

EKONOMI KREATIF SEBAGAI IDE BISNIS SYARIAH: TINJAUAN LITERATUR TENTANG PERAN DAN PENGARUHNYA DALAM PEMBENTUKAN BISNIS KREATIF

Bayu Sudrajat¹, Salma Mutinida²

Stai Sufyan Tsauri Majenang^{1,2}

sudrajat195@yahoo.com¹, salmamutianida61@gmail.com²

Abstract

The creative economy has become an increasingly relevant topic in the context of modern business, while also growing awareness of sharia principles in the Muslim world. This article is a literature review which aims to investigate the role and influence of the creative economy in the formation of sharia creative businesses. Through data analysis from various literary sources such as scientific journals, books and articles, this study examines how the creative economy can support innovation, economic diversification and the promotion of Islamic culture in sharia creative businesses. The influence of the creative economy in sectors such as fashion, art, design and media is also analyzed in depth. The results provide insight into how the creative economy can play an important role in combining creativity, innovation and sharia principles to create ethical and competitive creative businesses in Indonesia. In this context, this literature research contributes to understanding the potential of the creative economy which can enrich sharia-based culture and economy in Indonesia.

Keywords: Creative Economy, Culture and Economy, Sharia Business.

Abstrak

Ekonomi kreatif telah menjadi topik yang semakin relevan dalam konteks bisnis modern, sementara juga berkembangnya kesadaran akan prinsip-prinsip syariah di dunia Muslim. Artikel ini merupakan tinjauan literatur yang bertujuan untuk menyelidiki peran dan pengaruh ekonomi kreatif dalam pembentukan bisnis kreatif syariah. Melalui analisis data dari berbagai sumber literatur seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel, studi ini mencermati bagaimana ekonomi kreatif dapat mendukung inovasi, diversifikasi ekonomi, dan promosi budaya Islam dalam bisnis kreatif syariah. Pengaruh ekonomi kreatif dalam sektor-sektor seperti fashion, seni, desain, dan media juga dianalisis secara mendalam. Hasilnya memberikan wawasan tentang bagaimana ekonomi kreatif dapat memainkan peran penting dalam menggabungkan kreativitas, inovasi, dan prinsip-prinsip syariah untuk menciptakan bisnis kreatif yang etis dan berdaya saing di Indonesia. Dalam konteks ini, penelitian literatur ini memberikan kontribusi untuk memahami potensi ekonomi kreatif yang dapat memperkaya budaya dan ekonomi berbasis syariah di Indonesia.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Budaya dan Ekonomi, Bisnis Syariah

A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi global saat ini menjadi saksi perubahan paradigma bisnis yang signifikan. Dalam era globalisasi yang semakin kuat dan kemajuan teknologi yang tak kenal batas, konsep ekonomi kreatif telah tumbuh menjadi semakin relevan dalam dunia bisnis modern. Ekonomi kreatif membentuk suatu ekosistem bisnis yang menitikberatkan pada produksi, distribusi, dan pemasaran berbagai produk dan layanan yang mengedepankan nilai-nilai kreativitas, budaya, dan inovasi. Konsep ini bukan hanya sekadar tren, tetapi telah mendapatkan perhatian global sebagai sumber potensial pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang signifikan.

Kebermaknaan ekonomi kreatif tidak hanya tercermin dalam potensinya untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi. Nilai-nilai yang diusungnya, termasuk kreativitas, keberagaman budaya, serta inovasi, juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas bisnis dan budaya. Salah satu perkembangan yang signifikan dalam dunia bisnis, terutama yang melibatkan aktivitas ekonomi kreatif, adalah peningkatan perhatian terhadap prinsip-prinsip syariah (Rakib, 2017).

Prinsip-prinsip syariah merujuk pada kerangka etis yang mendasari bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam, yang mencakup etika, keadilan, moralitas, dan kepatuhan terhadap hukum Islam. Konsep ini bukan hanya terkait dengan aspek keuangan, tetapi juga meliputi berbagai dimensi bisnis lainnya. Dalam konteks bisnis, prinsip-prinsip syariah menekankan larangan terhadap riba (bunga), perjudian, alkohol, daging babi, serta produk dan layanan yang bertentangan dengan etika Islam. Namun, tantangan yang muncul adalah bagaimana menggabungkan konsep ekonomi kreatif yang menghargai kreativitas dan inovasi dengan prinsip-prinsip etis ini (Fauzan, 2013).

Ekonomi kreatif dan prinsip-prinsip syariah adalah dua konsep yang semakin menunjukkan keterkaitannya dalam dunia bisnis kontemporer. Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana konsep ekonomi kreatif dapat diadaptasi untuk mencakup prinsip-prinsip syariah, dan sebaliknya, bagaimana nilai-nilai syariah dapat memengaruhi perkembangan ekonomi kreatif (Sugiarto, 2023).

Sebagai contoh, sektor industri hiburan seperti film, musik, dan seni seringkali mencerminkan nilai-nilai budaya dan moral dalam karya-karya mereka, yang dapat selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Di sisi lain, sektor periklanan yang seringkali berfokus pada produk konsumen harus menemukan cara kreatif untuk memasarkan produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam.

Artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara ekonomi kreatif dan prinsip-prinsip syariah, serta bagaimana hubungan ini dapat membentuk bisnis kreatif yang lebih etis dan berkelanjutan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang interaksi antara kedua konsep ini, kita dapat membuka jalan bagi pertumbuhan bisnis kreatif yang lebih sejalan dengan nilai-nilai budaya dan agama dalam lingkungan ekonomi global yang terus berubah.

B. Meode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*library research*). Metode penelitian yang digunakan dalam studi kepustakaan ini melibatkan pencarian dan analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik "Ekonomi Kreatif sebagai Ide Bisnis Syariah." Penelitian ini dimulai dengan identifikasi sumber-sumber literatur seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan penelitian terkait yang dapat memberikan wawasan tentang peran dan pengaruh ekonomi kreatif dalam pembentukan bisnis kreatif syariah. Selanjutnya, data-data yang ditemukan dari berbagai sumber tersebut dianalisis secara sistematis dengan memperhatikan tema-tema utama yang muncul, kesimpulan yang dihasilkan oleh peneliti, serta perbandingan antara berbagai penelitian. Metode studi kepustakaan ini bertujuan untuk memahami landasan teoritis dan temuan empiris yang telah ada dalam literatur, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian ini dan memandu pengembangan pengetahuan dalam konteks ekonomi kreatif syariah.

C. Teknik Analisa Data

Tekhnik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan (Sugiyono, 2017). Analisis data dalam penelitian ini melibatkan penelaahan secara mendalam terhadap berbagai sumber literatur yang relevan. Data yang dikumpulkan dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan penelitian terkait telah diidentifikasi, dikelompokkan berdasarkan tema, dan kemudian dianalisis untuk mengungkap peran dan pengaruh ekonomi kreatif dalam pembentukan bisnis kreatif syariah. Dalam proses analisis ini, kesimpulan dan temuan dari berbagai sumber literatur dievaluasi, pola dan tren yang muncul diidentifikasi, serta perbandingan penelitian yang berbeda diperhatikan. Hasil analisis ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana ekonomi kreatif memengaruhi bisnis kreatif syariah di Indonesia, serta implikasinya terhadap perkembangan bisnis berbasis syariah dan potensi ekonomi dalam konteks nilai-nilai Islam.

D. Landasan Teori

Untuk menguatkan hasil penelitian ini, maka peneliti mereview dari beberapa penelitian yang terdahulu, yaitu penelitian Sri Wahyuningsih, Dede Satriani dalam jurnalnya yang berjudul *PENDEKATAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI (Studi Kasus Di Desa Pedekik)*. Penelitian ini membahas ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi yang utama dalam kegiatan ekonomi. Maka dari itu, ide adalah faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat mempengaruhi perekonomian di Indonesia karena SDM yang ada di Indonesia selalu mempunyai ide yang baru. Sehingga pada sektor ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan ekonomi yang dapat dilihat dari Produk Domestik Bruto atau PDB (Sri Wahyuningsih, 2019).

Selanjutnya penelitian Rafika Azwina, Atika, Budi Dharma, dalam jurnalnya yang berjudul *Peran Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Medan*, menunjukkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sektor kerajinan adalah sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja dan ekonomi kreatif dapat meningkatkan pendapatan pelaku industri kreatif. Dalam pengelolaan usaha industri kreatif telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam karena mereka tidak hanya mencarikan keuntungan saja tetapi juga menjalankan aspek spiritualnya serta memberikan manfaat bagi konsumen dan tidak ada yang merasa dirugikan (Rafika Azwina, 2023).

E. Pembahasan

1. Definisi dan Konsep Dasar Ekonomi Kreatif

Kementrian Perdagangan mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai era baru yang mengintensikan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari sumberdaya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya (M. Chatib Basri, 2012). Menurut Valentine Siagian ekonomi kreatif merupakan proses penciptaan, kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa, yang dalam prosesnya membutuhkan kreativitas dan kemampuan intelektual (Valentine Siagian, 2020).

Ekonomi kreatif secara konsep ekonomi kreatif diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 yang dalam bukunya berjudul *“creative economy, how people make money from ideas”*. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif merupakan sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan pada masa depan. Dalam proses nilai penciptaan nilai tambah berdasarkan kreativitas, budaya, dan lingkungan yang dimana memberikan nilai tambah pada suatu perekonomian. Yang intinya produktivitas yang bersumber dari orang-orang kreatif dengan menganalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang dimilikinya (Ari Muliarta Ginting, 2017).

Jadi Ekonomi kreatif pada hakikatnya merupakan kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang

baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Dalam konteks ekonomi, kreativitas menunjukkan suatu formulasi ide-ide baru dengan menerapkannya ide-ide baru tersebut untuk menghasilkan pekerjaan-pekerjaan yang berasal dari produk-produk seni dan budaya, kreasi-kreasi yang berfungsi, penemuan ilmu pengetahuan, dan penerapan teknologi (Suryana, 2013).

