

BAB I

PENDAHULUAN

USAHA PENGEMBANGAN UKM INDUSTRI EKONOMI KREATIF DI KOTA CIREBON DALAM PRESFEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif Adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama.¹

Kota Cirebon memiliki kekuatan dari bermacam segi seperti; warisan seni budaya bernilai tinggi, letak geografis yang strategis, dan masyarakat yang dinamis. Dengan adanya kekuatan tersebut sebenarnya adalah peluang untuk menumbuhkan ekonomi kreatif di Kota Cirebon, seperti halnya produk kreatif yang sudah ada di Kota Cirebon bisa berupa kumpulan aneka ragam karya seni, budaya, wisata, kuliner dan lainnya.² Selain itu Industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Cirebon tidak lepas dari aspek historis pertumbuhan dan perkembangan Kota, karena garis sutra dalam penyebaran Islam, perdagangan, dan akulturasi sangat halus sehingga diversifikasi etnik menjadi

¹ Fadly Rizkiyansyah, *Lahirnya Komunitas Kreatif Cirebon*, <https://www.kompasiana.com>. 2016: 12 November 2018.

² Sopian, *Banyak Potensi Ekonomi kreatif di Kota Cirebon*. <http://www.mybusiness.id>. 2016 : 12 November 2018

bagian utama dalam kegiatan wisata.³ Berdasarkan data dinas kepemudaan olahraga dan kebudayaan pariwisata (DKOKP) jumlah wisatawan pada tahun 2017 sebanyak 899.097 orang baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, jumlah ini meningkat dari tahun 2016 sebanyak 831.152 orang atau naik 6% dari tahun 2017. Pada tahun 2017 wisatawan domestik masih mendominasi dengan jumlah 888.301 orang, sedangkan jumlah wisatawan mancanegara hanya 10.796 orang. Faktor peningkatan wisatawan ini tidak lepas dari daya tarik wisata di Kota Cirebon baik dari sisi wisata budaya dengan tujuan Kraton Kasepuhan, Kanoman, dan ke Cirebonan. Wisata ziarah ke Masjid Agung Sang Ciptarasa, Masjid Merah Panjunan, dan Masjid Jaga Bayan. Wisata bahari ke Pantai Kejawan, Pelabuhan Cirebon, Cirebon Water Land Ade Irma Suryani, dan juga Pantai Kasenden. Juga wisata belanja meliputi kunjungan ke Graze Mall, CSB, dan lainnya.⁴

Dampak dari peningkatan kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun akan berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku usaha khususnya pelaku usaha kreatif.⁵ Peningkatan jumlah pengunjung di Kota Cirebon harus dibarengi dengan peningkatan kualitas sumberdaya, pemerintah Kota Cirebon dalam hal ini perlu memfasilitasi para pelaku UKM baik dari permodalan, SDM hingga akses pemasaran yang akan menunjang produktifitas para pelaku usaha ekonomi kreatif.

³ Aan Jaelani, "Cirebon as the Silk Road: A New Approach of Heritage Tourism and Creative Economy", Journal Of MPRA (May 2016), 1.

⁴ Jamal, *Jumlah Wisatawan ke Cirebon naik, Pencapaian menurun*, www.radarCirebon.com. 2018 : 7 oktober 2018

⁵ Mike Setiawati, *Ini Potret Kunjungan Wisata Kota Cirebon 5 Tahun Terakhir*, www.radarCirebon.com, 2018 : 7 oktober 2018

Walau demikian tidak terlepas dari peluang dan kelebihan dari potensi tumbuhnya ekonomi kreatif di Kota Cirebon, pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Cirebon masih dirasakan kurang dengan adanya berbagai macam faktor-faktor yang menyebabkan potensi ekonomi kreatif di Kota Cirebon kurang berkembang hal tersebut tidak terlepas dari permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh pemerintah dan para pelaku usaha ekonomi kreatif (UKM).

Ekonomi kreatif di Kota Cirebon memerlukan penopang kuat untuk tetap kokoh berdiri dalam visinya menjadikan kreativitas sebagai konsep ekonomi baru, ekonomi kreatif akan berkembang jika ditopang oleh beberapa pilar diantaranya; 1. *Sumberdaya pendukung* (sumberdaya insani, sumberdaya budaya lokal dan sumberdaya alam), 2. *Industri*, keseluruhan industri kreatif tersebut haruslah ditopang oleh industri utama seperti halnya pabrik kertas untuk industri percetakan, pabrik kayu untuk kerajinan, industri kain bahan untuk fashion, industri elektronik untuk film dan media informasi dll, 3. *Pembiayaan*, Lembaga pembiayaan berperan menyalurkan pendanaan kepada para pelaku ekonomi kreatif baik itu berupa pinjaman ataupun permodalan baik menggunakan sistem syariah maupun konvensional, 4. *Pemasaran*, Pemasaran merupakan harapan terbesar dari para pelaku ekonomi kreatif di Jawa Barat dibandingkan dengan keuangan, tenaga kerja, 5. *Teknologi serta infrastruktur*, infrastruktur melingkupi kebijakan, inovasi, dukungan, serta lingkungan yang mendukung, serta kemudahan akses internet dan komunikasi.

