

**ANALISIS *LOCAL CREATIVE INDUSTRY* BIDANG KERAJINAN ROTAN  
DALAM MENGHADAPI PASAR MODERN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus di Kampung Kerajinan Bambu Rotan (KRABATAN) Kel. Pakintelan Kec.  
Gunungpati Semarang)

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh gelar  
Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

Alief Nurrohman

1705026037

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG

2022

## PENGESAHAN


Skripsi Saudari : Alief Nurrohman  
Nim : 1705026037  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : **ANALISIS LOCAL CREATIVE INDUSTRY BIDANG KERAJINAN DALAM MENGHADAPI PASAR MODERN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Kampung Kerajinan Bambu Rotan Kel. Pakintelan Kec. Gunungpati Semarang)**

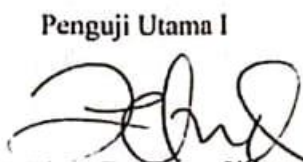
Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/ baik/cukup pada tanggal: 31 Oktober 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 8 Desember 2022

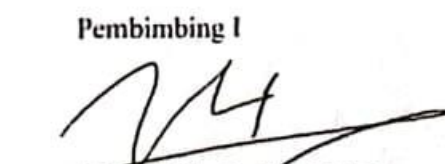
Ketua Sidang  
  
Riska Wijavanti, S.H., M.H  
NIP. 199304082019032019


Sekretaris Sidang  
  
Dr. Setvo Budi Hartono, S.AB, M.Si  
NIP. 19851106 201503 1 007

Penguji Utama I  
  
Ana Zahrotun Nihayati, S.E., M.A.  
NIP. 198910092019032015

Penguji Utama II  
  
Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.  
NIP. 19690830 199403 2 003



Pembimbing I  
  
Dr. Ali Murtadho, M.Ag.  
NIP. 19710830 199803 1 003

Pembimbing II  
  
Dr. Setvo Budi Hartono, S.AB, M.Si  
NIP. 19851106 201503 1 007

## MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ  
كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan sebagai persembahan tertinggi kepada Tuhan semesta alam Allah SWT, atas segala cucuran kasih sayang dan petunjuk-Nya dan hanya kepada Dia lah sepatutnya seluruh makhluk bergantung. Shalawat beriringan salam selalu tercurahkan kepada cahaya dari segala cahaya, yakni baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang syafa'atnya selalu dinantikan kelak. Dan berkat segala semangat berbalut iringan do'a yang selalu penulis terima dalam proses terketiknya bait demi bait skripsi ini, dengan bahagia penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Rahmat dan Damari yang selalu mengajarkan arti sabar dan ikhlas dalam menjalani hidup dan menghadapi masalah kepada putra putrinya. Terima kasih, semoga kesehatan dan kebahagiaan selalu menyertai.
2. Kedua adik tersayang, Rahma Aulia dan Danies Akbar yang telah menjadi alasan penulis untuk selalu berusaha demi memberikan contoh terbaik untuk kalian. Terima kasih telah menjadi sumber semangat, semoga kelak diberikan kesuksesan.
3. Kedua dosen pembimbing yang penulis hormati, Dr. Ali Murtadlo, M.Ag. dan Dr. Setyo Budi Hartono, M.Si. Terima kasih atas segala bimbingan, motivasi, dan dukungan dalam menyusun skripsi ini, semoga kesehatan, keselamatan dan keberkahan ilmu selalu menyertai.
4. Kepada PMII Rayon Ekonomi, terima kasih telah menjadi tempat untuk menempa dan meningkatkan kualitas diri. Panjang umur pergerakan.
5. Kepada sahabat GANDEWA 2017 yang telah menemani proses selama di perkuliahan, terima kasih atas segala drama dan cerita yang tercipta.

## **DEKLARASI**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan pihak manapun. Skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain kecuali pemikiran para ahli yang ada dalam buku untuk dijadikan sebagai bahan referensi penulis.

**Semarang, 26 April 2022**

**Deklarator**

**Alief Nurrohman**

**NIM. 1705026037**

## PEDOMAN TRANLITERASI ARAB-LATIN

Untuk memudahkan pembaca dalam membaca istilah atau tulisan Arab dalam skripsi ini, maka diperlukan sebuah pedoman transliterasi Arab-Latin. Sedangkan transliterasi yang dipakai yaitu berpedoman pada keputusan bersama antara Menteri Agama dengan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Tahun 1987. Yaitu sebagai berikut:

### A. Kata Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tha	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	...‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Seperti halnya vokal dalam bahasa Indonesia, vokal dalam bahasa Arab juga terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap.

### 1. Vokal Tunggal

Dalam bahasa Arab vokal tunggal dilambangkan dengan tanda atau harakat, yaitu sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Yang dimaksud vokal rangkap dalam bahasa Arab yaitu penggabungan antara harakat dan huruf, dan transliterasinya pun berupa gabungan huruf. Yaitu :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـي	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
ـِـو	Fathah dan Wau	Au	a dan u

## C. Maddah

Maddah yaitu penglafalan panjang, dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasi yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
قَالَ	Fathah bertemu Alif	Ā	a dan garis di atas
قِيلَ	Kasrah bertemu Ya	Ī	i dan garis di atas

يَقُولُ	Dhammah bertemu Wau	ū	u dan garis di atas
---------	------------------------	---	---------------------

#### D. Ta Marbutah

Ta marbutah biasa dijumpai dalam akhir kata dalam bahasa Arab, adapun penjelasan transliterasinya sebagai berikut:

Jenis	Contoh Arab	Contoh Latin
Ta marbutah hidup	رَوْضَةٌ	Raudatu
Ta marbutah mati	رَوْضَة	Raudah
Ta marbutah diikuti oleh kata sambung Al	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	Raudah al-atfaal

#### E. Syaddah (*tasydid*)

Dalam transliterasi arab-latin, syaddah atau biasa disebut tasydid dituliskan dengan penggabungan dua huruf yang sama:

Contoh : Rabbana

#### F. Kata Sandang

dalam mode transliterasi kata sandang dibagi menjadi dua yaitu:

##### 1. Syamsiyah

Yaitu dalam membacanya langsung digabung tanpa ada “al” contoh :

الشفاء dibaca Asy-syifaa’

##### 2. Qamariyah

Yaitu dalam membacanya menggunakan “al” contoh:

القلم dibaca Al-qalamu



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis *Local Creative Industri* Bidang Kerajinan Rotan dalam Menghadapi Pasar Modern” studi kasus pada Kampung Kerajinan Bambu Rotan yang berlokasi di Kelurahan Pakintelan Kecamatan Gunungpati Semarang. Industri kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada kreatifitas, keterampilan, dan bakat individu dalam menciptakan kreasi yang bernilai ekonomis. Di Indonesia sendiri sektor ekonomi kreatif selalu mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Dari beberapa sektor ekonomi kreatif subsektor kriya menempati dan menjadi salah satu komoditas ekspor terbanyak. Di Semarang sendiri terdapat suatu kampung yang didalamnya terdapat pelaku industry kerajinan rotan rumahan, tanpa banyak orang tahu induistri tersebut telah melalui berbagai macam dinamika terlebih saat dihadapkan dengan perkembangan trend seperti saat ini, maka penulis melakukan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut: (1) bagaimana analisis kondisi industri kreatif KRABATAN dalam menghadapi pasar modern (2) bagaimana analisis pengelolaan industri kreatif KRABATAN menurut perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan studi lapangan (*field research*) untuk mengetahui kenyataan dan menggambarkan kejadian yang diteliti. Hasil dari penelitian ini adalah untuk bersaing menghadapi pasar modern, industri kreatif mereka sudah memiliki rencana untuk menghadapinya namun nyatanya belum terealisasi dikarenakan beberapa faktor yaitu; kurangnya sumber daya manusia, inovasi dan kreatifitas, serta peran pemerintah. Meski begitu dalam pengelolaannya Krabatan sudah sejalan dengan praktik bisnis sesuai islam ditunjukkan dengan pengimplementasian sifat *nubuwwah* dan menghindari segala macam yang dilarang syariat.

**Kata Kunci : Industri Kreatif, Kerajinan Rotan, Strategi, Pasar Modern**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat segala cucuran kasih sayang dan petunjuk-Nya, sehingga penelitian yang berjudul “**Analisis Local Creative Industry Bidang Kerajinan Rotan Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Islam** (Studi Kasus di Kampung Kerajinan Bambu Rotan (KRABATAN) Kel. Pakintelan Kec. Gunungpati Semarang) dapat tersusun dengan lancar. Disamping itu penulis juga menyadari bahwa tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik.

Penelitian ini disusun guna memenuhi persyaratan yaitu tugas akhir dalam menempuh pendidikan Strata S-1 pada bidang Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Selanjutnya terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. M. Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, beserta jajarannya Wakil Dekan I, II, dan III yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Bapak Nurudin, S.E., M.M. selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang..
4. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan berupa koreksi dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Setyo Budi Hartono, S.AB, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekomomi dan Bisnis Islam yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu
7. Segenap pihak pengrajin di Krabatan, terima kasih telah memberikan ilmu dan wawasan terhadap penulis

## DAFTAR ISI

MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Metode Penelitian .....	12
G. Sistematika Penulisan .....	15
BAB II.....	36
TINJAUAN PUSTAKA .....	36
A. Industri Kreatif.....	36
1. Konsep Ekonomi Kreatif .....	36
2. Industri Kreatif.....	37
3. Jenis Industri Kreatif.....	38
4. Industri Kreatif Lokal ( <i>Local Creative Industry</i> ).....	42
5. Kerajinan Rotan .....	43
B. Pasar .....	45
1. Pengertian Pasar.....	45
2. Pasar Modern .....	46
3. Jenis-jenis Pasar Modern .....	47
4. Keunggulan dan Perbedaan.....	48
5. Pasar Menurut Islam .....	50
C. Mekanisme Pasar Menurut Islam.....	52

1. Harga dan Persaingan.....	53
2. Intervensi dan Regulasi Pasar .....	57
3. Distorsi Pasar .....	58
D. Ekonomi Islam .....	69
1. Prinsip Ekonomi Islam.....	70
2. Kegiatan Produksi Dalam Islam .....	72
3. Etika Bisnis dalam Islam.....	75
BAB III .....	88
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	88
A. Profil Kelurahan Pakintelan .....	88
1. Kondisi Geografi dan Monografi Kelurahan Pakintelan Kecamatan Gunungpati Kota Semarang.....	88
2. Visi dan Misi Kelurahan Pakintelan .....	80
3. Susunan Pemerintahan dan Tata Kerja .....	81
B. Sejarah dan Perkembangan KRABATAN .....	84
C. Paparan Data .....	88
BAB IV .....	94
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	94
A. Analisis Kondisi KRABATAN dalam Menghadapi Pasar Modern.....	94
B. Analisis Pengelolaan KRABATAN Menurut Teori Ekonomi Islam tentang Pasar.....	97
BAB V .....	101
PENUTUP .....	101
A. Kesimpulan .....	101
B. Saran .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN.....	105

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh revolusi industri 4.0 secara signifikan mempengaruhi hampir segala lini kehidupan, terutama pada sektor ekonomi. Revolusi industri merupakan fenomena yang tidak mungkin bisa dielakkan, mengambil pelajaran dari revolusi ke 4 saat ini bahwa fakta terhadap perkembangan teknologi belum bisa diprediksi sampai kapan akhirnya, sehingga segala perubahan terhadap kondisi industri nantinya harus sudah bisa dianalisa sedini mungkin.

Revolusi industri 4.0 menjadi awal mula munculnya kecanggihan teknologi dan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*). Bagi sektor bisnis atau industri, ini merupakan suatu lonjakan besar terutama pada bidang industri manufaktur, dalam hal ini pemanfaatan kecanggihan teknologi diharapkan tidak hanya pada proses produksi saja, tetapi juga merambah ke semua lini rantai industri, sehingga kecanggihan teknologi dapat menimbulkan efisiensi kinerja dan laba perusahaan.