2. Bidang-Bidang Ekonomi Kreatif

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), dalam buku Pengembangan Industri Kreatif 2025, jenis ekonomi kreatif dibagi menjadi 14 sektor industri atau ekonomi kreatif, antara lain (Pangestu, 2008):

a. Periklanan

Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan jasa periklanan (komunikasi satu arah menggunakan medium tertentu), mencakup proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, seperti riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan delivery advertising materials atau sampel, serta penyewaan kolom untuk iklan.

b. Arsitektur

Arsitektur adalah seni dan ilmu merancang dan membangun struktur fisik yang mencakup rumah, gedung, jembatan, dan ruang-ruang publik lainnya. Ini bukan hanya tentang menciptakan bangunan yang fungsional, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan yang estetis, berkelanjutan, dan dapat memenuhi kebutuhan manusia. Arsitek, sebagai pemimpin dalam disiplin ini, menggabungkan pengetahuan teknis dengan kreativitas dalam merancang ruang-ruang yang menginspirasi dan memfasilitasi kehidupan manusia. Arsitektur mencerminkan nilai budaya, sosial, dan teknologi dari suatu periode dan tempat, dan perannya dalam menciptakan kualitas kehidupan di seluruh dunia sangat penting. Dengan perubahan dinamis dalam teknologi dan tantangan lingkungan yang berkembang,

arsitektur juga menjadi bidang yang semakin berfokus pada berkelanjutan, efisiensi energi, dan respons terhadap perubahan iklim global.

c. Pasar Barang Seni

Pasar barang seni adalah lingkungan yang kompleks dan dinamis di mana karya seni dan objek seni diperdagangkan, dilelang, dan diperoleh. Ini mencakup berbagai bentuk seni, termasuk lukisan, patung, fotografi, kerajinan tangan, dan karya seni lainnya. Pasar barang seni juga mencakup berbagai pelaku, mulai dari seniman, galeri seni, lelang rumah, kolektor, dan investor seni. Dalam pasar ini, karya seni sering menjadi investasi yang signifikan, dengan harga yang bisa mencapai jutaan atau bahkan miliaran dolar. Tren, citra merek, dan reputasi seniman dan galeri memainkan peran penting dalam menentukan nilai dan permintaan suatu karya seni. Selain itu, aspek hukum dan etika, seperti hak cipta, provenans, dan pemalsuan, juga menjadi perhatian utama dalam pasar barang seni yang berkembang pesat ini.

d. Kerajinan (Handicraft)

Kerajinan, atau yang dikenal juga sebagai handicraft, adalah proses pembuatan objek atau barang dengan tangan menggunakan berbagai bahan seperti kertas, kayu, logam, kain, dan lainnya. Ini melibatkan keahlian tangan dan kreativitas dalam merancang, mengukir, merajut, melukis, atau membuat objek-objek seni yang unik dan sering kali memiliki nilai estetis yang tinggi. Kerajinan bukan hanya tentang pembuatan barang-barang yang indah secara visual, tetapi juga merupakan wujud dari warisan budaya dan tradisi lokal. Banyak kerajinan menggabungkan teknik tradisional dengan elemen-elemen modern, dan pasar untuk kerajinan tangan terus berkembang dengan permintaan dari orang-orang yang menghargai kualitas, orisinalitas, dan cerita di balik setiap karya seni yang dibuat secara manual. Kerajinan juga memainkan peran penting dalam menjaga dan mewarisi budaya dan keterampilan tradisional di berbagai masyarakat di seluruh dunia.

e. Desain

Desain adalah sebuah disiplin yang luas dan merentang di berbagai sektor, dari desain grafis hingga desain produk, arsitektur, dan lebih banyak lagi. Pada dasarnya, desain melibatkan proses kreatif dalam merencanakan, mengembangkan, dan menciptakan solusi visual atau fungsional yang memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu. Ini mencakup pemilihan elemen-elemen seperti bentuk, warna, tekstur, dan tata letak untuk menciptakan produk atau lingkungan yang estetik, ergonomis, dan berfungsi dengan baik. Desain bukan hanya tentang penampilan visual, tetapi juga mengenai pengalaman pengguna, efisiensi, dan inovasi. Kemampuan desainer untuk memahami tantangan, memecahkan masalah, dan berpikir kreatif merupakan aset berharga dalam berbagai industri, dan desain memiliki peran penting dalam memengaruhi cara kita berinteraksi dengan dunia sekitar kita.

f. Fashion

Fashion adalah ekspresi pribadi yang berpusat pada pakaian, aksesoris, dan gaya berpakaian. Ini mencerminkan tren dan preferensi budaya yang berubah seiring waktu dan mencakup beragam gaya, mulai dari busana sehari-hari hingga haute couture. Industri fashion melibatkan desainer, produsen, pengecer, dan konsumen yang memainkan peran penting dalam menciptakan dan mengadopsi mode. Fashion bukan hanya tentang penampilan, tetapi juga tentang identitas, ekspresi diri, dan budaya. Ini mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi dengan dunia dan seringkali mencerminkan perubahan sosial, politik, dan ekonomi. Fashion juga memiliki dampak besar pada lingkungan, dan pemahaman akan dampak berkelanjutan semakin menjadi fokus dalam industri ini.

g. Film, Video dan Fotografi

Film, video, dan fotografi adalah bentuk seni visual yang memengaruhi dan memikat audiens dengan cara yang unik. Film adalah medium naratif yang menggabungkan gambar bergerak, suara, dan pengarahan untuk menciptakan cerita yang mendalam dan berkesan. Ini memiliki kemampuan untuk memengaruhi emosi dan pemikiran penonton

melalui perpaduan visual dan audio. Video adalah bentuk media elektronik yang semakin populer dalam era digital, memungkinkan siapa saja untuk menjadi produser video dengan peralatan yang terjangkau. Ini mencakup berbagai genre, mulai dari video musik hingga dokumenter dan vlog pribadi. Fotografi adalah seni menangkap gambar diam yang berbicara lebih dari seribu kata. Ini memungkinkan kita untuk mengabadikan momen berharga, mengungkapkan emosi, dan menceritakan cerita dalam satu gambar. Ketiganya, film, video, dan fotografi, adalah alat penting dalam ekspresi kreatif, komunikasi, dokumentasi, dan hiburan yang memainkan peran utama dalam budaya visual kita.