BEKRAF-BPS, pada tahun 2017 menyebutkan jumlah pengusaha ekonomi kreatif di Kota Cirebon sebesar 16.154 dengan tiga sektor besar ekonomi kreatif diantaranya kuliner dengan 13.273 pelaku usaha, fashion dengan 1.539 pelaku usaha dan kriya sebesar 660 pelaku usaha.⁶ Namun hal ini berbeda dengan jumlah pengusaha ekonomi kreatif yang telah terdaftar di Disperindag Kota Cirebon. Kota Cirebon pada tahun 2017 merilis jumlah pelaku UKM yang tersebar di lima kecamatan berjumlah 320 diantaranya adalah; kec. Kejaksan terdapat 41 pelaku UKM, Kec. Kesambi terdapat 89 pelaku UKM, Kec. Lemah Wungkuk terdapat 46 pelaku UKM, Kec. Pekalipan terdapat 40 pelaku UKM dan Kec. Harjamukti terdapat 104 pelaku UKM.⁷

Pelaku UKM yang tersebar di lima Kecamatan tersebut dapat di kerucutkan kembali berdasarkan kategori pelaku UKM ekonomi kreatif menjadi 221 pelaku UKM, pelaku UKM ekonomi kreatif tersebar di beberapa kecamatan diantaranya; *Kec. Harjamukti*, terdapat 69 pelaku UKM (3 pelaku di bidang Desain interior, 1 pelaku di bidang disain komunikasi visual, 10 pelaku di bidang fashion, 2 Pelaku di bidang Kriya, 52 pelaku di bidang kuliner dan 1 pelaku di bidang seni pertunjukan). *Kec. Kejaksan* terdapat 33 Pelaku UKM (1 pelaku di bidang Desain Komunikasi Visual, 5 pelaku di bidang Fashion, 1 pelaku di bidang kriya, 26 pelaku di bidang kuliner). *Kec. Kesambi*, terdapat 62 pelaku UKM (1 pelaku di bidang aplikasi dan pengembangan permainan, 2 pelaku di bidang komunikasi visual, 6 pelaku

⁶ Citra, Nadia. *Cirebon Kota pertama digelar BISMA goes to get member 2018*, www.bekraf.go.id. 2018 : 7 oktober 2018.

⁷ Data UKM Kreatif di Kota Cirebon tahun 2017

dibidang fashion, 3 pelaku dibidang kriya, 48 pelaku dibidang kuliner dan 2 pelaku dibidang senirupa). *Kec. Lemah Wungkuk*, terdapat 29 pelaku UKM (1 pelaku dibidang fashion, 2 pelaku dibidang kriya dan 26 pelaku dibidang kuliner). *Kec. Pekalipan*, terdapat 28 pelaku UKM (2 pelaku dibidang fashion, 3 pelaku dibidang kriya dan 23 pelaku dibidang kuliner). Data tersebut merupakan data yang diambil dari Desperindag Kota Cirebon yang menggambarkan jumlah pelaku UKM sebanyak 221 pelaku usaha yang tergolong pada usaha ekonomi kreatif yang tersebar di wilayah Kota Cirebon, dengan persentase 79% merupakan subsektor kuliner, 10,85% subsektor fashion, 5% subsektor kriya dan sisanya kurang dari 5% adalah desain interior dan desain visual, seni rupa dan seni pertunjukan (*showbiz*).⁸

Jumlah tersebut masih dirasa sangat kurang untuk mendorong pemasukan daerah dari sisi ekonomi kreatif dimana banyak sekali kegiatan-kegiatan serta produksi yang berhubungan dengan sektor-sektor ekonomi kreatif terutama fashion, kuliner dan obyek wisata. Mengingat secara nasional wilayah Jawa Barat merupakan pemasok terbesar ekonomi kreatif yang di ekspor ke luar Negeri dengan jumlah 33,56 % dari seluruh penyumbang ekspor ekonomi kreatif di Indonesia.⁹ Jumlah yang tercatat di BEKRAFT sangatlah banyak namun hal tersebut tidak serta merta bejalan dengan baik tanpa ada hambatan yang dialami oleh para pelaku usaha, terutama mereka yang masih menggunakan sistem tradisional dalam produksinya serta

⁸ Wartoyo, *Pemetaan Ekonomi Kreatif dalam Upaya Pengembangan dan Peningkatan Ekonomi Kota Cirebon*. (Cirebon : IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2007),31.

⁹ Data statistik dan hasil survei ekonomi kreatif kerjasama antara badan ekonomi kreatif dengan badan pusat statistik.

kurangnya inovasi pada produk yang di keluarkan hal ini dapat menyebabkan kalahnya pelaku lokal oleh barang-barang impor, menurunnya minat terhadap produk kreatif lokal yang akhirnya bisa saja menyebabkan pelaku usaha banyak yang gulung tikar, jumlah pelaku ekonomi kreatif dapat menjadi potensi ekonomi daerah yang mampu dan layak dikembangkan, menurut Suparwoko potensi ekonomi sebagai kemampuan ekonomi yang berada didaerah yang layak dikembangkan kedepan dapat menjadi sumber kehidupan masyarakat setempat.¹⁰

Wartoyo¹¹dalam penelitiannya sebelumnya menemukan faktor yang menjadi kendala dalam berkembangnya sektor ekonomi kreatif di Kota Cirebon, diantaranya adalah :

1. SDM yang kurang kompeten

SDM yang tidak sesuai dengan pekerjaan dikarenakan latar belakang pendidikan yang rendah, kurangnya pelatihan sehingga dampak pada karyawannya sendiri adalah kurangnya produktivitas kinerja.