Layaknya pisau bermata dua, revolusi industri disamping menguntungkan juga dapat merugikan. Karena dibalik pesatnya transformasi digital yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar, ada juga pelaku bisnis yang belum bahkan tidak mampu beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi. Dalam artian kreativitas yang akan menjadi kunci dalam persaingan nantinya, dan memang sepanjang sejarah revolusi industri, sudah menjadi hal pasti jika akan menyingkirkan sumber daya manusia, yang dimaksud adalah pekerja kasar atau buruh.<sup>1</sup>

Dilain sisi, industri kreatif menjadi bidang yang tidak secara keseluruhan terkena dampak dari revolusi industri 4.0, karena industri

---

<sup>1</sup> Syifa Zainul I, "Eksistensi Industri Kreatif di Tengah Revolusi Industri 4.0", Skripsi , Tulungagung, Repository IAIN Tulungagung, h.5, t.d.

kreatif merupakan sebuah industri yang bergerak pada bidang seni, kreativitas, budaya dan inovasi. John Howkins dalam penelitian Syifa Zainul menjelaskan industri kreatif atau ekonomi kreatif sebagai paradigma ekonomi yang menitikberatkan pada ide dan kreativitas, sehingga dapat menentukan apa yang orang lain inginkan dan dapat kita hasilkan.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Intruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009, ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dalam menciptakan kreasi yang bernilai ekonomis serta berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat.<sup>3</sup>

Di era yang serba modern seperti saat ini persaingan ekonomi makin ketat, Indonesia sebagai Negara berkembang harus siap bersaing produk terutama dengan produk dari luar, untung-untung bisa optimal dari sisi ekspor. Mengambil informasi dari Badan Pusat Statistik bahwa nilai ekspor produk Indonesia sepanjang tahun 2010-2016 selalu mengalami penurunan, Namun terdapat angin segar pada sektor ekonomi kreatif bahwasanya dalam enam tahun itu selalu mengalami peningkatan yang signifikan.<sup>4</sup>

Dalam hal ekspor, ekonomi kreatif pun dibagi menjadi beberapa subsektor, dua yang mendominasi diantaranya yaitu; subsektor *fashion* dan subsektor kriya atau kerajinan tangan. Jika merujuk pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015, sektor ekonomi kreatif dibagi menjadi 16 subsektor yaitu: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; *fashion*; aplikasi dan *game developer*; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan dan seni rupa.<sup>5</sup>

---

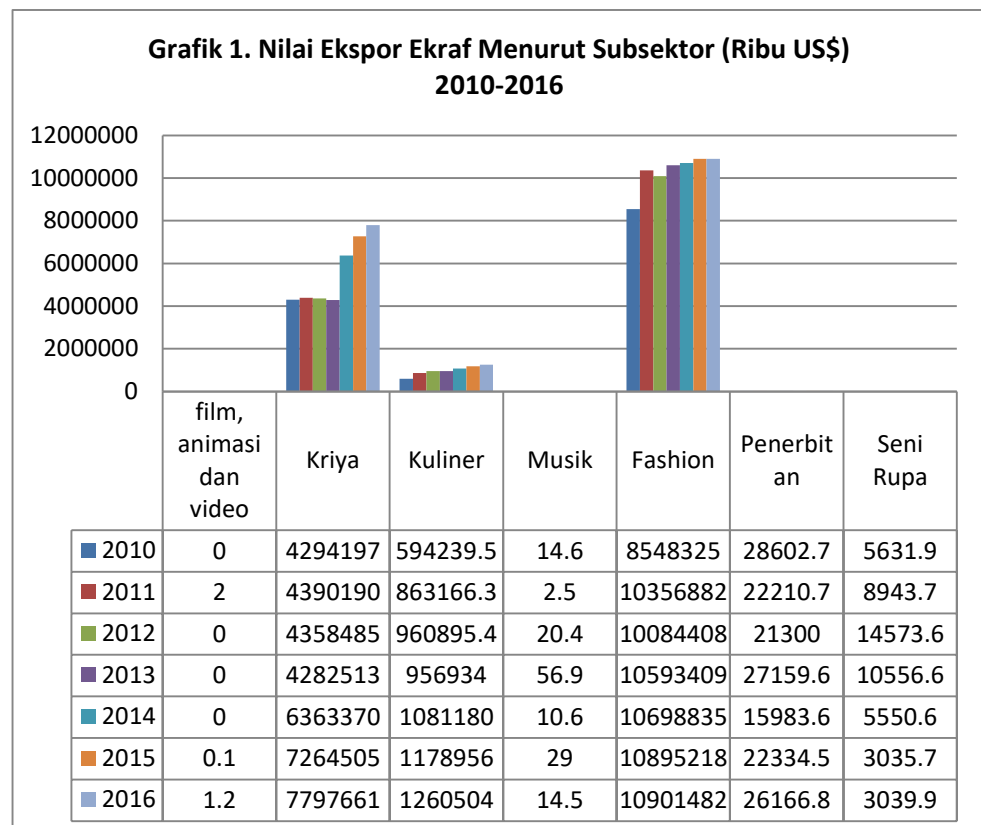
<sup>2</sup> *Ibid.* h.10

<sup>3</sup> Intruksi Presiden Nomor 6 tahun 2009

<sup>4</sup> Purwaningsih, et al. *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*, Jakarta: CV. Petratama Persada, 2017, h. 16.

<sup>5</sup> Peraturan Presiden RI Nomor 72 tahun 2015

Badan pusat statistik mengeluarkan data perkembangan ekspor ekonomi kreatif termasuk subsektor kriya dalam jangka waktu tujuh tahun dari 2010-2017.



*Sumber: BPS; Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016 (diolah penulis, 2021)*

Dari data diatas, komoditas yang di ekspor ke luar negeri hanya ada tujuh subsektor ekonomi kreatif, termasuk yang nampak jelas hanya pada dua subsektor yaitu; *fashion* dan *kriya*, yang mana hampir 90 % lebih didominasi oleh keduanya khususnya dalam bidang kriya permintaan dari hasil industry perhiasan dari logam mulia banyak diminati oleh Negara Swiss pada tahun 2016, sedangkan sekitar 6 % oleh kuliner dan sisanya pada subsektor seni rupa, penerbitan, musik serta film, animasi dan video. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Indonesia diperkirakan akan

eksis dan unggul dalam persaingan pasar global, yaitu melalui sektor ekonomi kreatif terutama dari subsektor *fashion* dan kriya.

Kebijakan pemerintah Indonesia tentang komoditi rotan mentah yang tiap tahunnya berubah-ubah ditengarai ikut memperburuk nilai daya saing furniture rotan Indonesia. Banyaknya tuntutan dari pihak industri hulu membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan pada pertengahan tahun 2005 melalui SK Menteri Perdagangan No.12/M-DAG/PER/6/2005 pada tanggal 30 Juni 2005 tentang ketentuan ekspor rotan yang di dalamnya juga berisikan kebijakan pencabutan larangan ekspor rotan.<sup>6</sup>

Kebijakan pada tahun tersebut berakibat pada kurangnya bahan baku industri pengolahan furniture rotan lokal. Hal tersebut terjadi dikarenakan para pengusaha rotan mentah lebih tertarik menjual bahan baku rotan mentah tersebut ke luar negeri daripada ke pengusaha dalam negeri. Harga jual yang dipatok lebih tinggi menjadi salah satu alasan mereka tidak tertarik menjualnya ke pengusaha industri rotan dalam negeri.<sup>7</sup>

Dengan diberlakukannya kebijakan tersebut pasokan bahan baku industri furniture rotan Indonesia pun juga ikut berkurang, yang berakibat pada penurunan produksi furniture rotan Indonesia secara drastis dan hal tersebut sangat berpengaruh pada menurunnya daya saing industri furniture rotan. Tahun 2009 pemerintah kembali memperbaiki kebijakan tersebut dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 36/MDAG/PER/8/2009 yang menyatakan bahwa rotan asalan tidak boleh diekspor, dan rotan W/S dibatasi jumlah eksportnya sebesar 35.000 ton per tahun serta memiliki wajib pasok ke industri pengrajin rotan domestik. Akan tetapi tetap saja eksodus bahan baku rotan Indonesia secara besar-besaran ke luar negeri tidak dapat dihindari meskipun pada saat itu beberapa kali masih dikenakan pajak ekspor.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> M. Fathul Anwar, "Dinamika Daya Saing Ekspor Furniture Rotan Indonesia Ke Negara Tujuan Eropa", Jurnal Agribisnis Indonesia, Vol.8, No.2, 2020.

<sup>7</sup> *Ibid*

<sup>8</sup> *Ibid*



Pemerintah kemudian mulai merespon perubahan yang terjadi, yakni dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, melalui SK No. 28/MDAG/PER/10/2011 pada tanggal 30 November tahun 2011, terkait pelarangan ekspor bahan baku rotan mentah, rotan asalan, rotan W/S dan rotan setengah jadi. Dengan adanya berbagai kebijakan tersebut, bahan baku rotan yang ada secara penuh dapat dipergunakan oleh para pengusaha-pengusaha di industri furniture rotan Indonesia. Hal tersebut berpengaruh positif pada peningkatan produksi dan nilai ekspor industri furniture rotan Indonesia, yang mana terlihat pada arus nilai RCA yang meningkat kembali di tahun 2010-2011 di hampir seluruh negara tujuan ekspor. Kestabilan nilai RCA tersebut menandakan adanya pengaruh tren positif daya saing industri furniture rotan Indonesia sejak diterapkannya peraturan pemerintah di tahun 2011.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh M Fathul Anwar Dkk ditemui hasil bahwa dalam kurun waktu 2007-2016, furniture rotan Indonesia memiliki besaran nilai yang tergolong berdaya saing kuat dalam hal komoditas furniture rotan di negara tujuan eropa, yaitu di negara Inggris, Italia, dan Jerman.<sup>9</sup>

Sebagai Negara yang kaya akan budaya, tidak heran jika kerajinan tangan Indonesia memiliki ciri khas dan daya tarik tersendiri di kancah global. Seperti yang telah dijabarkan pada data ekspor di atas, bahwa dari subsektor kriya beberapa tahun kebelakang menempati posisi terbanyak kedua dalam kategori ekonomi kreatif, dengan demikian membuktikan bahwa banyak sekali pengrajin Indonesia yang produknya mumpuni, di atas yang masuk data ekspor, belum yang hanya bermain di nasional dan regional.

Mengambil contoh di Kota Semarang, tidak banyak yang tahu jika di Kelurahan Pakintelan Kecamatan Gunungpati terdapat Kampung Kerajinan Bambu Rotan (KRABATAN). Di tengah daerah yang memiliki luas

---

<sup>9</sup> *Ibid.*

274.808 ha dengan jumlah penduduk 5250 jiwa terdiri dari 317 KK, mayoritas mata pencaharian warganya adalah 40% pengrajin, 45 % petani dan buruh jasa, lalu 15% karyawan terdapat segelintir pengrajin yang masih konsisten mengembangkan kerajinan rotan.<sup>10</sup>

Kampung Kerajinan Bambu Rotan atau disingkat dengan KRABATAN terbentuk pada tahun 2017, yang mana sebenarnya Krabatan merupakan salah satu buah program kampung tematik yang dimandatkan oleh pemerintah kota kepada desa atau kelurahan berdasarkan potensi warga yang ada pada desa atau kelurahan tersebut. Yang menjadi mendasar mengapa mengangkat kerajinan bambu rotan, karena sebelum terbentuknya Krabatan, dahulu sejak tahun 1995 sudah ada beberapa pengrajin bambu dan rotan yang sudah menetap di Pakintelan.<sup>11</sup>

Berdasarkan pra riset kecil yang dilakukan oleh penulis, diperoleh keterangan dari salah satu narasumber yaitu Muhammad Soleh, Soleh merupakan salah satu pengrajin yang paling berpengaruh sejak dulu sampai sekarang, menurut keterangan Soleh, ada lima belas pengrajin yang menekuni bambu dan rotan pada saat itu dan keberadaan Soleh sendiri bisa dikatakan sebagai pengrajin inti yang membimbing dan memberikan orderan ketika ada pembeli yang memesan melaluinya. Namun seiring berjalannya waktu eksistensi rotan sendiri sebagai komoditas yang diminati pasar mulai meredup pasca tahun 2000, hal itu membuat semakin tahun jumlah pengrajin yang ada di Krabatan semakin sedikit karena memilih untuk mencari pekerjaan lain yang lebih pasti.<sup>12</sup>

Padahal pada pra tahun 2000 minat pasar terhadap rotan masih kencang, bahkan produk kerajinan dari pengrajin yang ada di Pakintelan tersebut sempat menyentuh pasar ekspor. Semakin dihadapkan dengan perkembangan zaman, rotan sebagai interior mulai digantikan dengan

---

<sup>10</sup> <https://kecgunungpati.semarangkota.go.id/kampung-tematik/kampung-krabatan-kerajinan-bambu-rotan-kelurahan-pakintelan> diakses pada 10 November 2021 pukul 02:25 WIB

<sup>11</sup> Wawancara dengan Sdr. Rison Selaku Sekretaris Lurah Pada 16 November 2021

<sup>12</sup> Wawancara dengan Sdr. Soleh Selaku Pengrajin pada 16 November 2021

plastik yang dianyam menyerupai kerajinan rotan, Fenomena tersebut diperjelas oleh data yang dirangkum Kemenperin tentang laju perkembangan rotan yang telah dijabarkan di atas.<sup>13</sup>

Dari penjabaran tersebut dapat ditemukan suatu fenomena dimana terdapat masalah terkait pengelolaan industry kreatif KRABATAN, faktor tersebut terletak pada hal-hal yang sudah dijelaskan diatas antara lain kemunduran yang diakibatkan kelangkaan bahan baku dan penurunan minat pasar terhadap rotan.

Maka dari itu penulis mengangkat sebuah judul “**ANALISIS LOCAL CREATIVE INDUSTRY BIDANG KERAJINAN ROTAN DALAM MENGHADAPI PASAR MODERN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** (Studi Kasus di Kampung KRABATAN Kel. Pakintelan Kec. Gunungpati Semarang).

## **B. Rumusan Masalah**

Berbasis pada latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengambil rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi KRABATAN dalam menghadapi pasar modern?
2. Analisis pengelolaan KRABATAN menurut teori ekonomi islam tentang pasar?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi KRABATAN dalam menghadapi pasar modern
2. Untuk mengetahui analisis pengelolaan KRABATAN menurut teori ekonomi islam tentang pasar.

---

<sup>13</sup> M. Fathul Anwar, “*Dinamika Daya Saing Ekspor Furniture Rotan Indonesia Ke Negara Tujuan Eropa*”, Jurnal Agribisnis Indonesia, Vol.8, No.2, 2020.