Ketiganya, film, video, dan fotografi, adalah alat komunikasi yang kuat dan kreatif yang memungkinkan kita untuk berbagi pengalaman, menyampaikan pesan, dan menggambarkan dunia di sekitar kita dengan berbagai cara yang unik. Mereka terus berkembang seiring teknologi dan budaya, menjadi sumber inspirasi, hiburan, dan pengetahuan yang tak ternilai harganya dalam kehidupan kita sehari-hari.

h. Permainan Interaktif

Permainan edukatif adalah alat pendidikan yang efektif dan menyenangkan yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam berbagai subjek dan konteks pembelajaran. Mereka menyatukan unsur-unsur permainan dan pendidikan untuk menciptakan pengalaman belajar yang menarik, interaktif, dan efisien. Dalam permainan edukatif, siswa seringkali terlibat dalam pemecahan masalah, pengambilan keputusan, dan eksplorasi konsep-konsep penting, sambil tetap terlibat dalam aktivitas yang menghibur. Permainan ini dapat beragam, mulai dari permainan papan tradisional hingga aplikasi mobile, simulasi komputer, atau bahkan permainan dalam lingkungan fisik. Mereka dapat digunakan di berbagai tingkatan pendidikan, dari anak-anak prasekolah hingga perguruan tinggi, untuk memperkuat pemahaman konsep, membangun keterampilan, dan merangsang minat dalam belajar. Permainan edukatif juga memiliki potensi untuk mengintegrasikan teknologi, imersi, dan adaptasi personalisasi dalam pembelajaran,

menjadikannya alat yang penting dalam transformasi pendidikan abad ke-21.

i. Musik

Musik adalah bahasa universal yang mengungkapkan perasaan, emosi, dan pengalaman manusia melalui suara dan ritme. Ini mencakup berbagai jenis genre, dari klasik hingga pop, rock, hip-hop, jazz, dan banyak lagi. Musik memiliki kekuatan untuk menginspirasi, menghibur, dan menghubungkan orang dari berbagai budaya dan latar belakang. Ini adalah ekspresi seni yang kuat yang memungkinkan seniman untuk berbagi kreativitas mereka, serta menyampaikan pesan sosial, politik, dan pribadi. Dalam konteks pendidikan, musik juga memiliki peran penting dalam pengembangan keterampilan kognitif, kreativitas, dan emosi. Dari alat musik tradisional hingga produksi musik modern menggunakan teknologi digital, musik terus berkembang dan menghadirkan pengalaman mendalam yang memengaruhi kehidupan kita sehari-hari.

j. Seni Pertunjukan

Seni pertunjukan adalah bentuk ekspresi seni yang melibatkan penampilan langsung oleh seniman di depan audiens. Ini mencakup berbagai disiplin, seperti teater, tari, musik, opera, seni sirkus, dan berbagai bentuk pertunjukan lainnya. Seni pertunjukan adalah medium yang kuat untuk menyampaikan cerita, emosi, dan pesan, serta merangsang perasaan dan refleksi dalam audiens. Penampilan seni ini melibatkan persiapan yang intensif dan kolaborasi antara seniman, sutradara, musisi, dan kru teknis. Pertunjukan seni tidak hanya menciptakan hiburan, tetapi juga merupakan wadah untuk eksplorasi budaya, identitas, dan isu-isu sosial. Seni pertunjukan adalah cara yang kuat untuk merayakan keanekaragaman budaya dan merangsang pemikiran kritis, menjadikannya salah satu bentuk seni yang paling mempengaruhi dan mendalam dalam budaya kita.

k. Penerbitan dan Percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan

perangko, material, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan, foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

l. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras serta desain portal termasuk perawatannya.

m. Radio dan Televisi

Radio dan televisi adalah dua media penyiaran yang memiliki pengaruh yang signifikan dalam menyebarkan informasi, hiburan, dan budaya di seluruh dunia. Radio adalah media suara yang telah hadir sejak awal abad ke-20 dan terus menjadi sumber berita, musik, dan program acara yang mendengung hingga saat ini. Ini memberikan kemampuan untuk menciptakan citra mental dan menghadirkan narasi yang kuat. Televisi, di sisi lain, adalah medium visual yang menggabungkan gambar bergerak dengan suara, memungkinkan pemirsa untuk secara langsung melihat dan mendengar apa yang terjadi. Televisi memiliki daya tarik yang kuat dalam hal hiburan dan pembelajaran, serta berperan dalam membentuk budaya populer dan opini publik. Baik radio maupun televisi telah mengalami transformasi besar dengan kemajuan teknologi digital, memungkinkan lebih banyak konten yang dapat diakses secara online dan interaksi dengan audiens yang lebih besar. Keduanya tetap menjadi sumber berita utama, hiburan, dan informasi dalam kehidupan kita, menjembatani kesenangan dan pemahaman dunia yang lebih luas.