2. Kurangnya modal usaha

Para pelaku usaha masih sedikit yang menggunakan jasa perbankan dalam pemenuhan kebutuhan modalnya, dikarenakan masih menggunakan dana talangan atau DP.

3. Kebutuhan Komunitas

¹⁰ Husna, Nailatul, "Analisi Pengembangan Potensi Ekonomi Local Untuk Memperkuat Daya Saing Daerah di Kabupaten Gersik", *Journal Administrasi Publik* VOL 1(Juni 2014), 11.

¹¹ Wartoyo, *Pemetaan Ekonomi Kreatif dalam Upaya Pengembangan dan Peningkatan Ekonomi Kota Cirebon*. (Cirebon: IAIN syekh Nurjati Cirebon 2017), 7.

Kurangnya komunitas serta wadah untuk menampung usaha membuat para pelaku usaha sulit dalam mengembangkan usahanya, hal tersebut dikarenakan tidak adanya rekan yang seprofesi dan seusaha sehingga kurangnya komunikasi dan saling tukar informasi sesama pelaku usaha, baik informasi pasar serta informasi lainnya.

4. Akses pasar masih lokal

Ketiaktahuan pelaku usaha mengenai potensi serta peluang didaerah lain mengakibatkan akses pemasaran terbatas, Kurangnya jaringan mengakibatkan informasi yang diterima oleh pelaku usaha sangatlah minim sehingga penjualan yang dilakukan hanya sebatas pasar lokal, hal ini berpengaruh terhadap tingkat pendapatan para pelaku usaha.

5. Teknologi kurang mendukung

Selain sumberdaya manusia teknologi sangat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan usaha, teknologi yang dimaksud dapat berupa teknologi produksi ataupun teknologi komunikasi, teknologi kurang mendukung dalam hal ini dapat diartikan kurangnya kemampuan SDM dalam mendapatkan teknologi tertentu seperti mesin dll, sehingga kegiatan yang dilakukan menggunakan cara tradisional.

Anggawira¹² menyatakan Permasalahan ekonomi kreatif di Kota Cirebon bagi pelaku usahanya sendiri adalah kurangnya regulasi permodalan yang diperoleh oleh pelaku usaha kreatif, harga barang baku yang mahal, sumberdaya tidak memumpuni, akses pemasaran yang masih terbatas dan

¹²Arif, *Dongkrak Ekonomi kreatif putra daerah ini inisiasi gerakan kemakmuran Cirebon*, <http://www.tribunnews.com>. 2017: 20 Mei 2018

banyak lainnya, sedang permasalahan bagi pemerintah sendiri adalah bagaimana agar anak- anak muda asli Kota Cirebon tidak memilih menjadi pekerja dan merantau keluar Kota setelah dia lulus dari Sekolah Menengah Atas ataupun sekolah tinggi.

Permodalan yang sulit merupakan permasalahan yang paling besar yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif, seperti halnya yang diungkapkan oleh sekretaris batik tresna di Trusmi Masnedi Masnina mengatakan masalah permodalan paling berat dirasakan oleh pengrajin kecil karena pengrajin harus menunggu barang jadi terlebih dahulu baru menerima bayaran sehingga selama proses penantian balik modal biasanya produksi mandek.¹³ Permodalan dirasa paling sulit hal ini dapat dilihat dari beberapa alasan diantaranya : *Unbankable* UKM tidak memenuhi syarat dalam menerima permodalan dari bank, *Intangible Asset* pada umumnya yang dilihat oleh penyedia modal adalah asset fisik sedangkan aset utama ekonomi kreatif adalah *Intangible Asset* (yakni berupa daya cipta dan kreatif), *High risk* karena sedikitnya asset yang digunakan maka lembaga permodalan menganggap beresiko besar, *Unpredictable* tidak dapat diprediksi mengenai pendapatan serta kemampuannya dalam mengembalikan modal pinjaman karena resiko yang besar jika kreasinya tidak diminati oleh konsumen, dan *cashflow* nya yang dianggap belum mampu stabil.¹⁴ Modal seringkali menjadi alasan bagi para pelaku ekonomi kreatif mengapa mereka tidak melanjutkan usahanya, kebanyakan dari mereka mengandalkan uang DP dari konsumen

¹³ Puput, *Akses Modal UKM : Batik Trusmi Cirebon Terhambat Modal*. <http://ekonomi.bisnis.com>: 21 Juni 2018

¹⁴ Pangestu, Mari, *Kebangkitan Ekonomi Kreatif*. Retas Bekra 1 (Desember 2016), 31.

yang memesan produknya, terkadang uang DP yang diberikan hanya mampu untuk menutupi satu kali pesanan dan untuk memenuhi pesanana dalam jumlah besar sesekali menggunakan pihak non bank untuk memberikan pinjaman.