#### D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan diperoleh sesuatu yang bermanfaat bagi peneliti itu sendiri dan masyarakat luas, serta pihak-pihak yang terkait dengan pertanyaan penelitian. Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini :

1. Bagi peneliti, berharap dengan adanya penelitian ini wawasan peneliti akan lebih luas lagi terutama tentang strategi perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.
2. Bagi masyarakat luas, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan terhadap masyarakat luas tentang pentingnya sektor ekonomi kreatif sebagai penunjang perekonomian Indonesia.
3. Bagi warga Pakintelan, dengan adanya penelitian ini semoga bisa menjadi sebuah acuan dalam mengembangkan potensi dari kerajinan bambu rotan agar mampu bersaing dan tetap eksis di era modern.

#### E. Tinjauan Pustaka

Beberapa karya ilmiah membahas penelitian tentang analisis industri kreatif. Untuk mendukung pandangan yang lebih mendalam terhadap permasalahan di atas, peneliti mengkaji literatur yang relevan dengan permasalahan yang menjadi subyek penelitian dan dijadikan sebagai referensi. seperti yang dijelaskan di bawah ini :

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh **Siti Nur Azizah** dan **Muhfiatun** pada tahun 2017 di kota Yogyakarta, yaitu tentang “**Perkembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handicraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah**”. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi antara penjelasan dan deskriptif. Dari hasil analisisnya dapat disimpulkan bahwa perlunya menanam kembali pemahaman mengenai filosofi yang melekat pada efek multiplier anyaman pandan hingga menjadi produk *handycraft*, lalu perlunya dukungan dalam segi strategi pengembangan,

produktivitas dan lainnya secara kontinu. Sehingga dengan dibarengi oleh semangat yang optimal dapat membentuk SDM yang unggul, lalu mengantarkan pandangan *handycraft* menuju pola industri yang dapat menembus pasar modern.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **Siti Nur Azizah** dan **Muhfiatun** terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan nantinya, yaitu sama-sama meneliti tentang industri kreatif lokal bidang kerajinan. Perbedaannya ada pada studi kasus, subyek penelitian dan statement tentang pandangan ekonominya masih kurang.<sup>14</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh **Syifa Zainatul Imroah** pada tahun 2020 di kota Kediri, yang berjudul “**Eksistensi Industri Kreatif di Tengah Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Wodske Industri Kreatif)**”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dinamika serta strategi Wodske industri kreatif agar tetap eksis diterpa revolusi industri 4.0. adapun metode yang digunakan dalam penelitiannya yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut yaitu:

1. Wodske telah melalui berbagai macam dinamika dalam perjalannya, seperti adaptasi kepada digitalisasi, komputasi, dan *upgrade* alat produksi. Hingga merubah manajemen perusahaan serta merubah target pasar.
2. Selanjutnya strategi untuk mempertahankan eksistensinya yaitu dengan beberapa tahap; *pertama* memperluas target pasar baru dan branding produk melalui kerja sama dengan Okui Creative Hub. *Kedua* membuat inovasi produk fungsional lainnya, dan selama inovasi baru itu dikerjakan juga menjalin kerja sama dengan mitra lain. *Ketiga* optimalisasi katalog online baik melalui platform e-commerce maupun media sosial lainnya, selain itu juga jalan *door to*

---

<sup>14</sup> Siti Nur, Muhfiatun, “Perkembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handicraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah”, dalam *Aplikasia*, XVII, No.2, 2017.

*door* seperti halnya sales rokok untuk mengenalkan produknya. *Terakhir* tetap menjaga kualitas produk, dan coba merambah ke bisnis *coffeeshop* dengan menggunakan brand Wodske.

Sedangkan terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **Syifa Zainatul Imroah** dengan penelitian ini nantinya. Yaitu sama-sama meneliti tentang industri kreatif tetapi berbeda dengan penelitian ini nantinya, yang akan lebih meneliti tentang industri kreatif berupa desa kerajinan yang masih memerlukan pendampingan dalam mempertahankan dan strategi pengembangan. Terlebih dilihat dari sudut pandang ekonomi islam.<sup>15</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh **Tri Harjawati** pada tahun 2020 di Provinsi Banten, yaitu tentang “**Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah di Provinsi Banten**”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan dan model pengembangannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif berbasis syariah di Provinsi Banten masih dalam tahap penyusunan rancangan regulasi, namun bagi sektor kuliner dan *fashion* secara tidak langsung sudah berjalan, bedanya mereka belum mendapatkan label halal dan regulasi yang menaungi. Untuk kedepannya model pengembangan yang akan diterapkan yaitu dengan membuat wadah sesuai syariat islam dan didalamnya diisi dengan pelatihan-pelatihan untuk mengasah kreativitas.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh **Tri Harjawati** terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini nantinya, yaitu sama-sama meneliti tentang pengembangan industri kreatif, bedanya pada penelitian Tri Harjawati kategori industri kreatif nya masih luas bukan

---

<sup>15</sup> Syifa Zainul I, “Eksistensi Industri Kreatif di Tengah Revolusi Industri 4.0”, Skripsi , Tulungagung, Repository IAIN Tulungagung,

hanya kerajinan saja, dan hanya sekedar untuk mengetahui perkembangan dan model pengembangannya.<sup>16</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh **Tadjuddin** dan **Nur Mayasari** pada tahun 2019 di Kota Palopo. Yang berjudul “**Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo**”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan purposive, yang mana penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:
  1. Gambaran UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo saat ini mempunyai keterbatasan dan kendala pengalaman dalam mengembangkan usahanya., salah satu permasalahannya yaitu dari segi permodalan.
  2. Strategi yang harus dilakukan yaitu dengan adanya sinergi antar pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta perlunya dukungan dari pemerintah Negara maupun swasta dalam segi pemodal.
  3. Pandangan islam mengenai UMKM berbasis ekonomi kreatif yaitu dibolehkan, yakni karena merupakan jenis usaha yang dilandasi dengan inovasi dan kreativitas, dan melalui jalan perniagaan sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur’an.

Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian yang dilakukan oleh **Tadjuddin** dan **Nur Mayasari** dengan penelitian ini nantinya, yaitu sama-sama meneliti tentang pengembangan ekonomi kreatif, sedangkan dalam penelitian terdahulu lebih membahas pada UMKM, berbeda dengan penelitian ini nantinya yaitu akan meneliti tentang industri kreatif berupa desa kerajinan yang masih memerlukan pendampingan dalam mempertahankan dan strategi pengembangan. Terlebih dilihat dari sudut pandang ekonomi islam.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Tri Harjawati, “Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Ekonomi Syariah di Provinsi Banten”, dalam *al maal*.2020.

<sup>17</sup> Tadjuddin, Nur Mayasari, “Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo”, dalam *dinamis*, Vol 2 No1, 2019.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif (*qualitative research*). Karena prakteknya cenderung pada kondisi alamiah (*natural setting*), maka sering juga disebut sebagai penelitian naturalistic.<sup>18</sup> Yang dimaksud kondisi alamiah disini yaitu dalam penelitian, objek yang diteleti berkembang secara ilmiah tanpa ada manipulasi dari peneliti.

Selain itu penelitian kualitatif juga mengambil informasi melalui terjun lapangan (*field research*), yaitu dalam mengambil informasi menekankan pada langkah identifikasi dengan menganalisis dan mendeskripsikan fenomena, aktivitas sosial, persepsi, hingga kepercayaan dan pemikiran suatu individu ataupun kelompok.

Adapun penelitian lapangan dilakukan di kampung KRABATAN Kel. Pakintelan Kec. Gunungpati Kota Semarang. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan unit industri kreatif bidang kerajinan rotan di desa tersebut.

### 2. Sumber dan Jenis Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

#### a. Sumber Data Primer

Adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, penulis menggali data dan informasi dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 8

<sup>19</sup> Wahyu Puhantara, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hlm.



Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui dokumentasi asli serta wawancara langsung dengan pengrajin maupun pengelola industri, sehingga dapat diperoleh informasi yang dapat dipercaya mengenai perkembangan dan pengelolaan industri rotan dalam menghadapi pasar modern.

#### b. Sumber Data Sekunder

Adapun data sekunder, yaitu data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat *public*. Lebih jelasnya data sekunder terdiri dari: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku dan lain sebagainya.<sup>20</sup> Data sekunder memiliki fungsi sebagai penjelas data primer, untuk mencarinya biasa dapat diperoleh melalui profil resmi organisasi atau lembaga,

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memenuhi standar penelitian maka perlu data penunjang yang cukup, dalam hal ini perlu adanya teknik pengumpulan data, adapun teknik-teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

- a. Observasi Langsung (*direct observation*), langkah ini bertujuan agar peneliti dapat memahami seluruh fenomena dan data yang terdapat di objek penelitian. Dalam penelitian ini, observasi berguna untuk menganalisis kondisi dan pengelolaan industri kreatif KRABATAN.
- b. Wawancara (*interview*), yang dimaksud dengan wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh pewawancara dan yang diwawancarai tentang masalah yang diteliti, dalam proses wawancara tersebut, si pewawancara berusaha untuk menggali informasi, persepsi serta sikap yang relevan dengan masalah yang diteliti dari yang diwawancarai.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini, penulis

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, 79

<sup>21</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: teori & praktek*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, hlm. 143

menggunakan metode wawancara secara langsung dan terstruktur yaitu sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan dan menyakannya dengan langsung (*face to face*).

- c. Dokumentasi, adapun yang dimaksud dokumentasi yaitu rangkaian bukti penelitian berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini peneliti mencantumkan dokumentasi berupa pertanyaan w

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah pencarian dan penyusunan sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, kemudian memecahnya menjadi unit-unit, mensintesis, dan menyusun menjadi pola, memilih yang penting. Serta apa yang akan dipelajari, yang terakhir menarik kesimpulan sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Penulis menggunakan pendekatan deskriptif, dimana data yang terkumpul dianalisis kemudian situasi atau peristiwa tersebut digambarkan.<sup>23</sup>

Dalam analisis data deskriptif kualitatif ada prosesnya tersendiri, yaitu:<sup>24</sup>

##### a. Reduksi

Mereduksi berarti merangkum, yaitu memilah data yang pokok serta memfokuskannya pada hal-hal yang dirasa penting. Dengan begitu data yang diperoleh nanti di lapangan yang cenderung banyak dan kompleks akan tergambar dengan jelas sehingga mempermudah penulis untuk mencari serta menemukan data yang diperlukan selanjutnya.

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,... hlm. 240

<sup>23</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada . 1983, hlm. 18

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, .... hlm. 247

b. Data Display (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif setelah data direduksi maka tahap selanjutnya yaitu menyajikan data, penyajian data dapat berupa uraian singkat atau pemaparan laporan penelitian. Adapun penyajian data dalam penelitian ini yaitu dengan menguraikan segala sesuatu tentang analisis terhadap industri kreatif bidang kerajinan rotan, sehingga penulis dapat menyajikan data dengan sistematis dan substantif.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah melalui dua tahap analisis data di atas, maka yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana industri kreatif bidang kerajinan rotan dapat eksis dan mampu bersaing di pasar modern serta hambatanya.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembahasan, peneliti secara sistematis mendiskusikan dan menyajikan isinya dari bab ke bab. Dalam penelitian kualitatif, peneliti membaginya menjadi lima bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, peneliti memulai dengan uraian tentang latar belakang masalah yang mendasari pentingnya penelitian ini, rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini, tujuan dan manfaat penelitian, dilanjutkan dengan studi pustaka. yang akan menjelaskan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan, sebagai acuan penelitian. Dan menulis sistematika. Metodologi penelitian, meliputi jenis dan metode penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan dikemukakan mengenai tinjauan pustaka yang juga merupakan informasi dari kerangka teori objek penelitian yang berkaitan dengan judul skripsi. Adapun teori-teori yang akan dikemukakan pada bagian ini yaitu: teori tentang industri kreatif, karakteristik industri kreatif, strategi pengembangan industri kreatif, teori tentang pasar modern, karakteristik pasar modern, pandangan islam mengenai strategi industri kreatif dalam menghadapi pasar modern.

### BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, meliputi profil, sejarah latar belakang berdirinya, pola pengelolaan serta dinamika yang dihadapi oleh pengrajin di KRABATAN.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian, yaitu analisis industri kreatif bidang kerajinan rotan dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi islam.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang hasil akhir dari penelitian, yaitu berupa kesimpulan dan saran



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Industri Kreatif**

Pada bagian ini penulis ingin berangkat dari pembahasan mengenai konsep ekonomi kreatif yang menjadi cikal bakal tumbuhnya industri-industri kreatif yang menyebar di tanah air.