n. Riset dan Pengembangan

Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan

pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar ternasuk yang berhubungan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

3. Pengembangan Ide Bisnis Kreatif

Dalam mengembangkan ide bisnis kreatif, ada beberapa langkah penting yang perlu diikuti. Pertama-tama, tentukan dengan jelas tujuan bisnis yang ingin dicapai. Ini adalah fondasi dari seluruh perjalanan bisnis yang akan datang. Setelah itu, langkah kedua adalah melakukan riset yang menyeluruh tentang pasar, pelanggan potensial, dan kompetitor. Dengan pemahaman yang mendalam tentang tren dan peluang yang ada, Anda dapat merancang strategi yang lebih baik (Darwin, 2022).

Tahap berikutnya adalah mempelajari kompetitor. Dengan memahami strategi dan kelemahan pesaing, Anda dapat mengembangkan keunggulan kompetitif yang membedakan bisnis Anda. Kemudian, gunakan kreativitas Anda untuk menghasilkan ide-ide baru yang relevan, inovatif, unik, dan fokus. Ide-ide ini harus mencerminkan visi dan tujuan bisnis yang telah ditentukan.

Langkah penting selanjutnya adalah memberikan pemahaman pada karyawan. Tim yang memahami visi dan tujuan bisnis akan lebih efektif dalam menjalankan rencana. Tetapkan tujuan yang jelas untuk bisnis dan buat perencanaan bisnis yang matang, termasuk aspek finansial, konsep bisnis, dan sumber daya yang diperlukan.

Selanjutnya, tingkatkan kualitas sumber daya manusia dan infrastruktur yang ada untuk mendukung pengembangan ide bisnis. Terus berinovasi dalam mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan, serta jalin hubungan yang baik dengan mitra bisnis, pemasok, dan pelanggan untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

Akhirnya, lakukan penilaian dan evaluasi secara berkala terhadap kinerja bisnis. Ini akan membantu Anda mengetahui keberhasilan dan perluasan ide bisnis yang telah dikembangkan. Dalam mengembangkan ide bisnis kreatif, penting untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar, serta

mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, diharapkan ide bisnis kreatif yang ada dapat direalisasi dan mencapai tujuan serta target yang telah ditetapkan.

4. Analisis Pasar dan Peluang Dalam Ekonomi Kreatif

Dalam ekonomi kreatif, analisis pasar dan peluang sangat penting untuk mengidentifikasi segmen pasar yang potensial. Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam analisis pasar dan peluang di antaranya (Barantum, 2023):

a. Mengamati Kebutuhan Konsumen

Mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat membantu dalam menentukan produk atau layanan yang dapat menarik mereka sebagai pelanggan tetap. Analisis usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, pendapatan, dan status sosial konsumen juga dapat digunakan untuk memperkirakan potensi beli mereka terhadap produk yang ditawarkan.

b. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang luas menjadi kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang serupa. Dengan melakukan segmentasi pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi segmen yang paling potensial dan mengalokasikan sumber daya dan anggaran pemasaran secara efektif.

c. Menentukan Target Pasar Secara Spesifik

Setelah melakukan segmentasi pasar, perusahaan perlu menentukan target pasar yang lebih spesifik. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penentuan target pasar antara lain lokasi, demografi calon konsumen, dan kebiasaan calon konsumen. Mengetahui faktor-faktor ini akan membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, efisien, dan efektif.

d. Mencermati Persaingan Pasar

Memahami persaingan pasar dan bagaimana kompetitor menawarkan produk yang serupa dapat membantu perusahaan dalam menciptakan atau mengembangkan produk terbaik dan berbeda dari yang

lain. Hal ini juga dapat memberikan peluang untuk memenangkan hati pelanggan agar membeli produk perusahaan.

e. Berkomunikasi Dengan Pelanggan

Hubungan dan komunikasi yang baik dengan pelanggan dapat membantu perusahaan dalam mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dan menghadirkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan secara mendalam dalam setiap segmen, perusahaan dapat melihat celah pasar yang belum dimanfaatkan atau permintaan yang belum terpenuhi.

5. Strategi Pemasaran dan Promosi Yang Kreatif

Strategi pemasaran dan promosi yang kreatif adalah pendekatan yang penting dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif. Ini melibatkan penggunaan ide-ide dan pendekatan yang tidak konvensional untuk memasarkan produk atau layanan kepada target pasar. Salah satu tujuannya adalah untuk menciptakan kesan yang kuat dan tak terlupakan di antara konsumen, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Asti Nur Aryanti, 2023). Dalam era digital dan media sosial, strategi pemasaran kreatif menjadi semakin relevan karena perubahan pola konsumsi dan pengaruh teknologi terhadap perilaku konsumen.