Permasalahan kedua yang dihadapi oleh pelaku UKM Kreatif di Kota Cirebon adalah sumberdaya manusia, menurut Hidayat hal yang dihadapi oleh pelaku usaha kreatif saat ini berupa kurang kompeten dan keahlian yang dimiliki oleh masyarakat khususnya dalam lingkup kreatif, hal ini salah satunya dikarenakan minimnya pelatihan tentang kreatifitas yang diperoleh oleh masyarakat, adapun pelatihan menggunakan biaya cukup mahal sehingga akses untuk mendapatkan jasa pelatihan sulit selanjutnya kurangnya fasilitas untuk pendidikan kreatif seperti ketersediaan bahan baku, tenaga pengajar kreatif yang mahir dibidang ekonomi kreatif, biaya yang harus disediakan hal ini menyebabkan pemberian materi tentang ekonomi kreatif hanya sebatas materi dan teori tanpa adanya praktek langsung ditempat pendidikan.¹⁵ Namun yang paling penting adalah bagaimana usaha yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan sumberdaya kreatif terutama dari kualitas SDM yang siap bersaing dan mampu bersaing dengan produk-produk kreatif impor. Ricky Joseph sebagai wakil kepala (Bekraft) menuturkan aset utama industri kreatif adalah manusia yang memproduksi gagasan atau ide kreatif yang mampu mengembangkan industri kreatif.¹⁶ Sumber daya manusia baik

¹⁵ Fisipol, *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia*. <http://chub.fisipol.ugm.ac.id>: Januari 2019.

¹⁶ Apriliyani, Jane, *SDM Topang Pertumbuhan Ekonomi Kreatif*, <https://www.kontan.go.id>. 2015: 27 februari 2018.

secara kualitas dan kuantitas menjadi kendala utama pengembangan industri kreatif, hal ini dikarenakan sebagian besar SDM industri kreatif belajar secara otodidak sehingga kualitasnya belum cukup merata, kendala kualitas SDM tersebut menjadi perhatian bersama karena kontribusinya terhadap perekonomian nasional cukup signifikan. Sumber daya manusia (SDM) yang kurang mumpuni juga menjadi kendala untuk bersaing dipasar domestik.¹⁷

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor kunci dalam persaingan global yakni bagaimana menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki keterampilan serta berdaya saing tinggi dalam persaingan global yang selama ini kita abaikan. Selain itu dalam ekonomi kreatif *knowledge* sumber daya manusia memiliki peran yang dominan, karena pengetahuan adalah bentuk dasar dari kapital, upaya pengembangan teknologi baru, sehingga dapat menciptakan *technical platform* untuk inovasi dapat meningkatkan nilai pengembalian investasi yang tidak dapat dilakukan bila hanya menambah tenaga kerja dan sumber daya material.¹⁸ Masalah lain yang dihadapi ekonomi kreatif adalah tingkat pendidikan yang masih rendah dari mulai SD hingga SMP terlebih pendidikan ini tanpa dilanjutkan dengan pendidikan nonformal seperti pelatihan ataupun kursus khusus untuk membuat produk-produk kreatif, kemudian minimnya minat dari para generasi muda yang lulusan SMA hingga S1 untuk belajar kerajinan/ belajar ekonomi kreatif, bahkan enggan melanjutkan usaha orangtuanya sebagai

¹⁷ Wawan, *SDM Jadi Kendala Utama Industri Kreatif*, www.kompas.com, 2012: 27 November 2018

¹⁸ Larassaty, Ayu Luci, *Kontribusi Sumber Daya Manusia Di Bidang Industri Kreatif*. Prosiding Seminar Nasional, 2016

pengrajin, kebanyakan dari mereka lebih memilih menjadi karyawan dengan merantau ke luar Kota dengan alasan lebih mudah dalam mendapatkan uang, sukses bagi mereka adalah mampu bekerja diperusahaan besar dan mendapatkan gaji lebih tinggi, hal ini menyebabkan SDM yang menjadi pelaku ekonomi kreatif kurang maksimal dan cenderung tidak berkembang.

Permasalahan terbesar ketiga yang dihadapi oleh pelaku industri ekonomi kreatif di Kota Cirebon adalah akses pemasaran, persoalan terhambatnya perkembangan pelaku ekonomi kreatif dalam menembus pasar yang lebih luas bersumber dari kurangnya kemampuan dibidang ekonomi dan bisnis selain itu kapabilitas negosiasi para pelaku usaha lokal yang masih kurang menyebabkan kurang berkembangnya produk kreatif. Para pelaku industri kreatif belum memiliki akses yang luas ke pasar internasional, keterbatasan akses ini disebabkan volume produksi yang belum mencapai batas minimum ketentuan ekspor, selain itu target pasar yang jelas dan berorientasi domestik terbatas produksi. Sehingga pengembangan produk kreatif masih terbatas pada hal yang umumnya sudah beredar di pasar dan penjualannya masih menggunakan cara konvensional.¹⁹ Hal tersebut merupakan salah satu kendala yang menyebabkan kurang berkembangnya jangkauan pemasaran industri kreatif di Kota Cirebon, kita ketahui bersama bahwa semakin luas wilayah pemasaran suatu produk kreatif mencerminkan semakin banyaknya permintaan terhadap produk tersebut maka semakin banyak pula jumlah barang dan jasa yang akan dihasilkan. Adapun ketika