##### **1. Konsep Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi generasi keempat setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri dan ekonomi informasi. kegiatan ekonomi mereka.<sup>25</sup>

Istilah ekonomi kreatif sendiri pertama kali muncul dari tokoh bernama John Howkins, dalam bukunya yang berjudul “*Creative Economy, How People Make Money From Ideas*” seperti yang telah dikutip dalam penelitiannya Rikha Widia, Howkins menjelaskan bahwa yang dimaksud ekonomi kreatif ialah segala kegiatan ekonomi yang berasal dari gagasan dan membuahkan hasil berupa karya. Howkins sendiri merupakan salah seorang pembuat film dan termasuk orang yang menyuarakan konsep ekonomi kreatif pada pemerintah Inggris kala itu, ia juga banyak terlibat dalam diskusi pembentukan kebijakan ekonomi kreatif dengan kalangan pemerintahan Negara-negara Eropa.<sup>26</sup>

Konsep ekonomi kreatif sendiri digerakkan oleh wadah yang disebut industri kreatif, melalui industri kreatif tersebut, modal yang berupa sumber daya manusia kreatif dipaksa untuk menghasilkan inovasi-inovasi dari daya pikir kreatif mereka untuk bisa bersaing dalam kompetisi dan kebutuhan pasar. Dalam pemahaman sederhananya ekonomi kreatif merupakan

---

<sup>25</sup> Purwaningsih, et al. *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*, Jakarta: CV. Petratama Persada, 2017, h. xiii.

<sup>26</sup> Rikha Widia N, “Analisis Pengembangan Industri Kreatif Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Lokal Dalam Perpektif Ekonomi Islam”, Skripsi , Lampung, Repository UIN Raden Intan, h.23, t.d.

*knowledge based economy* yaitu tren mengembangkan ekonomi dengan mengandalkan teknologi dan ilmu pengetahuan.<sup>27</sup>

Berdasarkan uraian definisi-definisi di atas, konsep ekonomi kreatif merupakan segala kegiatan yang modal dasarnya adalah kreatifitas berupa bakat, inovasi, gagasan kreatif sehingga bisa menghasilkan sebuah output yang memiliki nilai jual.

Jumlah pengusaha di Indonesia diharapkan pemerintah meningkat sedikitnya 500.000 dalam empat tahun ke depan. program kewirausahaan di masa depan akan dirancang untuk menghasilkan wirausahawan kreatif, inovatif dan berdaya saing global. Pemerintah juga berharap pada tahun 2025 jumlah pengusaha akan berlipat menjadi 5 juta.<sup>28</sup>

## **2. Industri Kreatif**

Industri kreatif dan ekonomi kreatif menurut Latuoncina yaitu dua bagian penting yang tidak bisa dipisahkan.<sup>29</sup> Industri kreatif sendiri merupakan jembatan untuk melalui era ekonomi kreatif, karena inti dari konsep ekonomi kreatif yaitu memanfaatkan kreativitas yang dapat dikomersilkan, dan itu semua perlu wadah yang disebut industri kreatif.

Sedangkan berikut beberapa definisi industri kreatif menurut para ahli:<sup>30</sup>

### **a. Menurut Simatupang**

Menurut Simatupang industri kreatif adalah industri yang mengedapankan talenta, keterampilan, dan kreativitas sebagai

---

<sup>27</sup>Teguh Romadiyanti, "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam." Skripsi, Lampung, Repository UIN Raden Intan, H.22,t.d.

<sup>28</sup> Setyo Budi Hartono Dkk, "Pengembangan Sistem Informasi Akad *Mudharabah* Bank Syariah Berbasis DSS Dengan Menggunakan Metode AHP", dalam *Economica*, Vol VII, No 1, 2016.

<sup>29</sup> Carunia Mulya F, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017, h. 1.

<sup>30</sup> Suryana, *Ekonomi Kreatif "Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang"*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, h.96.

kemampuan setiap individu untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran intelektual.

b. Menurut Departemen Perdagangan RI

Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menghasilkan kreasi demi terwujudnya kesejahteraan dan terciptanya lapangan kerja.

c. Menurut UNTAC dan UNDP dalam *Creativity Economy Report*

Mendefinisikan industri kreatif sebagai kegiatan produksi dan distribusi barang dan jasa yang bermodal pada kreativitas dan jasa-jasa artistik yang memiliki nilai kreatif, nilai ekonomi nonriil dan objek pasar.

d. Menurut UK DCM Task Force

Industri kreatif yaitu kegiatan eksploitasi kekayaan intelektual dan daya cipta individu (kreativitas individu, keterampilan, bakat) guna menciptakan kekayaan dan lapangan kerja.

Meringkas dari beberapa pengertian di atas, maka industri kreatif dapat dipahami sebagai kegiatan produksi dan distribusi yang bermodal utama pada kreativitas, bakat, keterampilan dan kekayaan intelektual guna menaikkan tingkat kesejahteraan dengan terbukanya lapangan kerja.

### 3. Jenis Industri Kreatif

Setiap Negara memiliki perbedaan dalam jenis industri kreatif, semuanya menyesuaikan dengan kebutuhan, kondisi, dan prioritas masing-masing negaranya. Jika merujuk pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015, di Indonesia memiliki enam belas subsektor kegiatan ekonomi kreatif. Yaitu sebagai berikut:<sup>31</sup>

a. Subsektor Film, Animasi, dan Video

---

<sup>31</sup> Purwaningsih, et al. *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*, Jakarta: CV. Petratama Persada, 2017, h. 8-10.



Sinema adalah ekspresi ide dan gagasan yang dikomunikasikan dalam bentuk gambar bergerak, audiovisual, dan produksi dengan menggunakan kaidah sinema. Animasi, di sisi lain, ditampilkan bingkai demi bingkai dalam urutan kronologis untuk menciptakan ilusi gerakan terus menerus, membuatnya tampak seperti hidup dan tampak nyata.

Lalu yang dimaksud video adalah kegiatan merekam atau membuat gambar dengan mengeksplorasi inovasi dan ide untuk menghasilkan karya gambar bergerak yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial dan ekonomi.

b. Subsektor Kriya

Sub industri ini merupakan ciri khas bangsa Indonesia dan dapat dikatakan sebagai sub industri yang paling dekat dengan pariwisata. Kerajinan adalah bagian dari seni terapan dari warisan tradisional atau gagasan kontemporer, yang hasilnya dapat berupa karya seni dan produk fungsional.

c. Subsektor Musik

Sub industri musik adalah industri berbasis kreatif yang melibatkan penciptaan atau komposisi, pertunjukan dan distribusi rekaman suara.

d. Subsektor *Fashion*

Sektor kreatif bidang *fashion* merupakan kegiatan terkait desain pakaian, desain alas kaki dan desain aksesoris lainnya. Sejalan dengan tren berpakaian yang semakin berkembang setiap tahunnya, diharapkan Indonesia dapat menjadi pusat mode di kawasan regional bahkan bisa berperan dalam kancah global, apalagi dewasa ini sudah banyak berkembang industri kreatif bidang *fashion* di Indonesia.

e. Subsektor Penerbitan

Sektor ini merupakan suatu usaha atau kegiatan untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan atau ciri khas melalui segala informasi dan daya imajinasi. Biasanya diekspresikan dalam bentuk tulisan, gambar dan audio ataupun kombinasinya, dan pada akhirnya bertujuan untuk dikonsumsi publik baik dalam bentuk cetak, media elektronik demi mendapat nilai ekonomi, sosial, ataupun budaya yang tinggi.

f. Subsektor Seni Rupa

Sektor seni rupa merupakan usaha atau kegiatan yang menghasilkan karya seni yang memiliki nilai ekonomi seperti lukisan, ukiran, dan sebagainya. Indonesia sendiri memiliki potensi yang besar dalam bidang ini, baik secara kualitas, kuantitas, pelaku kreatif, dan potensi pasar.

g. Subsektor Arsitektur

Secara umum arsitektur merupakan cabang ilmu yang mempelajari tentang merancang sebuah desain lingkungan binaan, termasuk membangun lingkungan binaan tersebut.

h. Subsektor Desain Interior

Desain interior merupakan salah satu bidang usaha untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan fungsi dan kualitas interior, yang pada prakteknya juga memberikan layanan agar desain interior yang teraplikasi dapat memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan masyarakat.

i. Subsektor Desain Komunikasi Visual

Subsektor ini mungkin seringkali ditemui hasilnya, apalagi di era serba digital seperti sekarang ini. Yaitu sebuah bentuk seni

komunikasi yang melalui perantara desain grafis baik menggunakan tipografi, fotografi maupun ilustrasi.

j. Subsektor Desain Produk

*Industrial Design Society of America* (IDSA) mengartikan desain produk sebagai pelayanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan suatu konsep agar sebuah produk dapat memiliki nilai, fungsi dan penampilan yang optimal, sehingga dapat menguntungkan pengguna.

k. Pengembangan Aplikasi dan Game

Dalam hal ini para pengembang aplikasi dan game juga disebut pelaku kreatif sehingga masuk dalam subsektor ekonomi kreatif, karena musabab teknologi yang semakin berkembang pesat sehingga peluang semakin terbuka juga, maka para *developer* ini diharapkan bisa menciptakan aplikasi dan game yang memiliki kualitas.

l. Subsektor Periklanan

Subsektor ini bergerak pada penyampaian informasi, promosi dari produsen atau yang punya informasi kepada konsumen (yang menerima informasi) biasanya berkorelasi dengan media.

m. Televisi dan Radio

Subsektor ini bergerak dalam menyajikan kegiatan kreatif yaitu berupa gagasan informasi dan hiburan berkualitas yang dikemas melalui suara dan gambar, lalu disiarkan kepada publik secara terjadwal dan berkesinambungan. Jika televisi sebuah menyajikan acara dengan suara dan gambar, beda dengan radio yang hanya suara saja.

n. Performing Artis

Seni pertunjukan merupakan salah satu seni yang menyampaikan gagasan kepada penonton melalui tata rupa, musik, ekspresi, tarian atau gerakan tubuh dan dilakukan secara langsung di tempat dan waktu yang sama. Subsektor ini memiliki beberapa unsur penunjang, yaitu perancang, pekerja teknis atau penampil (*performers*).

o. Fotografi

Banyaknya industri fotografi individu maupun kelompok saat ini, karena bidang fotografi ini merupakan kegiatan menghasilkan gambar fotografis suatu objek dengan menggunakan peralatan fotografi, baik itu kamera, media perekaman cahaya, media penyimpan file maupun media yang menampilkan informasi.

#### **4. Industri Kreatif Lokal (*Local Creative Industry*)**

Sebelum beranjak ke pemahaman tentang istilah industri kreatif lokal, perlu dipahami terlebih dahulu mengenai definisi kearifan lokal tersebut. Kearifan lokal merupakan identitas yang dimiliki suatu masyarakat, bisa berupa gagasan turun temurun dalam membuat suatu barang, ataupun adat, yang itu semua besar ditentukan oleh kondisi geografis.

Jika ditinjau dari segi bahasa kearifan lokal (*local wisdom*) yaitu *local* diartikan sebagai “setempat”, sedangkan *wisdom* diartikan sebagai “kebijaksanaan”.<sup>32</sup> Dengan kata lain kearifan lokal diartikan sebagai segala pemahaman yang mengakar di masyarakat setempat, serta diyakini bernilai baik dan diikuti oleh warganya.

Menurut tulisannya Melino “*Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom as an Aspect of the Indonesian Education*” yang dikutip

---

<sup>32</sup> Siti Nur, Muhfiatun, “Perkembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handicraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah”, dalam *Aplikasia*, XVII, No.2, 2017, h.67.

dalam artikel milik Zaim Mukaffi Dkk, menjelaskan bahwa kearifan lokal muncul dari berbagai bentuk eksperimen suku-suku yang tersebar di Indonesia, dimana orang-orang melakukan kegiatannya berdasarkan gagasan turun temurun sehingga menghasilkan karya tertentu.<sup>33</sup>

Beda lagi dengan pendapatnya Moendardjito, yang dikutip pada artikelnya Siti Nur Azizah dan Muhfiatun, Moendardjito mengatakan bahwa selain budaya yang tertanam dalam masyarakat, kearifan lokal juga bisa menjadi keunggulan yang terus-menerus dijadikan pegangan hidup, artinya meskipun esensinya lokal tetapi dianggap memiliki nilai yang sangat universal.<sup>34</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa industri kreatif lokal adalah kegiatan memproduksi suatu barang berdasarkan ide atau gagasan kreatif yang memiliki nilai budaya turun-temurun dan memiliki ciri khas tersendiri sesuai letak geografis suatu daerah.

Sejalan dengan itu Indonesia memiliki kondisi geografis dan budaya yang beragam, rasanya tidak mustahil untuk mengembangkan produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai lokal, apalagi setiap daerah pasti memiliki keunggulan produk yang bisa diangkat, keunggulan tersebut yang kemudian bisa ditambah sedikit sentuhan teknologi dalam pengembangannya. Jika bisa dimaksimalkan, selain bisa menjadi solusi untuk mengembangkan usaha terutama di daerah juga memiliki implikasi terhadap pertumbuhan ekonomi secara nasional.

## **5. Kerajinan Rotan**

---

<sup>33</sup> Zaim Mukaffi, et al, "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal", dalam *At-Tahdzib*, Vol 7, No.2, 2019, h.26.

<sup>34</sup> Siti Nur, Muhfiatun, "Perkembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handicraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah", dalam *Aplikasia*, XVII, No.2, 2017, h.67.