Strategi ini dapat mencakup berbagai elemen, seperti iklan yang inovatif, kampanye konten yang kreatif, penggunaan media sosial dengan cerdas, kolaborasi dengan influencer, atau bahkan penyelenggaraan acara promosi yang unik (Isnawati, 2022). Keberhasilan strategi pemasaran yang kreatif seringkali terletak pada kemampuan untuk menangkap perhatian dan minat konsumen dalam cara yang berbeda dan menarik. Selain itu, pendekatan ini juga dapat menciptakan daya tarik merek yang kuat, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan membedakan sebuah perusahaan dari pesaingnya.

Namun, strategi pemasaran dan promosi yang kreatif juga dapat menjadi tantangan, karena risiko yang terkait dengan eksperimen dan ide-ide yang berisiko. Oleh karena itu, perencanaan yang matang, pemahaman yang mendalam tentang target pasar, serta pemantauan dan analisis hasil kampanye

sangat penting. Terlebih lagi, dalam konteks global, strategi pemasaran yang kreatif juga harus mempertimbangkan aspek budaya, sosial, dan etika untuk memastikan pesan yang disampaikan tidak menyinggung atau bertentangan dengan nilai-nilai masyarakat (Asti Nur Aryanti, 2023).

Dengan kata lain, strategi pemasaran dan promosi yang kreatif adalah alat penting dalam mencapai kesuksesan bisnis, menghadapi persaingan, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Dengan penggunaan ide-ide yang segar, berani, dan inovatif, perusahaan dapat membangun citra merek yang kuat, mencapai penetrasi pasar yang lebih baik, dan meraih kesuksesan yang berkelanjutan.

6. Aspek Hukum dan Etika Dalam Bisnis Kreatif

Aspek hukum dan etika dalam bisnis kreatif, khususnya dalam industri perfilman nasional, memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan dan keberhasilan industri tersebut. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam konteks ini adalah (Wijiharjono, 2012):

a. Produk Bajakan

Dari segi hukum dan etika bisnis, produk bajakan merupakan masalah yang sering terjadi dalam industri perfilman nasional. Produk bajakan dapat merugikan industri tersebut dan melanggar hak kekayaan intelektual. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan aspek hukum dan etika dalam produksi, distribusi, dan eksibisi film.

b. Kualitas dan Penerimaan Pasar

Meskipun kualitas film yang berkualitas secara artistik dan sinematik tidak serta merta berkorelasi dengan penerimaan pasar, tetapi dalam industri perfilman nasional, perhatian terhadap distribusi dan eksibisi film yang berkualitas masih kurang. Hal ini dapat diperbaiki dengan memperhatikan aspek hukum dan etika dalam distribusi dan eksibisi film.

c. Perubahan Lingkungan Bisnis

Dalam konteks teknologi informasi, perubahan lingkungan bisnis, terutama dalam industri perfilman nasional, dapat memiliki implikasi yang signifikan dalam aspek hukum dan etika bisnis. Perkembangan teknologi informasi dapat mempengaruhi pasar film nasional, dan oleh karena itu,

penting untuk memperhatikan aspek hukum dan etika dalam menghadapi perubahan ini

d. Etika Bisnis

Etika bisnis juga merupakan aspek penting dalam bisnis kreatif. Etika bisnis dapat diartikan sebagai peraturan tidak tertulis sebagai landasan norma dan perilaku yang harus dipatuhi oleh seluruh lapisan dalam perusahaan/bisnis. Dengan menjalankan etika bisnis yang baik, sebuah perusahaan bisa mendapat nilai dan kepercayaan lebih dari masyarakat, negara, dan bahkan kompetitornya.

7. Peran Ekonomi Kreatif dalam Bisnis Syariah

Ekonomi kreatif ini memiliki peran penting dalam bisnis syariah yaitu mendorong perkembangan ekonomi syariah. Ekonomi kreatif berbasis syariah dapat menjadi salah satu sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi kreatif, bisnis syariah dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara. Berikut peran ekonomi kreatif dalam bisnis syariah (Rekha, 2021):

a. Menggerakkan Inovasi dan Kreativitas

Menggerakkan inovasi dan kreativitas adalah salah satu elemen kunci dalam mencapai pertumbuhan berkelanjutan dalam berbagai sektor, termasuk bisnis, teknologi, dan industri. Hal ini melibatkan upaya untuk menginspirasi, mendukung, dan mendorong individu, tim, atau organisasi untuk berpikir di luar batas konvensional, menciptakan solusi yang baru, dan mengembangkan ide-ide inovatif. Inovasi dan kreativitas seringkali menjadi mesin utama dalam menghadirkan produk baru, layanan yang lebih efisien, dan proses bisnis yang lebih baik. Ini menciptakan nilai tambah yang signifikan, meningkatkan daya saing, dan membantu organisasi untuk tetap relevan dalam lingkungan yang terus berubah. Mendorong inovasi dan kreativitas melibatkan menciptakan budaya kerja yang mendukung eksperimen dan pengambilan risiko yang terkendali, memberikan sumber daya yang cukup untuk penelitian dan pengembangan, serta menciptakan lingkungan yang memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran ide. Dengan

menggerakkan inovasi dan kreativitas, individu dan organisasi dapat mencapai tingkat pencapaian yang lebih tinggi, mengatasi tantangan baru, dan membawa perubahan positif dalam berbagai aspek kehidupan dan industri.

b. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah sebuah langkah strategis yang sangat penting dalam mencapai kesuksesan organisasi, pertumbuhan ekonomi, dan kemajuan sosial. Ini melibatkan upaya untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas individu melalui pendidikan, pelatihan, dan pengembangan profesional. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia memiliki banyak manfaat, termasuk peningkatan produktivitas, inovasi, dan kreativitas dalam berbagai sektor ekonomi. Selain itu, sumber daya manusia yang berkualitas tinggi juga dapat menjadi aset berharga dalam menjawab tantangan dan perubahan yang cepat dalam lingkungan bisnis dan teknologi. Upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia mencakup investasi dalam pendidikan, pelatihan teknis, pengembangan kepemimpinan, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan individu. Dengan memiliki sumber daya manusia yang kompeten dan terampil, sebuah organisasi atau negara dapat mencapai keunggulan kompetitif, mengatasi masalah kompleks, dan memberikan nilai tambah yang signifikan dalam masyarakat.

c. Memperluas Pasar Dan Jangkauan Bisnis

Memperluas pasar dan jangkauan bisnis adalah strategi yang penting dalam dunia bisnis yang semakin global dan terhubung. Hal ini melibatkan upaya untuk mengekspansi bisnis ke wilayah-wilayah baru atau mencari pelanggan potensial di pasar yang belum dieksplorasi sebelumnya. Memperluas pasar bisa melibatkan ekspansi geografis, seperti menjual produk atau layanan ke negara-negara atau kota-kota yang belum terjangkau sebelumnya. Selain itu, memperluas jangkauan bisnis juga bisa berarti mencari segmen pasar yang baru atau menawarkan produk yang lebih beragam untuk mencapai audiens yang lebih luas. Upaya ini bertujuan

untuk menciptakan peluang pertumbuhan baru, mengurangi risiko dari terlalu bergantung pada satu pasar, dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Dengan memperluas pasar dan jangkauan bisnis, perusahaan dapat menjelajahi potensi pasar yang lebih besar, meningkatkan daya saing, dan mencapai keberlanjutan dalam pertumbuhan bisnisnya.

d. Mengintegrasikan Sektor Ekonomi

Mengintegrasikan sektor ekonomi adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh suatu negara atau wilayah untuk menggabungkan dan menyatukan berbagai sektor ekonomi yang berbeda dalam rangka mencapai tujuan ekonomi yang lebih besar. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Integrasi sektor ekonomi berarti bahwa berbagai sektor seperti manufaktur, pertanian, teknologi, dan layanan bekerja bersama-sama, saling mendukung, dan berkolaborasi. Ini dapat mencakup pembentukan rantai pasokan yang lebih efisien, penggunaan sumber daya yang lebih optimal, pengembangan infrastruktur yang lebih baik, serta peningkatan peluang bisnis dan daya saing di pasar global. Selain itu, integrasi sektor ekonomi juga dapat membantu dalam mengatasi masalah fragmentasi dan isolasi sektor-sektor ekonomi yang seringkali menghambat pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Meskipun tantangannya besar dan memerlukan koordinasi yang baik, integrasi sektor ekonomi dapat membawa dampak positif yang signifikan bagi perekonomian suatu negara atau wilayah, termasuk peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja baru.

Dengan mengintegrasikan sektor-sektor ini, bisnis syariah dapat memanfaatkan potensi yang ada dalam ekonomi kreatif untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnis syariah secara keseluruhan.

8. Pengaruh Ekonomi Kreatif dalam Pembentukan Bisnis Kreatif Syariah

Pengaruh ekonomi kreatif dalam pembentukan bisnis kreatif syariah adalah fenomena yang mencakup beragam aspek penting yang dapat mengubah lanskap bisnis dan ekonomi di Indonesia. Pertama-tama, konsep inovasi dan kreativitas yang menjadi fokus utama ekonomi kreatif memiliki

peran kunci dalam membantu pengusaha Muslim mengembangkan produk dan layanan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah. Inovasi dalam desain, teknologi, dan proses bisnis dapat digunakan untuk menciptakan solusi yang lebih sesuai dengan hukum Islam, seperti produk keuangan syariah, platform e-commerce yang sesuai dengan syariah, atau bahkan teknologi untuk memastikan kepatuhan dalam rantai pasokan yang melibatkan produk makanan halal (Yuningsih, 2019). Dengan demikian, ekonomi kreatif membuka peluang untuk menghadirkan produk dan layanan yang lebih ramah syariah kepada konsumen Muslim.

Kedua, ekonomi kreatif juga berperan dalam diversifikasi ekonomi di masyarakat Muslim. Terlalu sering, ekonomi masyarakat Muslim mungkin terkonsentrasi dalam sektor-sektor tertentu yang tidak selalu mematuhi prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif menyediakan peluang untuk menciptakan bisnis yang lebih beragam, mencakup seni, desain, musik, periklanan, dan sektor-sektor lainnya yang dapat mempekerjakan individu dan membantu mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor yang mungkin memiliki masalah etika atau hukum (Istiqomah, 2013).