¹⁹ Adhi Chandra, Ardian *Kendala Yang Dihadapi Pelaku Industri Kreatif*. [http://:Detikfinance.com](http://Detikfinance.com). 2016: Desember 2018

pemerintah memberikan bantuan modal kepada pelaku usaha dan pelaku usaha menghasilkan banyak produk mereka hanya menyimpannya digudang dikarenakan kurangnya akses pasar yang dimiliki, mereka hanya mengandalkan pelanggan yang biasa belanja produk padanya sehingga tidak membangun jaringan di luar Kota.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan untuk menangani permasalahan kurang berkembangnya ekonomi kreatif di Kota Cirebon serta dilihat dari perspektif ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas maka dari latar belakang diatas dapat diambil beberapa rumusan masalah yang akan diangkat dalam tulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana usaha pemerintah Kota Cirebon dalam mengatasi masalah permodalan?
2. Bagaimana usaha pemerintah Kota Cirebon dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia ?
3. Bagaimana usaha pemerintah Kota Cirebon dalam menanggulangi masalah pemasaran?
4. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap usaha pengembangan ekonomi kreatif di Kota Cirebon ?

C. Tujuan penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mencapai sebuah tujuan yang akan membantu dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Cirebon, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui usaha pemerintah Kota Cirebon dalam mengatasi masalah permodalan.
2. Mengetahui usaha pemerintah Kota Cirebon dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia.
3. Mengetahui usaha pemerintah Kota Cirebon dalam menanggulangi masalah pemasaran.
4. Mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap usaha pengembangan ekonomi kreatif di Kota Cirebon.

D. Penelitian Terdahulu

Suparwoko²⁰ (2015) dalam tulisanya yang berjudul *pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak industri pariwisata kabupaten purworejo*. Tulisan ini menjelaskan ekonomi kreatif di daerah Porworejo membutuhkan SDM yang memumpuni namun juga memerlukan ruang atau wadah yang menampung semua kreativitas pelaku ekonomi kreatif, dari hasil penelitian tersebut diambil kesimpulan bahwa cara yang harus dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Porworejo dalam mengembangkan potensi ekonomi kreatif adalah dengan memberikan mereka wadah untuk menampung

²⁰ Suparwoko, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata Kabupaten Purworejo*”. Universitas Islam Indonesia (Juli 2010), www.researchgate.net.: 8 Februari 2017

karyanya berupa tempat di destinasi wisata, dan mesjid-mesjid yang menjadi wisata. di tempat tersebut para pelaku ekonomi kreatif akan bersinergi dengan objek wisata yang kadal di Kabupaten Purworejo.

Jan wedemeier (2015) dengan tulisannya *the impact of creativity on growth in german region*. Tulisan ini menerangkan bagaimana pengaruh karyawan pada perusahaan teknologi dalam mengembangkan kekreatifannya untuk mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Jerman. hasil dari penelitian ini adalah karyawan teknologi berkontribusi terhadap pertumbuhan keberhasilan ekonomi, dan keunggulan kompetitif Kota serta daerah, hal ini bergantung pada kapasitas kreatif mereka, karena kreativitas tertanam dalam proses inovasi. Namun, terlepas dari definisi profesi kreatif yang kabur, kelompok profesi teknologi mencerminkan upaya terbaik untuk mengukur kreativitas di Kota dan wilayah.²¹

Berdasarkan pandangan ClaraVolintiru and Dumitru Miron 2015. dalam tulisanya yang berjudul *Business Environment And Creative Industries In Romania*, Clara dan Dumitru membahas dua tujuan penelitian untuk mempelajari mekanisme struktural yang menghubungkan model ekonomi dan pengembangan kegiatan ekonomi yang diberi label sebagai kreatif di Rumania. Temuan yang didapatkan menunjukkan bahwa kecenderungan pengembangan industri spesialisasi kreatif memiliki potensi pertumbuhan yang besar dimasa depan, berdampak pada lingkungan bisnis dan perspektif kewirausahaan yang sangat dalam. Tulisan ini memaparkan pemahaman

²¹ Wedemeier, Jan, "The Impact Of Creativity On Growthin German Region. Hamburg Institute of International Economics", MPRA Paper No. 26573 (Maret 210).

tentang peran dan karakteristik kegiatan kreatif dalam ekonomi dan menciptakan tempat untuk proyek penelitian komparatif di masa depan.²²