Rotan merupakan tumbuhan menjalar yang tumbuh di hutan tropis basah, sedangkan kerajinan rotan merupakan suatu produk kesenian berbahan dasar rotan yang dibuat oleh tangan manusia dengan penuh ketelitian dan semangat dalam pembuatannya. Indonesia sendiri memiliki berbagai macam jenis rotan, teridentifikasi terdapat delapan jenis rotan dari kurang lebih 306 jenis rotan yang tumbuh di hutan Indonesia yaitu, calamus, khortalsia, daemonorops, plectocomia, ceratolobus, plectocomiopsis, calospatha, dan myrialepis, dari delapan jenis rotan tersebut dua yang paling memiliki nilai ekonomi tinggi yaitu calamus dan daemonorops.<sup>35</sup>

Dalam pembuatan produk kerajinan rotan terdapat berbagai teknik anyaman yaitu:

#### 1. Anyaman Bilik

Teknik anyaman bilik atau yang biasa disebut teknik menganyam dua-dua ini dilakukan dengan cara menyilang secara bersamaan dan berurutan, teknik ini dianyam menyilang secara bergantian dari kiri ke kanan begitupun sebaliknya.

#### 2. Anyaman Teratai

Teknik menganyam teratai ini terbilang cukup sulit karena tingkat kerumitannya. Anyaman teratai ini mempunyai bentuk yang menyerupai bunga teratai yang memiliki nilai keindahan dan artistik. Tekniknya lapisan rotan dibuat kotak-kotak menyerupai kembang teratai dan dibuat blok- blok di berbagai sisi.

#### 3. Anyaman Bunga Cengkih

---

<sup>35</sup> Sandi Perdian, "Perancangan Interior Pusat Pengembangan Kerajinan Rotan Di Bandung", Tugas Akhir, Bandung, e Library UNIKOM, H.7.

Teknik anyaman bunga cengkih ini juga tergolong teknik yang sulit. Teknik ini harus membentuk pola memanjang yang menyerupai kembang cengkih.

#### 4. Anyaman Tiga Sumbu

Teknik ini juga berdasar pada anyaman benda pipih. Anyaman ini dibuat tersusun tiga arah, hasil yang diperoleh dari teknik ini adalah anyaman tiga sumbu rapat dan anyaman tiga sumbu jarang, sedangkan anyaman tiga sumbu rapat dengan pola bentuk heksagon (belah ketupat ) atau segi enam beraturan.

Setelah mengetahui teknik anyaman rotan, sekarang beralih ke motif anyaman rotan itu sendiri yaitu :

1. Motif kelabang
2. Motif liris antic
3. Motif jurno kembar kecil
4. Motif geometrik ceplok
5. Motif liris
6. Motif antik segitiga
7. Motif lampitan
8. Motif antik lurus

## **B. Pasar**

### **1. Pengertian Pasar**

Philip Kotler mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya masyarakat yang melakukan transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhannya<sup>36</sup> Sedangkan menurut pendapat lain dalam kajian ekonomi, pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara penjual

---

<sup>36</sup> Philip Kotler, *Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, h. 162

dan pembeli, maka akan membentuk harga yang akan disepakati oleh keduanya.<sup>37</sup>

Pasar yang ideal merupakan sinergi antara produsen, konsumen, distributor dan pemerintah. Apabila keempat unsur di atas bekerja sama makasemua pihak akan diuntungkan, tidak akan ada kerugian bagi pihak-pihak kecil untuk kepentingan berbagai pihak. Yang kuat dan yang kaya akan semakin kayadan sebaliknya yang miskin akan semakin miskin dan tidak dapat bersaing di pasar.<sup>38</sup>

## 2. Pasar Modern

Pasar modern menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yaitu pasar yang didalamnya menggunakan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai barang lokal maupun impor, ecer ataupun grosir.<sup>39</sup>

Di Indonesia sendiri pasar modern sudah ada dan berkembang pada tahun 1970, akan tetapi pada waktu itu keberadaanya hanya ada di kota besar saja. Mulai tahun 1998 seiring dengan masuknya investor asing pada usaha ritel, barulah pasar modern mulai berkembang hingga merambah ke kota-kota kecil. Pariaman Sinaga berpendapat bahwa pasar modern merupakan pasar yang umumnya berada di daerah perkotaan, dikelola oleh manajemen modern dan barang yang disediakan memiliki kualitas baik, pasar modern antara lain berbentuk mall, supermarket, *department store*, *shopping center* dan lain sebagainya.<sup>40</sup>

Atas dasar beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pasar modern ialah pasar yang memiliki kualitas lebih, baik itu dari

---

<sup>37</sup> Supriyatno. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. (Malang: UIN Malang Press, 2008.) 205.

<sup>38</sup> Indah Superti, "Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam" (UIN Raden Intan Lampung, 2017).

<sup>39</sup> Setiawan J Yudhistira, "Analisis Deskriptif Harmonisasi Pasar Tradisional dengan Pasar Modern", Skripsi, UMS Library, 2019.

<sup>40</sup> Baiq Candrawati, "Dampak Pengembangan Pasar Modern Pada Eksistensi Pasar Tradisional" Skripsi, Perpustakaan UIN Mataram, 2016.



segi produk maupun fasilitas, selain itu pada pasar modern penentuan harga dilakukan sepihak tanpa ada tawar menawar namun seringkali terdapat promosi untuk menarik pelanggan.

### 3. Jenis-jenis Pasar Modern

Adapun macam-macam bentuk pasar modern yaitu sebagai berikut:<sup>41</sup>

#### 1. *Departement Store*

Department Store atau biasa dikenal dengan toserba (toko serba ada) merupakan toko yang didalamnya terdapat banyak produk dari berbagai kategori, seperti; furniture, peralatan rumah tangga, peralatan olahraga, mainan dan lain-lain.

#### 2. *Supermarket*

Supermarket atau pasar swalayan merupakan tipe pasar modern yang menjual barang-barang ecer berskala besar dengan system *self service*. Untuk produk yang dijual yaitu; makanan, pakaian dan perlengkapan rumah tangga.

#### 3. *Minimarket*

Minimarket merupakan pasar swalayan namun dari segi ukuran lebih kecil dari supermarket, untuk luas lantai biasanya < 350 meter persegi. Dan dari segi variasi produk juga lebih sedikit bahkan bisa dibbilang terbatas dibanding supermarket.

#### 4. *Hypermarket*

Untuk tipe pasar modern satu ini memiliki ukuran yang lebih besar dari tipe yang lain, baik dari segi luas bangunan yaitu kurang lebih dari 18.000 meter dan dari produk yang dijual lebih banyak,

---

<sup>41</sup> Sopiah, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008, h. 50

biasanya didominasi oleh makanan dengan presentase 70% sedangkan produk umum 30-40 %.

Menurut Perpres No.112 tahun 2007 disebutkan mengenai batasan luas untuk bangunan pasar ritel modern, sehingga termasuk didalamnya sebagai pembeda karakteristik antara minimarker, supermarket, hypermarket, department store. Berikut rinciannya:<sup>42</sup>

- a. Minimarket, luas lantai kurang dari 400 m<sup>2</sup>
- b. Supermarket, 400 m<sup>2</sup> sampai dengan 5.000 m<sup>2</sup>
- c. Hypermarket, lebih lantai dari 5.000 m<sup>2</sup>
- d. Department store, luas lantai lebih dari 400 m<sup>2</sup>

#### **4. Keunggulan dan Perbedaan**

Pasar modern juga memiliki keunggulan dan kelemahan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Keunggulan pasar modern

Keunggulan pasar modern antara lain sebagai berikut:<sup>43</sup>

1. Selain memiliki lingkungan belanja yang lebih nyaman, bersih dan dengan jam buka yang lebih panjang, pasar modern juga menawarkan berbagai pilihan pembayaran seperti tunai atau kartu kredit.
2. Di pasar modern barang yang dijual memiliki variasi yang beragam, mulai dari barang lokal hingga barang import pun ada.
3. Dalam menjaga kualitas barang, pasar modern cenderung akan menyeleksi barang yang sesuai persyaratan akan diterima dan yang tidak sesuai persyaratan akan ditolak.
4. Dari segi kualitas pasar modern memiliki persediaan barang yang terukur.

---

<sup>42</sup> Dian Sukma Dewi, "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Tradisional", Skripsi, IAIN Metro, h.26

<sup>43</sup> *Ibid*, 53

5. Pasar modern juga dikelola oleh pihak yang profesional dengan strategi manajemen pemasaran yang bagus.

b. Kelemahan pasar modern

Kelemahan pasar modern antara lain sebagai berikut:<sup>44</sup>

1. Praktik jual belinya dimana konsumen tidak bisa tawar menawar harga barang yang hendak dibeli, karena harga telah ditetapkan.
2. Dalam pasar modern penjual dan pembeli tidak bertransaksi langsung, pembeli melihat label harga yang telah tercantum dalam barcode, berada dalam bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.

Dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat pada umumnya akan mengunjungi pasar baik itu pasar modern maupun pasar tradisional, untuk lebih jelas membedakan karakteristik antara pasar modern dan pasar tradisional berikut klarifikasi nya:<sup>45</sup>

**Tabel 2.1 Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional**

No	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1.	Historis	Evolusi Panjang	Fenomena Baru
2.	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3.	Pemilikan/kelembagaan	Milik masyarakat/desa, pemda, sedikit swasta	Umumnya perorangan/swasta
4.	Modal	Modal lemah/subsidi/swadya masyarakat/inpers	Modal kuat/digerakan oleh swasta
5.	Konsumen	Golongan menengah ke bawah	Umumnya golongan menengah ke atas
6.	Metode pembayaran	Ciri dilayani, tawar-menawar	Ada ciri swalayan, pasti
7.	Status Tanah	Tanah Negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/perorangan

<sup>44</sup> *Ibid*, 54

<sup>45</sup> M Agung Bhakti, "Analisis Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Makassar", Skripsi, Universitas Lampung, h. 15.

8.	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9.	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan oleh pemda/desa/masyarakat	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10.	Pedagang yang masuk	Beragam, masal dari sektor informal sampai perdagangan menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar
11.	Peluang masuk/partisipasi	Bersifat masal (perdagangan kecil, menengah dan bahkan besar)	Terbatas umumnya pedagang tunggal dan menengah ke atas
12.	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	System rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri (Manajemen Tersentralisasi)
13.	Transaksi	Dilakukan secara langsung, dapat melakukan proses tawar menawar	Tidak dilakukan secara langsung

## 5. Pasar Menurut Islam

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Dalam Islam pasar sangatlah penting dalam perekonomian. Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi sunatullah yang telah di jalani selama berabad-abad.<sup>46</sup>

Al-Ghazali dalam kitab *ihya'* menjelaskan tentang sebab timbulnya pasar, "Dapat saja petani hidup di mana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya, pandai besi dan tukang kayu hidup di mana lahan pertanian

<sup>46</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011.

tidak ada. Namun, secara alami mereka akan saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat saja terjadi tukang kayu membutuhkan makanan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat tersebut. Keadaan ini menimbulkan masalah. Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak, dan penyimpanan hasil pertanian di pihak lain. Tempat inilah yang kemudian di datangi pembeli sesuai kebutuhannya masing-masing sehingga terbentuklah pasar”.<sup>47</sup>

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pasar adalah tempat yang menampung hasil produksi dan menjualnya kepada mereka yang membutuhkan. Pernyataan tersebut juga menyebutkan bahwa pasar timbul dari adanya double coincidence yang sulit bertemu. Maka, untuk memudahkan adanya tukar-menukar dalam memenuhi kebutuhan diciptakanlah pasar.

Pasar yang selama ini berkembang khususnya di Indonesia hanya tertuju pada upaya pemaksimalan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya semata dan cenderung terfokus pada kepentingan sepihak. Sistem tersebut nampaknya kurang tepat dengan sistem ekonomi syariah yang menekankan konsep manfaat yang lebih luas pada kegiatan ekonomi termasuk didalamnya mekanisme pasar dan pada setiap kegiatan ekonomi itu mengacu kepada konsep maslahat dan menjunjung tinggi asas-asas keadilan. Selain itu pula, menekankan bahwa pelakunya selalu menjunjung tinggi etika dan norma hukum dalam kegiatan ekonomi.

