasi penelitian. Dokumen, yang dapat berupa tulisan, visual, atau karya individu lain, merekam peristiwa masa lalu. Peneliti sering menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data yang berguna untuk pengujian, interpretasi, dan bahkan prediksi.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Hubberman (dalam Sugiyono, 2007), yang

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

melibatkan empat tahapan: domain, taksonomi, komponensial, dan tema kultural. Penjelasan untuk setiap tahapan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Domain Analisis domain bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum dan menyeluruh mengenai objek penelitian atau situasi sosial. Selanjutnya, domain tertentu diidentifikasi sebagai dasar untuk tahapan penelitian berikutnya.
b. Analisis Taksonomi Analisis taksonomi merupakan studi terhadap seluruh data yang telah terkumpul dengan menggunakan domain spesifik yang telah dipilih. Penyajian data pada tahap ini bertujuan untuk menemukan pola-pola yang signifikan serta membuka peluang untuk penarikan kesimpulan dan tindakan.
c. Analisis Komponensial Setelah analisis domain dan taksonomi, tahap selanjutnya adalah analisis komponensial yang bertujuan untuk mengklasifikasikan data berdasarkan persamaan dan perbedaannya.
d. Analisis Tema Budaya
   Analisis tema adalah upaya menemukan benang merah di antara hasil domain, taksonomi, dan analisis komponensial.

Dengan kata lain secara pragmatiS langkah-langkah penelitian dengan studi pustaka yang dijelaskan oleh Miles dan Hubberman (dalam Sugiyono, 2007) adalah sebagai berikut :

1. **Merumuskan Pertanyaan Penelitian : p**ertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan jelas, fokus, teoritis dan terarah. Tujuannya adalah untuk memberikan panduan yang jelas dalam proses penelitian.
2. **Mencari Sumber-Sumber Pustaka: p**encarian sumber pustaka dapat dilakukan melalui berbagai cara: Perpustakaan (buku, jurnal, artikel, dll.), database online, jurnal ilmiah (baik cetak maupun online) dan internet (situs web, blog, forum, dll.)
3. **Mengevaluasi Sumber-Sumber Pustaka :** Sumber-sumber pustaka yang ditemukan perlu dievaluasi untuk memastikan: kualitas (keandalan, validitas, objektivitas), relevansi dengan topik penelitian dan keterbaruan (apakah informasi masih relevan dan tidak ketinggalan zaman)
4. **Membaca dan Menganalisis Sumber-Sumber Pustaka : s**umber-sumber pustaka yang relevan perlu dibaca dan dianalisis secara kritis dan mendalam. Tujuannya adalah untuk memahami konsep, teori, dan temuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian.
5. **Menginterpretasikan Informasi dari Sumber-Sumber Pustaka** : Informasi yang diperoleh dari sumber-sumber pustaka perlu diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian, memecahkan masalah penelitian dan mengembangkan kerangka teoretis

Hasil dan Pembahasan

Peran Sektor-Sektor Ekonomi Kreatif yang Berkontribusi dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Ekonomi kreatif telah menjadi pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap PDB nasional (Rp1.280 triliun pada 2022, 6,54% dari total PDB) dan penyerapan tenaga kerja (24,92 juta pada 2023) (BPS, 2022). Sektor ini juga meningkatkan devisa negara melalui ekspor produk kreatif (23,96 miliar dolar AS pada 2023) (Kemenkraf RI, 2023). Selain itu, ekonomi kreatif mendorong inovasi, pelestarian budaya, dan pengembangan ekonomi daerah (Kemenparekraf, 2023).

Adapun kontribusi 17 subsektor ekonomi kreatif adalah sebagai berikut :

1. Aplikasi dan Pengembangan Permainan (Game): Berkembang pesat dengan kemajuan teknologi digital.
2. Arsitektur: Menggabungkan estetika dan fungsionalitas dalam desain bangunan.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

3. Desain Interior: Menciptakan ruang yang nyaman, estetis, dan fungsional.
4. Desain Komunikasi Visual (DKV): Penting dalam periklanan, pemasaran, dan branding.
5. Desain Produk: Menciptakan produk inovatif, fungsional, dan estetis.
6. Fesyen: Potensi besar dalam ekspor dan pariwisata.
7. Film, Animasi, dan Video: Berkembang dengan platform streaming dan media sosial.
8. Fotografi: Penting dalam dokumentasi dan komunikasi visual.
9. Kriya: Mencerminkan budaya dan tradisi lokal.
10. Kuliner: Potensi besar dalam pariwisata dan ekspor.
11. Musik: Potensi besar dalam hiburan dan pariwisata.
12. Penerbitan: Penting dalam pendidikan dan informasi.
13. Periklanan: Mempromosikan produk, layanan, atau merek.
14. Seni Pertunjukan: Penting dalam hiburan dan budaya.
15. Seni Rupa: Mencerminkan ekspresi dan interpretasi seniman.
16. Televisi dan Radio: Jangkauan luas dan pengaruh besar.
17. Riset dan Pengembangan: Mendorong inovasi dan daya saing.