Menurut Aneta Karasek (2013) dalam artikelnya yang berjudul *Human Capital, The Creative Class And Innovation In Polish Regions*. Menyatakan Peran modal manusia dalam menghasilkan proses pembangunan telah berkembang dengan meningkatnya pengetahuan dalam proses ekonomi tertentu. Salah satu sumber daya pengetahuan utama adalah manusia, karena hanya manusia yang memiliki akses terhadap informasi dan data yang dapat memproses dan menafsirkannya sehingga dapat menciptakan pengetahuan. Oleh karena itu modal manusia dianggap sebagai 'pencipta' pengetahuan, tulisan ini menyajikan modal manusia sebagai faktor yang mendorong inovasi. Tujuan tulisan ini adalah secara operasional untuk mendefinisikan konsep kelas kreatif, mendemonstrasikan distribusi geografisnya di Polandia dan untuk mengevaluasi dampaknya terhadap tingkat inovasi yang ditampilkan oleh wilayah Polandia. Data yang berkaitan dengan tahun 2012 telah menunjukkan bahwa jumlah entitas bisnis operasi terbesar yang terdaftar dalam Register Pejabat Resmi Nasional (REGON) dan tergolong milik kelas kreatif, merupakan wilayah yang paling inovatif diantara semua wilayah di Polandia. Analisis menunjukkan adanya hubungan antara adanya kelas kreatif dan tingkat inovasi regional. Membedakan kelas kreatif dalam ekonomi dan belajar tentang pengaruhnya terhadap tingkat inovasi kawasan

²² Clara, Miron, "Business Environment And Creative Industries In Romania. Romania", *Journal Of Amfiteatru Economic* 17 (Oktober 2015).

merupakan sumber informasi penting bagi perusahaan, dan juga pejabat yang menangani administrasi Kota dan daerah.²³

Wartoyo dalam penelitiannya yang berjudul “*Pemetaan Ekonomi Kreatif dalam Upaya Pengembangan dan Peningkatan Ekonomi Kota Cirebon*”. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut menarik kesimpulan bahwa Ekonomi kreatif di Kota Cirebon dapat dipetakan berdasarkan subsektor ekonomi dan dimana wilayah yang memiliki pelaku ekonomi kreatif paling besar di Kota Cirebon. Sub sektor kuliner merupakan sub sektor paling besar dari jenis ekonomi kreatif lainnya di Kota Cirebon dengan persentase mencapai 42%, disusul kemudian oleh ekonomi Fashion 15%, Ekonomi Kriya, Arsitektur dan Desain Visual masing-masing sebesar 12%. sedangkan untuk wilayah yang paling banyak pelaku ekonomi kreatifnya adalah Kecamatan Kejaksan dengan persentasi mencapai 45,8%, disusul Kecamatan Harjamukti 37%, Kecamatan Pekalipan 25%, Kecamatan Kesambi 10,7% dan Kecamatan Lemahwungkuk 6%. Dari data tersebut maka ekonomi kuliner, Fashion dan Kriya bisa dijadikan sebagai subsektor unggulan untuk Kota Cirebon, sedangkan Kecamatan Kejaksan dan Kecamatan Kesambi bisa dijadikan sebagai pusat ekonomi kreatif yang ada di Kota Cirebon.²⁴

²³ Aneta Karasek. *Human Capital, The Creative Class And Innovation In Polish Regions*. (Polandia : Sklodowska Univeristy, 2013)

²⁴ Wartoyo, *Pemetaan Ekonomi Kreatif dalam Upaya Pengembangan dan Peningkatan Ekonomi Kota Cirebon*. (Cirebon: IAIN syekh Nurjati Cirebon 2017).

Gede agung dalam penelitian yang dilakukan pada tahun 2014 lalu yang berjudul “*Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal*” yang merupakan penelitian tahun pertama dari dua tahun yang direncanakan.²⁵ Populasi penelitian ini merupakan kelompok usaha kecil bidang industri kreatif yang tersebar di seluruh kabupaten di Provinsi Bali. Sampel penelitian diambil secara purposif, didasarkan pada tingkat perkembangan industri kreatif di daerah Bali yaitu maju, sedang berkembang dan baru tumbuh. Data penelitian dikumpulkan melalui studi lapangan, studi dokumen, observasi, angket, dan wawancara, dan selanjutnya dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha industri kreatif di Bali pada umumnya: (1) sangat tergantung pada kemampuan bekerjasama (sinergisitas) dengan pihak terkait, kemampuan merangkaikan ide-ide kreatif, kemampuan mengkaitkan dengan kebutuhan pasar (konteks) dan menciptakan nilai tambah, melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru, memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan budaya, bercirikan kearifan budaya lokal dan alam Bali, memiliki potensi daya tarik wisata untuk dikunjungi, untuk dibeli dan sekaligus dipelajari, (2) mengalami masalah terkait dengan sumber daya insani, (3) iklim dan dukungan dari pihak terkait terhadap usaha industri kreatif cukup baik, (4) mendapat sambutan positif dari masyarakat, namun kurang dalam hal keberlanjutan program, publikasi dan promosi.

²⁵ Gede agung, “*Pengembangan Model Wisata Edukasi –Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Bali*”, seminar nasional risert inovatif II tahun 2014.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah narasi (uraian) atau pernyataan (proposisi) tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan.²⁶ Dalam kerangka pemikiran diuraikan pola pikir peneliti, dalil-dalil, hukum-hukum dan kaidah dari penelitian terdahulu yang kemudian akan ditarik benang merah menurut jalan pikiran peneliti, sehingga membentuk model alur pikir penulis.²⁷ Penelitian ini membahas tentang pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Cirebon yang masih terganjal oleh banyak faktor yang menyebabkan kurang maksimalnya potensi yang didapatkan dari aktifitas UKM ekonomi kreatif tersebut.

Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor. Produksi kreatif yang memiliki kekayaan ekonomi dimana kekayaan tersebut dihasilkan oleh setiap individu-individu yang mempunyai keterampilan serta keahlian sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan.²⁸

Model ekonomi kreatif menurut Howkins secara luas menggariskan 15 industri yang berkontribusi terhadap ekonomi kreatif dengan menghasilkan produk dan layanan kreatif, mulai dari seni hingga sains dan teknologi. Lima belas industri kreatif tersebut diantaranya adalah; Ekonomi Kreatif terdiri

²⁶Muhidin, Ali, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 8.

²⁷Suryana, *Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2010, 20.

²⁸ Bourgeois, Ron, *Creative Economy Literature Review*, Nova Scotia Department of Communities, Culture and Heritage (February 2012), 12.

dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan. desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video.²⁹

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia pada umumnya menggunakan model *triple helix*, model ini menjelaskan pengembangan ekonomi kreatif dipengaruhi oleh hubungan antara tiga unsur yakni pemerintah, swasta (pembisnis) dan intelektual (kampus). Penerapan *triple helix* menarik perhatian pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan mengembangkannya menjadi *quadrupel helix* yaitu dengan menambahkan peran komunitas dan memberi model tersebut dengan sebutan Jabar Masagi.³⁰

Organisasi PBB yang bergerak dalam menangani bagian perdagangan, investasi, pembangunan *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* menyebutkan bahwa potensi yang dihasilkan dengan adanya ekonomi kreatif adalah berupa pertumbuhan dan perkembangan ekonomi sebuah negara seperti ;.

1. Dapat mendorong penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan pendapatan ekspor sambil mempromosikan inklusi sosial, keragaman budaya dan pembangunan manusia.
2. Potensi lain mencakup aspek ekonomi, budaya dan sosial yang berinteraksi dengan teknologi, kekayaan intelektual dan tujuan pariwisata

²⁹ Howkins, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Penguin

³⁰ Rufaidah, Popy. *Branding Strategi Berbasis Ekonomi Kreatif : Triple Helix Vs Quadruple Helix*. Reaserchgate : Universitas Padjadjaran (Juli 2015), 20.

3. Seperangkat kegiatan ekonomi berbasis pengetahuan dengan dimensi pengembangan dan keterkaitan silang pada tingkat makro dan mikro ke ekonomi secara keseluruhan.
4. Pengembangan yang layak untuk inovasi, respons kebijakan multidisiplin dan tindakan antar kementerian.

Pertumbuhan dan pengembangan ekonomi dalam konsep ekonomi Islam bukan dinilai dari sisi kualitas produk yang dihasilkan ataupun kuantitas barang yang diproduksi namun dengan meningkatnya kualitas dan kuantitas barang dan jasa maka meningkat pula kualitas moral setiap individu dalam menggunakan barang tersebut. pengukuran sebuah keberhasilan dalam ekonomi Islam bukan dilihat dari bertambahnya nilai kualitas dan kuantitas barang dan jasa namun diikuti dengan peningkatan kualitas hidup masyarakat baik dari sisi sosial, agama dan masyarakat.³¹

Ekonomi Islam memandang penting terhadap faktor-faktor yang akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi seperti :³²

- a. Sumber daya yang dapat dikelola (*invisibile resources*).
- b. Sumber daya manusia (*human resources*), dan Wirausaha (*entrepreneurship*)
- c. Teknologi (*technology*).

Ekonomi Islam memberikan pemaknaan terhadap pentingnya SDM, dimana makna dari SDM bukan sekedar *khalifah* dimuka bumi lebih dari itu

³¹ Almizan. *Pembangunan Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam -Volume 1,(Juli-Desember 2016), 207.

³²Khursid, Akhmad,*Pembangunan Ekonomi dalam Perspektif Islam, dalam Etika Ekonomi Politik*. (Jakarta: Risalah Gusti, 1997), 20.

SDM adalah seorang *musta'mir*, dimana dapat diartikan sebagai pembangun kemakmuran. Sebagaimana yang tertera dalam potongan (QS. Hud ayat 61)

﴿وَالَّذِي تَثْمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَهِ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنشَأَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَأَسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوا لَهُ ثُمَّ تُوْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ ﴿٦١﴾﴾

Artinya : *Dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara mereka Shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)".(QS. Hud Ayat 61).*

Kata kerja *ista'mara* merupakan ungkapan yang menunjukkan pada kedudukan manusia. Kata kerja ini dibentuk dari kata kerja yang lain, yaitu *عمر* dalam ayat lain seperti QS. Al- Tawbah 9: 17-18. Dalam ayat ini, kata *ya'muru* digandengkan dengan kata *masjid*. Hal ini berarti memakmurkan masjid dengan jalan membangun, memelihara, membersihkan dan *i'tikâf*. Sedangkan QS. Al-Rûm 30: 9 menggunakan kata lampau *'amaru* digandengkan dengan *ardh*. Ini berarti membangun bangunan serta mengelolanya untuk memperoleh manfaat.³³