Realisasi dari konsep syariah itu memiliki tiga ciri yang mendasar yaitu prinsip keadilan, menghindari kegiatan yang dilarang dan memperhatikan aspek kemanfaatan. Ketiga prinsip tersebut berorientasi pada terciptanya sistem ekonomi yang seimbang yaitu keseimbangan antara

---

<sup>47</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

memaksimalkan keuntungan dan pemenuhan prinsip syariah yang menjadi hal mendasar dalam kegiatan pasar.<sup>48</sup>

### C. Mekanisme Pasar Menurut Islam

Dalam hal mekanisme pasar dalam konsep Islam akan tercermin prinsip syariah dalam bentuk nilai-nilai yang secara umum dapat dibagi dalam dua perspektif yaitu makro dan mikro. Nilai syariah dalam prespektif mikro menekankan aspek kompetensi/profesionalisme dan sikap amanah, sedangkan dalam prespektif makro nilai-nilai syariah menekankan aspek distribusi, pelarangan riba dan kegiatan ekonomi yang tidak memberikan manfaat secara nyata kepada sistem perekonomian. Oleh karena itu, dapat dilihat secara jelas manfaat sistem perekonomian Islam dalam pasar yang ditujukan tidak hanya kepada warga masyarakat Islam, melainkan kepada seluruh umat manusia (*rahmatan lil' Ālamín*).<sup>49</sup>

**Tabel 2.2 Kemaslahatan bagi masyarakat berdasarkan mekanisme pasar dalam islam**

<b>Keadilan</b>	<b>Menghindari aktifitas yang terlarang</b>	<b>Kemanfaatan</b>
Transparansi dan kejujuran	Larangan barang, produk jasa dan proses yang merugikan dan berbahaya	Produktif dan tidak spekulatif
Transaksi yang fair	Tidak menggunakan SDM atau barang illegal dan secara tidak adil	Menghindari barang atau penggunaan SDM yang tidak efisien
Persaingan yang sehat		Akses seluas-luasnya bagi masyarakat untuk

<sup>48</sup> Ali.Z, *Hukum Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

<sup>49</sup> Ali.Z, *Hukum Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

		memperoleh barang, produk atau SDM
Saling menguntungkan		

## 1. Harga dan Persaingan

Mekanisme pasar merupakan suatu proses pembentukan harga yang berdasarkan pada kekuatan permintaan dan penawaran. Dengan semakin berkembang jaman dan teknologi, kebutuhan akan barang tidak hanya berdasarkan pada kebutuhan seperti barang-barang primer dan sekunder, melainkan kebutuhan akan uang mata uang asing. dalam aertian, kini banyak masyarakat yang mulai memenuhi kebutuhannya berasal dari luar negeri sehingga memerlukan mata uang negara tersebut agar barang yang dikehendaknya dapat terwujud. Selain itu, kini banyak usaha-usaha kecil yang sudah mulai merambah pasar dunia internasional. Sehingga kebutuhan akan mata uang asing kini bagaikan kebutuhan sekunder yang tidak dapat dipisahkan.<sup>50</sup> Dalam al-Qur'an tidak dijelaskan secara jelas tentang harga dan persaingan dalam pasar akan tetapi dalam an-Nisa ayat 29 dijelaskan tentang landasan keterbukaan dan suka sama suka:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S an-Nisa : 29)

### a. Abu Yusuf

Menurut Abu Yusuf yang merupakan salah satu ulama yang menentang penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah. Ini berdasarkan hadits Nabi yang menjelaskan bahwa tinggi-rendahnya harga merupakan ketentuan

<sup>50</sup> Annisa, dkk. *Analisis Pendapat Ibnu Taimiyah tentang Mekanisme Pasar di Pasar Valuta Asing*. Jurnal Keuangan dan Perbankan. Volume 3, No.1, Tahun 2017.

Allah yang tidak boleh dicampuri/intervensi. Ia mengatakan dalam kitab al-Kharaj bahwa, “tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan kelangkaan makanan. Murah dan mahal adalah ketentuan Allah. Kadang-kadang makanan berlimpah tetapi tetap mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah.”<sup>51</sup>

Formulasi ini menjelaskan pengaruh harga terhadap jumlah permintaan adalah negatif. Ketika terjadi kelangkaan barang maka harga akan cenderung tinggi dan sebaliknya jika barang melimpah maka harga akan cenderung turun atau rendah. Hukum permintaan dalam hal ini mengatakan jika harga komoditas naik maka akan menyebabkan konsumen menurunkan jumlah komoditi yang dibeli, sedangkan jika harga turun maka konsumen akan meningkatkan jumlah komoditi yang dibeli.<sup>52</sup>

#### b. Ibnu Taimiyah

Pasar yang ideal menurut Ibnu Taimiyah yaitu pasar bebas dalam bingkai nilai dan moralitas Islam, yaitu pasar yang bersaing bebas, kompetitif dan tidak terdistorsi antara permintaan dan penawaran. Tokoh Pemikir Ekonomi Islam Ibnu Taimiyah juga mengatakan antara naiknya harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan (zulm) dari pedagang maupun penjual, karena memang banyak orang pada saat itu. Beliau memberikan petunjuk adanya harga merupakan hasil interaksi antara permintaan dan penawaran yang terbentuk oleh berbagai faktor.<sup>53</sup> Ibnu Taimiyah memberikan beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan akibatnya pada harga sebagai berikut (Islam, 2016):<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup> Nurseha, Muhammad Achid. “Abu Yusuf (Suatu Pemikiran Ekonomi).” *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2018).

<sup>52</sup> *Ibid*

<sup>53</sup> Hakim, M. A. (2016). Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. *Iqtishadia*, 8(1).

<sup>54</sup> Siti Rahmawati. 2021. PANDANGAN IBNU TAIMIYAH DAN IBNU KHALDUN TENTANG MEKANISME PASAR. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 12 No. 2



- a. Keinginan orang-orang (raghbah) yaitu untuk berbagai jenis yang berbeda dan selalu berubah karena perubahan ini sudah sesuai dengan barang yang memang langka. Sehingga semakin sedikit jumlah barang yang tersedia maka akan semakin didominasi oleh masyarakat.
- b. Jumlah peminat (tullab) pada suatu item, jika jumlah orang yang menginginkan lebih banyak barang maka harga barang akan meningkat dan begitupun sebaliknya.
- c. Lemah ataupun kuatnya kebutuhan barang besar maupun kecil begitu juga dengan persyaratan tingkat dan ukuran. Jika kebutuhan besar dan kuat, maka harga akan mengalami kenaikan dan sebaliknya apabila kebutuhan kecil maka harga akan menurun.
- d. Pembeli berkualitas, apabila pembeli merupakan orang kaya dan dapat menjadi andalan dalam membayar kembali pinjaman, maka akan semakin rendah harga yang akan diberikan dan sebaliknya apabila harga itu diberikan dengan harga yang lebih tinggi maka pembelinya akan mengalami kebangkrutan seperti mengulur-ulur pembayaran hutang dan menyangkal hutang.
- e. Jenis uang yang digunakan dalam transaksi, maka harga akan rendah. Apabila pembayaran dilakukan dengan menggunakan uang yang biasa digunakan (naqd ra'ij) dibandingkan dengan uang yang jarang digunakan.
- f. Tujuan dalam bertransaksi yaitu menghendaki mereka dengan timbal balik kepemilikan antara kedua pihak. Harga barang itu telah tersedia di pasaran lebih rendah dari harga sebuah barang yang tidak ada di pasaran. Begitu pula dengan harganya menjadi lebih rendah jika pembayaran dilakukan secara tunai dari pada pembayaran dibuat dengan mencicil.
- g. Besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen atau penjual. Semakin besar biaya yang dibutuhkan oleh pabrikan atau penjual untuk mendapatkan dan mendapatkan barang akan lebih tinggi dari harga yang diberikan, dan sebaliknya.

Ibnu Taimiyah mengemukakan pendapatnya yaitu masa sekarang mekanisme pasar sangat diperlukan untuk menentukan harga yang bisa mengalami perubahan harga yang hampir signifikan. Apabila pemerintah tidak

menekankan harganya kepada masyarakat maka akan mengalami kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Sedangkan apabila pemerintah semana-mena dalam menekankan harga di pasar, maka akan terjadi reaksi penolakan oleh pemerintah dan bisa saja demonstrasi para pedagang yang tidak mau dalam menurunkan harga. Sehingga itu bisa menggoyahkan mekanisme pasar yang biasanya dalam keadaan stabil dan berubah menjadi tidak stabil. Maka, pemerintah memang harus berlaku adil kepada masyarakat dan harus memikirkan semua pelaku pasar sehingga tidak hanya memikirkan para pembeli barang saja tapi juga para penjualnya supaya seimbang.<sup>55</sup>

c. Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun dalam kitabnya menjelaskan tentang terbentuknya harga di kota, beliau membagi fenomena harga berdasarkan jenis barang menjadi dua yaitu: pertama, barang kebutuhan pokok. Kedua, barang mewah. Menurutnya apabila suatu kota mengalami perkembangan maka selanjutnya populasi bertambah banyak atau bisa menjadi kota besa, sehingga pengadaan barang-barang kebutuhan pokok akan mendapatkan prioritas.<sup>56</sup> Empat faktor yang menurut Ibnu Khaldun, dapat mempengaruhi proses berjalannya mekanisme pasar:<sup>57</sup>

a) teori harga

Menurut Ibnu Khaldun faktor yang menetapkan penawaran merupakan permintaan, tingkat keuntungan yang relatif, tingkat usaha manusia, besarnya tenaga buruh termasuk ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, ketenangan dan keamanan, dan kemampuan teknik serta perkembangan masyarakat secara keseluruhan.<sup>58</sup>

b) spesialisasi kerja

Dari sudut tenaga kerja terbagi menjadi dua sebagai berikut: pertama, tenaga kerja untuk mengerjakan barang-barang (objek) untuk memenuhi

---

<sup>55</sup> Pratomo, K., & Taufik, T. (2018). Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga dalam Perekonomian Islam (Studi Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(03), 213-216.

<sup>56</sup> *Op. cit.* Siti Rahmawati. Hal 217

<sup>57</sup> Hidayatullah, I. (2018). Pandangan Ibnu Khaldun Dan Adam Smith Tentang Mekanisme Pasar. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 7(1), 117-145.

<sup>58</sup> Aryanti, Y. (2018). Pemikiran Ekonomi Ibn Khaldun; Pendekatan Dinamika Sosial Ekonomi dan Politik. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 2(2).

kebutuhannya sendiri (subjek), dinamakan “ma’asy (penghidupan). Kedua, tenaga untuk mengerjakan barang-barang yang memenuhi kebutuhan orang banyak (massaal subjektif), dinamakan “tamawwul” (perusahaan).<sup>59</sup>

c) Negara (pemerintah)

Apabila ada campur tangan pemerintah dalam pasar Ibnu Khaldun tidak setuju karena untuk bertindak sebagai pedagang yang membeli barang pada harga terendah kemudian menunggu kesempatan untuk menjualnya dengan harga yang sangat tinggi jika ada kebutuhan akan produk. Menurut Ibnu Khaldun ini merupakan melanggar hukum pada uang rakyat. Ibnu Khaldun menekankan perdagangan bebas dari gangguan apapun yang dapat merusak pasar dengan memasukkan objek yang tidak berhubungan dengan teori penawaran dan permintaan.<sup>60</sup>

## 2. Intervensi dan Regulasi Pasar

Menurut Islam negara memiliki hak untuk melakukan intervensi dalam kegiatan ekonomi baik itu dalam bentuk pengawasan, pengaturan maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh masyarakat. Dalam konsep ekonomi Islam, cara pengendalian harga ditentukan oleh penyebabnya. Bila penyebabnya adalah perubahan pada *Genuine demand* dan *Genuine supply*, maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui *market intervention* (kontrol harga). Sedangkan bila penyebabnya adalah distorsi *Genuine demand* dan *Genuine supply*, maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui penghilangan distorsi termasuk penentuan *price intervention* untuk mengembalikan harga pada keadaan sebelum distorsi.<sup>61</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah, keabsahan pemerintah dalam menetapkan kebijakan intervensi dapat terjadi pada situasi dan kondisi sebagai berikut:

---

<sup>59</sup> Huda, C. (2013). Pemikiran Ekonomi Bapak Ekonomi Islam; Ibnu Khaldun. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 103-124.

<sup>60</sup> Januari, Y. (2016). *Pemikiran Ekonomi Islam: Dari Masa Rasulullah Hingga Masa Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

<sup>61</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

Pertama, produsen tidak mau menjual produknya kecuali pada harga yang lebih tinggi dari pada harga umum pasar, padahal konsumen membutuhkan produk tersebut. Kedua, terjadi kasus monopoli (penimbunan). Ketiga, terjadi keadaan Al-Hasr (pemboikotan), di mana distribusi barang hanya terkonsentrasi pada satu penjual atau pihak tertentu. Penetapan harga di sini untuk menghindari penjualan barang tersebut dengan harga yang ditetapkan sepihak dan semena-mena oleh pihak penjual tersebut. Keempat, terjadi koalisi dan kolusi antar penjual (kartel) di mana sejumlah pedagang sepakat untuk melakukan transaksi di antara mereka, dengan harga di atas ataupun di bawah harga normal. Terakhir, produsen menawarkan produknya pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta pada harga yang terlalu rendah menurut produsen.<sup>62</sup>

Adapun tujuan adanya intervensi pasar yang dilakukan oleh pemerintah menurut Ibnu Qudamah al Maqdisi adalah sebagai berikut: Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat, untuk mencegah ihtikar dan ghaban faa-hisy (mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dan menjual diatas harga pasar), dan untuk melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.<sup>63</sup>

Adapun regulasi harga (bagian dari intervensi Pemerintah) memiliki 3 fungsi, yaitu fungsi ekonomi (berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan peningkatan pendapatan masyarakat miskin melalui alokasi dan relokasi sumber daya ekonomi), fungsi sosial (mempersempit kesenjangan antara masyarakat kaya dan masyarakat miskin), dan fungsi moral (upaya menegakkan nilai-nilai Islami dalam aktivitas perekonomian).

### **3. Distorsi Pasar**

#### **a. Penimbunan Barang (Ihtikar)**

---

<sup>62</sup> Adiwarmarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011.