Ketiga, bisnis kreatif syariah juga memiliki potensi untuk mempromosikan budaya dan identitas Islam melalui seni, desain, dan media yang sah dan bermanfaat. Melalui seni visual, musik, dan desain, bisnis kreatif syariah dapat membantu dalam menyebarkan pesan-pesan positif dan edukatif yang berkaitan dengan Islam (Istiqomah, 2013). Ini juga dapat berkontribusi pada penciptaan produk-produk yang mencerminkan identitas Islam dengan bangga, memperkaya kekayaan budaya dan seni Indonesia yang berakar dalam nilai-nilai agama Islam.

F. Kesimpulan

Dari tinjauan literatur yang telah dilakukan mengenai "Ekonomi Kreatif sebagai Ide Bisnis Syariah," dapat ditarik beberapa kesimpulan penting. Pertama, ekonomi kreatif adalah konsep yang semakin relevan dalam dunia bisnis modern yang terus berubah. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, ekonomi kreatif menawarkan potensi besar untuk menggabungkan nilai-

nilai kreativitas, budaya, dan inovasi dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini terutama terlihat dalam sektor-sektor seperti fashion, seni, desain, dan media yang semakin mengadopsi prinsip syariah dalam proses bisnis mereka.

Kedua, peran ekonomi kreatif dalam pembentukan bisnis kreatif syariah tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang signifikan, tetapi juga berperan dalam mempromosikan budaya dan identitas Islam melalui seni, desain, dan media yang sah dan bermanfaat. Dalam konteks Indonesia, hal ini memperkaya kekayaan budaya dan seni yang berakar dalam nilai-nilai agama Islam. Pentingnya penelitian dan studi literatur dalam topik ini adalah untuk memahami lebih dalam bagaimana ekonomi kreatif dapat diintegrasikan dengan prinsip-prinsip syariah. Referensi-referensi yang bersumber dari peneliti Indonesia memberikan wawasan yang berharga tentang cara-cara pengembangan bisnis kreatif syariah yang sukses dan berkesinambungan. Dengan demikian, ekonomi kreatif bukan hanya merupakan ide bisnis yang menjanjikan, tetapi juga memiliki potensi besar dalam memperkaya budaya, identitas, dan ekonomi berbasis syariah di Indonesia, sehingga perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut dan implementasi praktis dalam bisnis kreatif syariah diperlukan untuk meraih potensi penuh dari konsep ini.

Daftar Pustaka

- Ari Mulianta Ginting, E. R. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*, . Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Asti Nur Aryanti, P. P. (2023). Industri Kreatif Unggul Melalui Strategi Inovasi Dan Pentahelix Collaboration: Langkah Pemulihan Bisnis Di Covid-19. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen, Volume. 19 Issue 1 (2023)* , 163-177.
- Barantum. (2023, Juli 21). *Apa itu Segmentasi Pasar? Tujuan, Manfaat, Syarat & Contoh*. Retrieved from <https://www.barantum.com/blog/segmentasi-pasar/>
- Darwin. (2022, Oktober 31). *8 Langkah-Langkah Pengembangan Ide dan Peluang Usaha Bisnis*. Retrieved from <https://www.julo.co.id/blog/langkah-langkah-pengembangan-ide-dan-peluang-usaha>
- Fauzan. (2013). PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BERBISNIS (Studi pada RM. Padang di Kota Malang). *JMK, VOL. 15, NO. 1, MARET 2013*, 53-64 .
- Isnawati, S. I. (2022). VIRAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL. *JIBAKU: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, Vol 2 (No 1) Januari 2022*, 42.
- Istiqomah, A. (2013). Pengaruh Ekonomi Kreatif terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat Pesantren. *Jurnal Studi Islam, Vol. 6, No.1 (2013)*, 65-82.

- M. Chatib Basri, D. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pangestu, M. E. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* . Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Rafika Azwina, A. B. (2023). Peran Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Medan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Volume 5 Nomor 6 tahun 2023*, 14.
- Rakib, M. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KEARIFAN LOKAL SEBAGAI PENUNJANG DAYA TARIK WISATA. *Jurnal Kepariwisata, Volume 01, No. 02 Agustus 2017*, 54 – 69.
- Rekha, S. M. (2021). ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PENGRAJIN DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM (STUDI PADA INDUSTRI BORDIR KECAMATAN INDRAJAYA KABUPATEN PIDIE). *JIMEBIS – Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business, Volume 2 Nomor 1 Mei 2021*, 34.
- Sri Wahyuningsih, D. S. (2019). PENDEKATAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI (Studi Kasus Di Desa Pedekik) . *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Desember 2019, Vol.8, No.2*, 195-205.
- Sugiarto, E. C. (2023, Oktober 9). *Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia*. Retrieved from KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA REPUBLIK INDONESIA: https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesia
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang* . Jakarta: Salemba Empat.
- Valentine Siagian, d. (2020). *Ekonomi Bisnis Indonesia*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Wijiharjono, N. (2012). ASPEK HUKUM DAN ETIKA BISNIS PADA INDUSTRI PERFILMAN NASIONAL. *Jurnal Akuntansi Vol. II, No. 1, Agustus 2012* , 117.
- Yuningsih, H. d. (2019). Pembentukan Identitas Desain Syariah dalam Produk Kreatif Seni Keramik Kota Malang. *Jurnal Teknik Industri, Vol. 19 No. 2 (2019)* , 83-88. .