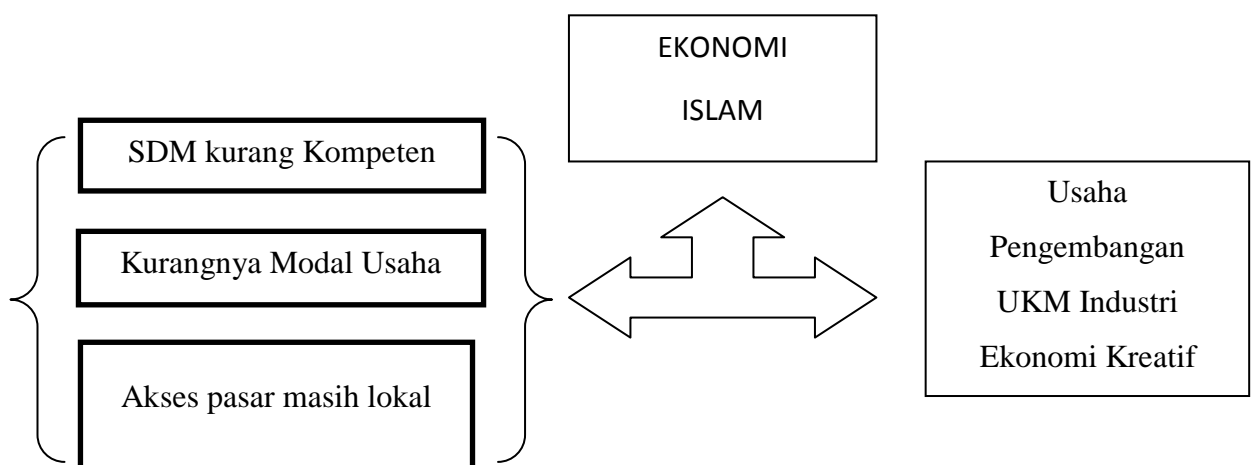
Manusia harus berusaha menciptakan sesuatu dan membangun dari bahan-bahan yang tersedia dengan menggunakan fasilitas yang sudah pula

³³ Zamakhsyari, Abdul Majid, *Ekonomi Dalam Perspektif Alquran*. Jurnal Ahkam, No. 2, (Juli 2016), 256

diberikan kepadanya. Untuk mewujudkannya, Allah Swt. memberikan manusia modal kerja berupa ilmu, sebagaimana diisyaratkan dalam QS. al-Baqarah ayat 31. Ilmu ini dapat melalui pengalaman dan jalur ajaran (wahyu) sehingga tercipta pedoman yang mengatur penyelenggaraan hidup yang baik dengan jaminan keselamatan di alam dunia dan untuk hidup yang lebih baik di hari kemudian yang kekal. Menganalisis pelbagai ayat di atas dipahami bahwa bumi dan seluruh isinya tidaklah dimaksudkan untuk dimiliki oleh sesuatu kaum atau bangsa tertentu melainkan untuk semua jenis manusia. Oleh karena itu adalah hak setiap individu untuk mendapatkan rezekinya di muka bumi ini dengan cara yang baik.³⁴

Kerangka pemikiran ini agar lebih mudah difahami maka peneliti mencoba mengaktualisasikannya dalam bentuk bagan. Adapun bagan yang dimaksud adalah seperti dibawah ini:

Gambar I.1. **Kerangka pemikiran**



³⁴ Rahman, Afazrul, *Hak-Hak Muslim dalam Sistem Ekonomi, dalam Harun Nasution dan Bahtiar Efendi (Ed.), Hak-hak Asasi Manusia dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1987), 192.

Penjelasan bagan diatas :

1. Faktor-faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya UKM di Kota Cirebon diantaranya adalah, kurangnya permodalan, sumberdaya yang kurang kompeten serta akses pasar masih terbatas.
2. Langkah pengembangan ekonomi kreatif sebagai sebuah solusi disesuaikan dengan faktor yang terjadi di lapangan
3. Faktor-faktor yang terjadi di lapangan serta usaha yang digunakan dalam pengembangan industri kreatif dilihat dari perspektif ekonomi Islam

Kerangka Pemikiran dalam tulisan ini dimaksudkan untuk mencari solusi dari faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya ekonomi kreatif di Kota Cirebon dengan menggunakan konsep ekonomi Islam, baik dalam segi penerapan kebijakan pemerintahnya ataupun pelaku usahanya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran dan mempermudah pembahasan maka disusun sistematika penulisan dari karya tulis ini sebagai berikut.

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang permasalahan dalam penelitian ini, serta perumusan masalah, tujuan penelitian hingga manfaat dan sistematika penelitian.

Bab II landasan teori yang diawali dengan menjelaskan secara garis besar teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini dari berbagai referensi agar memperjelas teori dan konsep yang digunakan.

Bab III metode penelitian menjelaskan tentang prose penelitian yang dilakukan di lapangan, metode yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dipelajari sebelumnya serta dijelaskan pada bab sebelumnya, yang mana metode ini meliputi dokumentasi, wawancara serta observasi.

Bab IV pembahasan yaitu menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan berupa hasil wawancara, dokumentasi yang nantinya akan diuraikan dalam bentuk kalimat.

Bab V penutup yaitu akhir dari karya tulis yang berisikan kesimpulan dan saran, kesimpulan yang ditarik adalah hasil dari penelitian yang telah diolah serta saran merupakan masukan dari peneliti terhadap permasalahan yang diteliti.