<sup>63</sup> *Ibid*

Pedagang dilarang melakukan *ihthikar*, yaitu melakukan penimbunan barang dengan tujuan spekulasi, sehingga ia mendapatkan keuntungan besar di atas keuntungan normal atau dia menjual hanya sedikit barang untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi, sehingga mendapatkan keuntungan di atas keuntungan normal. Dalam ilmu ekonomi hal ini disebut dengan *monopoly's rent seeking*.<sup>64</sup>

Di kalangan ulama memang terdapat perbedaan tentang barang yang terlarang untuk dijadikan obyek *ihthikar*. Namun, tampaknya ada kesamaan persepsi tentang tidak bolehnya *ihthikar* terhadap kebutuhan pokok. Imam Nawawi dengan tegas mengatakan *ihthikar* terhadap kebutuhan pokok haram hukumnya. Pendapat An-Nawawi ini sangat rasional, karena kebutuhan pokok menyangkut hajat hidup orang banyak. Namun harus dicatat, bahwa banyak sekali terjadi pergeseran kebutuhan. Dulu mungkin suatu produk tidak begitu dibutuhkan dan tidak mengganggu kehidupan sosial, tetapi kini produk itu mungkin menjadi kebutuhan utama, misalnya minyak, obat-obatan, dsb. Karena itu kita tak boleh terjebak kepada klasifikasi barang yang tak boleh ditimbun dan barang yang boleh, tetapi perlu dirumuskan bahwa setiap penimbunan yang bertujuan untuk kepentingan spekulasi sehingga dampaknya mengganggu pasar dan sosial ekonomi, maka ia dilarang.<sup>65</sup>

Suatu kegiatan masuk dalam kategori *ihthikar* apabila tiga unsur berikut terdapat dalam kegiatan tersebut untuk mengupayakan adanya kelangkaan barang baik dengan cara menimbun *stock* atau mengenakan *entry barrier*, menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan, serta

---

<sup>64</sup> Lukmanul Hakim, "Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam", Ekomadania, Vol. 1, No.1, 2017.

<sup>65</sup> Muhammad Deni Putra, "Dampak Ikhtikar Terhadap Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam", Jurnal Imara, Vol.3, No. 2, 2019.

mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan sebelum komponen 1 dan 2 dilakukan.

Pasar monopoli adalah struktur pasar yang sangat bertentangan dengan mekanisme pasar sehat dan sempurna. Monopoli adalah bentuk pasar dimana hak penguasaan terhadap perdagangan hanya dipegang atau dimiliki oleh satu orang. Praktek bisnis ini mencegah adanya perdagangan bebas dan menghambat manusia untuk mendapatkan harga yang adil dan sesuai, maka jelas hal ini sangat bertentangan dengan ajaran Islam, yang mengajarkan kemerdekaan dan keadilan di dalam perdagangan. Islam menginginkan agar harga yang adil dan *fair*. Oleh karena itulah pengambilan metode ini yang hanya akan menimbulkan kebaikan harga sesaat ditentang dan ditolak dalam Islam. Ciri-ciri monopoli menurut Sadono Sukirno, di dalam bukunya “Pengantar Teori Mikro ekonomi”, bahwa ciri-ciri pasar monopoli adalah sebagai berikut:<sup>66</sup>

Pasar monopoli adalah industri satu perusahaan. Barang atau jasa yang dihasilkannya tidak dapat dibeli dari tempat lain. Para pembeli tidak mempunyai pilihan lain, kalau mereka menginginkan barang tersebut maka mereka harus membeli dari perusahaan/penjual tersebut. Syarat-syarat penjualan sepenuhnya ditentukan oleh monopoli itu, dan para pembeli tidak dapat berbuat suatu apapun di dalam menentukannya syarat jual beli.

Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Barang yang dihasilkan perusahaan monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain yang ada di dalam pasar. Barang tersebut merupakan satu-satunya jenis barang dan tidak terdapat barang mirip yang dapat menggantikan barang tersebut. Aliran listrik adalah contoh dari barang yang tidak mempunyai pengganti yang mirip. Yang ada hanyalah barang pengganti yang sangat berbeda sifatnya, yaitu lampu minyak. Lampu

---

<sup>66</sup> Sadono Sukirno, “*Mikroekonomi*”, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016.

minyak tidak dapat menggantikan listrik, karena ia tidak dapat digunakan untuk menghidupkan televisi dan lain-lain.

Tidak terdapat kemungkinan perusahaan lain untuk masuk ke dalam industri monopoli. Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan sebuah perusahaan mempunyai kekuasaan monopoli. Tanpa sifat ini perusahaan monopoli tidak akan terwujud, karena pada akhirnya akan terdapat beberapa perusahaan di dalam satu industri. Ada beberapa bentuk hak penguasaan atas pasar monopoli yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ada yang bersifat legal yuridis, yaitu dibatasi oleh undang-undang, ada yang bersifat teknologi, yaitu teknologi yang digunakan sangat canggih dan tidak mudah dicontoh. Dan ada pula yang bersifat keuangan, yaitu modal yang diperlukan sangat besar.

Berkuasa menentukan harga. Karena perusahaan monopoli merupakan satusatunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasainya melalui pengendalian terhadap lajunya produksi dan jumlah barang yang ditawarkan, sehingga dapat menentukan harga pada tingkat yang dikehendakinya.

Promosi iklan kurang diperlukan. Oleh karena perusahaan monopoli adalah satusatunya perusahaan di dalam industri, ia tidak perlu melakukan promosi penjualan secara iklan. Ketiadaan saingan menyebabkan semua pembeli yang memerlukan barang yang diproduksinya terpaksa membeli dari perusahaan tersebut. Walaupun perusahaan membuat iklan bukanlah bertujuan menarik pembeli, tetapi untuk memelihara hubungan baik dengan masyarakat atau membuat citra hidup konsumtif.

Selain itu, masih dalam konteks *ihthikar*, Islam mengharamkan seseorang menimbun harta. Islam mengancam mereka yang

menimbunnya dengan siksa yang sangat pedih kelak di hari kiamat.<sup>67</sup> Ancaman tersebut tertera dalam nash Alquran surat atTaubah ayat 34-35 sebagai berikut: *Artinya: Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih. Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka jahanam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu". (QS. At Taubah: 34-35).*

Menimbun harta maksudnya adalah membekukannya, menahannya, dan menjauhkannya dari peredaran. Penimbunan harta menimbulkan bahaya besar terhadap perekonomian dan terhadap moral. Penimbunan harta mempengaruhi perekonomian sebab andaikata harta itu tidak disimpan dan tidak ditahan tentu ia ikut andil dalam usaha-usaha produktif, misalnya dalam merancang rencana rencana produksi. Dengan demikian, akan tercipta banyak kesempatan kerja yang baru dan dapat menyelesaikan masalah pengangguran atau sekurang-kurangnya mengurangi pengangguran.

Kesempatan-kesempatan baru dalam berbagai pekerjaan menyebabkan terjadinya rantai perekonomian yang sangat penting. Kesempatan-kesempatan ini juga menambah pendapatan, yang akhirnya menyebabkan meningkatnya daya beli dalam masyarakat. Hal ini mendorong meningkatnya produksi, baik dengan membuat rencana-rencana baru maupun dengan memperluas rencana-rencana yang telah ada untuk menutupi kebutuhan permintaan yang semakin meningkat yang disebabkan oleh penambahan pendapatan. Meningkatnya produksi ini tentu saja menuntut pekerja-pekerja baru

---

<sup>67</sup> Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar dalam Islam", IAIN Pontianak, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 4, No.2, 2015.



yang memperoleh pendapat baru dan menambah daya beli masyarakat suatu hal yang termasuk penyebab meningkatnya produksi. Demikian seterusnya, hal yang menjadikan terciptanya situasi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dalam masyarakat.

Di dalam bukunya "*Business Ethics in Islam*", Dr. Mustaq Ahmad, lebih lanjut memberikan komentar tentang bahaya praktek penimbunan baik yang berbentuk uang tunai maupun bentuk barang, sangatlah bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam terminologi Islam, penimbunan harta seperti emas, perak, dan lainnya disebut *iktinaz*, sementara penimbunan barang-barang seperti makanan dan kebutuhan sehari-hari disebut dengan *ihtikar*.<sup>68</sup> Penimbunan barang dan pencegahan peredarannya di dalam kehidupan masyarakat sangat dicela oleh Al-Qur'an, seperti yang difirmankan Allah SWT di dalam surat At-Taubah ayat 34-35 sebagaimana yang telah disinggung sebelumnya.

Islam juga melarang praktek penimbunan makanan pokok, yang disengaja dilakukan untuk menjual jika harganya telah melambung. Pada masa ke khalifahannya, "Umar bin Khattab mengeluarkan sebuah peringatan keras terhadap segala praktek penimbunan barang-barang yang menjadi kebutuhan masyarakat. Dia tidak memperbolehkan seorang pun dari kaum muslimin untuk membeli barang-barang sebanyak banyaknya dengan niatan untuk dia timbun.

Menurut al-Maududi, larangan terhadap penimbunan makanan, disamping untuk memberikan pelayanan pada tujuan-tujuan tertentu, ia juga bertujuan untuk mengeleminasi kejahatan "*black market*" (pasar gelap) yang biasanya muncul seiring dengan adanya penimbunan tersebut. Rasulullah SAW ingin membangun sebuah pasar bebas. Dengan demikian harga yang adil dan masuk akal bisa muncul dan berkembang sebagai hasil dari adanya kompetisi yang terbuka. Azar,

---

<sup>68</sup> Mustaq Ahmad, *Business Ethics in Islam, International Institute of Islamic Thought*, Terj, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001.

seorang sahabat Rasulullah SAW yang sangat kritis dalam menyingkapi penimbunan harta benda ini, berkeyakinan bahwasanya penimbunan harta itu adalah haram, meskipun telah dibayar zakatnya.<sup>69</sup>

b. Penentuan Penetapan Harga

*Tas'ir* (penetapan harga) merupakan salah satu praktek yang tidak dibolehkan oleh syariat Islam. Pemerintah ataupun yang memiliki otoritas ekonomi tidak memiliki hak dan wewenang untuk menentukan harga tetap untuk sebuah komoditas, kecuali pemerintah telah menyediakan pada para pedagang jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan, atau melihat dan mendapatkan kezaliman-kezaliman di dalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat.<sup>70</sup>

Dari sini jelas bahwasanya tidak dibenarkan adanya intervensi atau control manusia dalam penentuan harga itu, sehingga akan menghambat hukum alami yang dikenal dengan istilah supply and demand. Yang serupa dengan *tas'ir* (penetapan harga) dan sama terkutuknya adalah praktek bisnis yang disebut dengan proteksionisme. Ini adalah bentuk perdagangan dimana negara melakukan pengambilan *tax* (pajak) baik langsung maupun tidak langsung kepada para konsumen secara umum. Dengan kata lain, ini adalah sebuah proses dimana negara memaksa rakyat untuk membayar harga yang sangat tinggi pada produksi local dengan melakukan proteksi pada para pelaku bisnis agar terhindar dari kompetisi internasional.

Proteksionisme tidak dihalalkan karena akan memberikan keuntungan untuk satu pihak dan akan merugikan dan menghisap pihak lain, yang dalam ini adalah masyarakat umum. Lebih dari itu,

---

<sup>69</sup> *Ibid.*

<sup>70</sup> Erni Yusnita, "Analisis Mekanisme Pasar Menurut Perspektif Islam di Kabupaten Mandailing Natal", *Islamic Business and Finance*, Vol. 1, No.1,

proteksi juga merupakan sebab utama terjadinya inflasi dan akan mengarah pada munculnya kejahatan bisnis yang berbentuk penyelundupan pasar gelap (*black market*), pemalsuan dan pengambilan untung yang berlebihan. Ibnu Qayyim mengatakan, bahwa proteksi merupakan bentuk Tindakan ketidakadilan, yang terjelek/terburuk. Dia menyatakan bahwa proteksi sangat berbahaya bagi kedua belah pihak baik protector maupun orang yang diproteksi, dengan alasan bahwa ini adalah tindakan peningkatan hak kemerdekaan berdagang yang Allah SWT berikan.<sup>71</sup>

c. *Riba*

Salah satu ajaran Islam yang penting untuk menegakkan keadilan dan menghapuskan eksploitasi dalam transaksi bisnis adalah dengan melarang Riba. Al-quran sangat mengecam keras pemakan Riba dan menyebutnya sebagai penghuni neraka yang kekal selamanya di dalamnya (QS.2:275). Riba termasuk transaksi yang bathil, bahkan hampir semua ulama menafsirkan firman Allah ”memakan harta dengan bathil” itu dengan Riba dalam firman Allah Al-Baqarah: 188. “Dan janganlah Sebagian kamu memakan sebagian harta yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan Sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”. (QS. Al-Baqarah:188).