Selanjutnya perlu diukur kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi sektor ekonomi kreatif pada Pendapatan Nasional (PDB) menyumbang Rp1.280 triliun terhadap PDB nasional pada 2022 (Kemenparekraf, 2023). Dalam hal penciptaan lapangan kerja: menyerap 24,92 juta tenaga kerja pada 2023 (BPS, 2023). Sedangkan nilai ekspor produk kreatif mencapai 23,96 miliar dolar AS pada 2023 (Kemendag dan BPS, 2023). Dari ke-17 sektor ekonomi kreatif, sektor ekonomi kreatif : TV dan radio; film, animasi, dan video; seni pertunjukan; dan DKV mengalami pertumbuhan tercepat (Kemenparekraf dan BPS, 2023).

Dengan demikian perlunya konsep pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pengembangan ekonomi kreatif membutuhkan strategi komprehensif, termasuk:

1. Pembangunan Infrastruktur: Lokasi kreatif, ruang publik, dan sistem transportasi yang memadai.
2. Infrastruktur Digital: Akses internet cepat dan murah, platform daring, dan pelatihan digital.
3. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia: Pendidikan, pelatihan, dan pengembangan kewirausahaan.
4. Kemudahan Akses Modal: Pembiayaan kreatif dan insentif pajak.
5. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI): Penegakan hukum, sosialisasi, dan pendidikan.
6. Promosi dan Pemasaran: Festival, pameran, media sosial, dan pengembangan merek.
7. Kerja Sama dan Sinergi: Kemitraan strategis dan ekosistem kreatif.

Sedangkan hambatan dalam pengembangan sektor kreatif adalah sebagai berikut :

1. Kesulitan mendapatkan modal.
2. Kurangnya perlindungan HKI.
3. Kurangnya sumber daya manusia yang kompeten.
4. Kesulitan menembus pasar.

Pengembangan ekonomi kreatif menurut Islam dapat ditemukan Alqur'an dan Sunnah sebagaimana termaktub pada :

1. Surah Ar-Rum (30:21): Kebutuhan manusia akan pasangan memunculkan berbagai kebutuhan lainnya.
2. Surah Al-Baqarah (2:168): Menginspirasi pengembangan konsep wisata halal.
3. Surah Yusuf (12:20): Mengingatkan untuk menghargai karya dan potensi seseorang.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

4. Hadits Riwayat Bukhari: Menekankan pentingnya bekerja keras dan mencari rezeki dari hasil usaha sendiri.
5. Hadits Riwayat Muslim: Mendorong untuk berbagi ilmu dan keterampilan kepada orang lain.
6. Hadits Riwayat Tirmidzi: Mengingatkan untuk menjaga etika dan moral dalam berbisnis.
7. Hadits Riwayat Imam Muslim: Menginspirasi untuk menghasilkan produk dan layanan yang estetis dan berkualitas tinggi.

Pembahasan berikut adalah bagaimana hasil penelitian ini, bila dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Ekonomi kreatif merupakan pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan devisa negara. Sektor ini juga mendorong inovasi, pelestarian budaya, dan pengembangan potensi daerah. Kontribusi didominasi oleh tiga sub sektor utama: kuliner, kriya, dan fesyen. Hal itu senada dengan penelitian Syafitri dan Nisa (2024) menegaskan bahwa ekonomi kreatif telah menjadi fokus penting sejak 2006, dengan pertumbuhan signifikan dalam PDB, penyerapan tenaga kerja, dan ekspor. Namun, perkembangan teknologi dan globalisasi menggeser fokus ke subsektor digital seperti aplikasi dan permainan. Tantangan seperti infrastruktur, pembiayaan, dan pendidikan kreatif masih perlu diatasi. Sebagaimana hasil yang sama pada penelitian Mere, dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa ekonomi kreatif menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan pengembangan produk baru dalam pertumbuhan ekonomi lokal.

Sementara Anggraini dan Nisa (2024) menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah pendorong utama pertumbuhan ekonomi, dengan kontribusi signifikan terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja. Data BPS (2021) menunjukkan kontribusi 17,29% terhadap PDB, menempati posisi ketiga setelah industri pengolahan dan pertanian. Sektor ini juga menyerap 19,01% tenaga kerja (2020) dan meningkatkan daya saing global. Dimana penelitian tersebut sama dengan penelitian ini yang menemukan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi terhadap PDB, penciptaan lapangan kerja, dan pendapatan ekspor. Empat subsektor dengan pertumbuhan tercepat adalah:

1. Televisi dan radio
2. Film, animasi, dan video
3. Seni pertunjukan
4. Desain komunikasi visual

Perlu disampaikan pula langkah-langkah strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif, diantara :

1. Pembangunan infrastruktur fisik dan digital.
2. Peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan.
3. Kemudahan akses modal melalui pembiayaan kreatif dan insentif pajak.
4. Perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) melalui penegakan hukum dan sosialisasi.
5. Promosi dan pemasaran yang efektif.
6. Kerja sama dan sinergi antara pemangku kepentingan.

Selanjutnya Firdaus, dkk. (2024) menyoroti tantangan seperti akses pembiayaan, infrastruktur, dan keterampilan tenaga kerja. Solusinya adalah peningkatan kualitas SDM, perbaikan infrastruktur, insentif investasi, dan promosi yang efektif.

Kesimpulan

Dari pembahasan dapat diambil kesimpulan dalam artikel ini adalah :

1. Peran vital ekonomi kreatif merupakan pilar penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan devisa negara. Sektor ini juga berperan dalam mendorong inovasi, pelestarian budaya, dan pengembangan potensi daerah.

2. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB didominasi oleh subsektor kuliner, kriya, dan fesyen. Berbagai penelitian mendukung peran positif ekonomi kreatif dalam pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan daya saing, terutama 4 sub sektor dengan pertumbuhan tercepat yaitu TV dan radio; film, animasi, dan video; seni pertunjukan; dan Desain komunikasi visual.
3. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif adalah diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif, meliputi pembangunan infrastruktur, peningkatan kualitas SDM, kemudahan akses modal, perlindungan HKI, promosi, dan kerja sama antar pemangku kepentingan.
4. Penelitian ini juga mengeksplorasi ekonomi kreatif dari perspektif Al-Quran dan hadits, menunjukkan bahwa prinsip-prinsip Islam dapat menjadi landasan bagi pengembangan ekonomi kreatif yang etis dan bermanfaat serta menciptakan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Adisasmita, Rahardjo. (2013). *Teori-teori Pembangunan Ekonomi Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Wilayah*: Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ali, N. (2018). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu (Pengrajin Anyaman Bambu). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Amsari, S., & Anggara Windu. (2023). *Ekonomi Kreatif* (1st ed., Vol. 1).

Anggraeni , Eka Sulistya dan Nisa, Fauzatul Laily, Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Ekonomi Kreatif, *Jurnal Inovasi Bisnis Indonesia* (JIBI) Volume 1, Nomor 4 (2024)

Arsyad, Lincolin. 1999*. Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. BPFE. Yogyakarta

Badan Pusat Statistik (2020)

Firdaus, Azka Rifqi; Vynatria, Anggun Devaga; Husna, Siti Lulu'ul; Alfareza4, M. Fian Nur; Hidayah, Asmi Ayuning, Ekonomi Kreatif Sebagai Lokomotif Baru Perekonomian Indonesia Menuju Indonesia Yang Maju, *MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis)* Vol. 3 No. 2 (Juni 2024) 44-52

Hafiza, D. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk HWI *(Health Wealth International)*. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Agama Islam dan Humaniora*, *2*(02), 11-11.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.

Kurniawan, A. (2021). *Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia: Potensi dan Tantangan*. Jurnal Ekonomi Kreatif, 12(2), 123-138.

Kemenparekraf (2023)

Malthus, T. R. (1798). *An Essay on the Principle of Population*. J. Johnson.

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru. Jakarta: UIP.

Pratama, D. & Sulaiman, M. (2019). *Ekonomi Digital dan Peranannya dalam Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jurnal Teknologi dan Ekonomi, 10(4), 78-92.

Purnomo, Rochmat Aldy, *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media,2016),

Reni, W. N. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam ransaksi Jual Beli Online di Tokopedia *(Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)*.

Ricardo, David . 1971 (1817). *The Principles of Political Economy and Taxation*. Baltimore: Penguins.

Rostow, W. W. (1960). *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*. Cambridge University Press.

Ruslang, R. (2021). Ekonomi Syariah Judul tesis: Etika Bisnis Seller Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Sustainabilitas E-Commerce Shopee Makassar *(Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).*

Sari, D. Y. (2022). Penjualan Makanan Online di Facebook Sistem *Cash On Delivery* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam *(Studi Pedagang di desa Karya Mulya Kecamatan Pondok Suguh Kabupaten Mukomuko) (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).*

Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. W. Strahan and T. Cadell.

Smith, J. (2020). *The Role of Creative Economy in Economic Growth*. International Journal of Creative Industries, 5(3), 45-60.

Sugiyono (2017) . *Transaksi E-Commerce Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Sistem Jual Beli Online Di Kota Medan)*. Diss. 2022.

Suryana, 2000. *Ekonomi Pembangunan: Problematika serta Pendekatan*, Jakarta: Salemba Empat

Suryana. (2013). Ekonomi Kreatif. Salemba Empat.

Syafitri, Aulia Daisy Arsy dan Nisa, Fauzatul Laily , Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen,* Vol.2, No.3 Juli 2024

Flick, U. (2006). *An Introduction to Qualitative Research*. London: SAGE Publications.