Riba secara etimologis berarti penambahan. Secara terminologi syar’i Riba ialah, penambahan tanpa adanya ’iwadh. Secara teknis, maknanya mengacu kepada premi yang harus dibayar si peminjam kepada pemberi pinjaman bersama dengan pinjaman pokok yang

---

<sup>71</sup> Muh. Nuralamsyah, “Pemikiran Ibnu Khaldun tentang Mekanisme Pasar dalam Membentuk Harga”, Skripsi UIN Alauddin, 2019.

disyaratkan sejak awal. Penambahan dari pokok itu disyaratkan karena adanya nasi'ah (penangguhan).

d. *Tadlis*

Tadlis ialah Transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak *unknown to one party*. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). Mereka harus mempunyai informasi yang sama (*complete information*) sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi/ditipu karena ada sesuatu yang *unknown to one party* (keadaan di mana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain, ini merupakan *asymmetric information*. *Unknown to one party* dalam bahasa fikihnya disebut *tadlis* (penipuan), dan dapat terjadi dalam 4 (empat) hal, yakni dalam Kuantitas, Kualitas, Harga dan Waktu Penyerahan.<sup>72</sup>

e. *Jual Beli Gharar*

Jual beli *gharar* ialah suatu jual beli yang mengandung ketidakjelasan atau ketidakpastian. Jual beli *gharar* dan *tadlis* sama-sama dilarang, karena keduanya mengandung *incomplete information*. Namun berbeda dengan *tadlis*, dimana *incomplete information*nya hanya dialami oleh satu pihak saja (*unknown to one party*), misalnya pembeli saja atau penjual saja, dalam *gharar incomplete information* dialami oleh dua pihak, baik pembeli maupun penjual. Jadi dalam *gharar* terjadi ketidakpastian (ketidakjelasan) yang melibatkan dua pihak. Contohnya jual beli ijon, jual beli anak sapi yang masih dalam kandungan induknya, menjual ikan yang ada di dalam kolam, dsb. Sebagaimana *tadlis*, jual beli *gharar* juga terjadi pada empat hal, yaitu: kualitas, kuantitas, harga dan waktu.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar dalam Islam", IAIN Pontianak, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 4, No.2, 2015.

<sup>73</sup> Lukmanul Hakim, "Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam", Ekomadania, Vol. 1, No.1, 2017.

f. Tindakan Melambungkan Harga

Islam sangat tidak mentolerir semua tindakan yang akan melambungkan harga-harga dengan zalim. Beberapa praktek bisnis yang akan bisa menimbulkan melambungnya harga-harga tersebut adalah sebagai berikut:<sup>74</sup>

Larangan *maks* (pengambilan bea cukai/pungli). Pembebanan bea cukai sangatlah memberatkan dan hanya akan menimbulkan melambungnya secara tidak adil, maka Islam tidak setuju dengan cara ini. Rasulullah Saw dalam hal ini bersabda, “*Tidak akan masuk syurga orang yang mengambil beacukai*”, karena pembebanan beacukai sangat memberatkan dan hanya akan menimbulkan melambungnya harga secara tidak adil, maka Islam tidak setuju dengan cara ini. Khalifah ‘Umar bin ‘Abdul Aziz, telah menghapuskan bea cukai. Dia menafsirkan bahwa *maks* serupa dengan *bakhs* (pengurangan hak milik seseorang), yang secara keras ditentang oleh Alquran. (QS. Hudd: 85).

Larangan *najsy*. *Najsy* adalah sebuah praktek dagang dimana seseorang pura pura barang yang didagangkan dengan maksud hanya untuk menaikkan harga, agar orang lain bersedia membeli dengan harga itu, Ibnu ‘Umar r.a. berkata: “Rasulullah SAW melarang keras praktek jual beli *najsy*”. Di dalam hadits yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, Rasulullah SAW bersabda: “*Janganlah kamu sekalian melakukan penawaran barang tanpa maksud untuk membeli*”. (HR.Tirmidzi). Transaksi *najsy* diharamkan dalam perdagangan karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga yang lebih tinggi, agar orang lain tertarik pula untuk membelinya. Si Penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli yang sebelumnya orang ini telah

---

<sup>74</sup> Akramunnas, Ekonomi Islam Suatu Pengantar, Tasikmalaya: Edu Publisher, 2021.

melakukan kesepakatan dengan penjual. Akibatnya terjadi permintaan palsu (*false demand*). Tingkat permintaan yang terjadi tidak dihasilkan secara alamiah. Penjelasan grafis *bai najasy* diperlihatkan pada gambar berikut.

Larangan *ba'i ba'dh 'ala ba'dh*. Praktek bisnis ini maksudnya adalah dengan melakukan lonjakan atau penurunan harga oleh seseorang dimana kedua belah pihak yang terlibat tawar menawar masih melakukan *dealing*, atau baru akan menyelesaikan penetapan harga. Rasulullah SAW dalam sebuah haditsnya melarang praktek semacam ini karena hanya akan menimbulkan kenaikan harga yang tak diinginkan. Rasulullah SAW bersabda: “*Janganlah sebagian dari kamu menjual atau penjualan sebagian yang lain*” (HR. Tirmidzi)

Larangan *tallaqi al-rukban*. Praktek ini adalah sebuah perbuatan seseorang dimana dia mencegatorang-orang yang membawa barang dari desa dan membeli barang itu sebelum tiba di pasar. Rasulullah SAW melarang praktek semacam ini dengan tujuan untuk mencegah terjadinya kenaikan harga. Rasulullah memerintahkan suplai barang-barang hendaknya dibawa langsung ke pasar hingga para penyuplai barang dan para konsumen bisa mengambil manfaat dari adanya harga yang sesuai dan alami.

Larangan *ba'al hadir lil bad*. Praktek perdagangan seperti ini sangat potensial untuk melambungkan harga dan sangat dilarang oleh Rasulullah SAW. Praktek ini mirip dengan *tallaqi al-rukban*, yaitu dimana seseorang menjadi penghubung atau makelar dari orang-orang yang datang dari Gurun Saraha atau perkampungan dengan konsumen yang hidup di kota. Makelar itu kemudian menjual barang-barang yang dibawa oleh orang-orang desa itu pada orang kota dimana dia tinggal dan mengambil keuntungan yang demikian besar, dan keuntungan yang diperoleh dari harga yang naik dia ambil untuk dirinya sendiri, Rasulullah SAW sebagaimana yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas r.a. bersabda: “*Janganlah kalian memenuhi para khalifah*

*di jalan (untuk membeli barang-barang mereka dengan niat membiarkan mereka tidak tahu harga yang berlaku di pasar), seorang penduduk kota tidak diperbolehkan menjual barang-barang milik penghuni padang pasir. Dikatakan kepada Ibnu Abbas: “apa yang dimaksud menjual barang-barang seorang penghuni padang pasir oleh seorang penduduk kota?” Ia menjawab: “Tidak menjadi makelar mereka”. (HR. Muslim).*

#### **D. Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam dalam bahasa Arab disebut al-iqtishad al-islami. Al-iqtishad berarti al-qashdu dalam bahasa, itu tengah dan benar. Pemahaman tentang jalan tengah dan kebenaran ini dapat ditemukan dalam Al Qur'an, yang mencakup “Dan sederhanalah kamu dalam berjalan.” (Luqman: 19) dan “Di antara mereka ada golongan yang pertengahan.” (al-Maidah: 66). Maksudnya, orang yang berlaku jujur, lurus, dan tidak menyimpang dari kebenaran.

Iqtishad (Ekonomi) didefinisikan oleh pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi kekayaan, distribusi dan konsumsi. Ekonomi secara umum didefinisikan sebagai studi tentang perilaku manusia yang terkait dengan penggunaan sumber daya produktif yang langka untuk produksi dan konsumsi. Jadi, bidang ekonomi adalah perilaku manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi.<sup>75</sup>

Sedangkan Ekonomi Islam menurut Abdul Mun'in al Jamal adalah kumpulan pengetahuan dasar umum tentang ekonomi yang disarikan dari Al-Qur'an al-Karim dan Hadits. Hampir sejalan dengan definisi tersebut, Muhammad Abdul Manan meyakini bahwa ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi umat yang dijiwai oleh nilai-nilai Islam. Ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi umat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Hasanuzzaman mendefinisikan

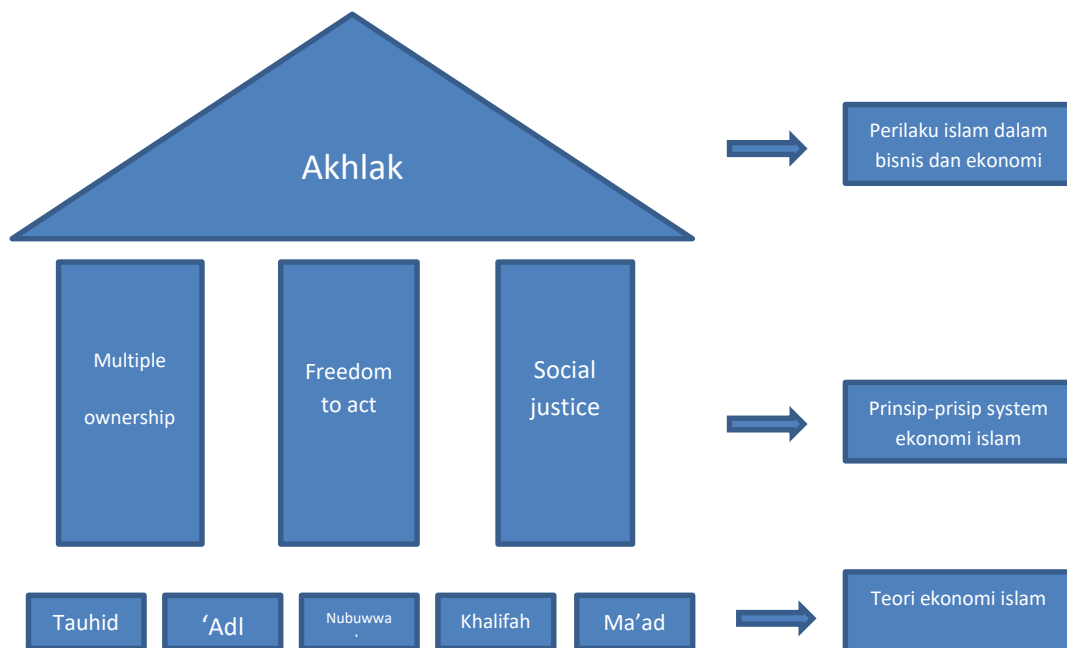
---

<sup>75</sup> M Nur Rianto, *Teori Mikroekonomi (Suatu perbandingan ekonomi islam dan ekonomi konvensional)*, Jakarta: Kencana, 2010.

ekonomi Islam sebagai pengetahuan dan penerapan ajaran dan aturan ajaran Islam untuk mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber daya material untuk memenuhi kebutuhan manusia sehingga mereka dapat memenuhi kewajibannya kepada Tuhan dan masyarakat.<sup>76</sup>

### 1. Prinsip Ekonomi Islam

Secara umum, prinsip-prinsip ekonomi Islam dibagi menjadi tiga bagian. Prinsip-prinsip ekonomi Islam didasarkan pada lima nilai universal, termasuk tauhid (iman), 'adl (keadilan), nubuwah (nubuat), khilafah (pemerintah), dan ma'ad (hasil). Dari lima nilai universal tersebut dikonstruksikan tiga prinsip turunan, yaitu kepemilikan ganda, kebebasan bertindak, keadilan sosial, dan terakhir moralitas.<sup>77</sup>



Kelima nilai universal tersebut memiliki fungsi seperti pondasi, yaitu untuk menentukan kokoh tidaknya suatu bangunan. Tauhid (Keesaan Allah), berarti bahwa segala sesuatu yang kita lakukan di dunia ini akan dikaitkan dengan Allah di kehidupan berikutnya. 'Adl (keadilan), artinya Allah memerintahkan manusia untuk berlaku adil, bukan menindas orang lain untuk keuntungan

<sup>76</sup> Muhammad Abd Al-Mun 'In Al-Jamal, *Mausu'ah al-Iqtishad Al-Islami*, Kairo: Dar alKitab al-Misr, 1980, h.14.

<sup>77</sup> Ickhsanto Wahyudi, *Ekonomi Syariah*, Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.



pribadi. Nubuwwah (kenabian), dengan sifat dan sikap seorang nabi sebagai model bagi semua aktivitas di dunia. Khilafah (pemerintah), peran pemerintah adalah memastikan tidak ada distorsi sehingga perekonomian dapat berfungsi dengan baik. Ma'ad (hasil), dalam Islam hasil (keuntungan) yang diperoleh di dunia juga merupakan keuntungan di akhirat.<sup>78</sup>

Bagian kedua berfungsi sebagai tiang, merupakan nilai turunan dan universal. Kepemilikan multitipe merupakan turunan dari nilai tauhid dan 'adl. Islam mengakui kepemilikan pribadi, negara dan campuran, tetapi pemilik utamanya adalah Allah SWT. Kebebasan bergerak (freedom to act or try) merupakan turunan dari nilai-nilai nubuwah, 'adl dan khilafah. Nilai ini berarti bahwa setiap orang memiliki kebebasan untuk mengamalkan Islam. Dalam muamalah, manusia harus meniru sifat para rasul (siddiq, amanah, fathanah, tabligh). Selanjutnya mereka harus menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan mentaati aturan yang berlaku pada pemerintah agar tidak mendistorsi perekonomian. Keadilan sosial merupakan derivasi dari nilai-nilai khilafah dan gila. Nilai ini mengandung makna bahwa pemerintah bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dasar dan menciptakan keseimbangan sosial sehingga tidak terjadi ketimpangan antara kaya dan miskin.<sup>79</sup>

Seperti halnya fungsi atap sebuah bangunan, nilai yang digunakan untuk melindungi bangunan dari ancaman eksternal adalah etika. Moralitas adalah sikap perilaku manusia dan diharapkan sesuai dengan teori dan institusi ekonomi Islam.

Konsep ekonomi kreatif yang termanifestasi dalam praktek industri kreatif pada intinya merupakan pemanfaatan sumber daya manusia berupa ide, bakat dan pemikiran untuk mengembangkan, mengelola serta memanfaatkan sumber daya alam yang ada, Maka

---

<sup>78</sup> *Ibid*

<sup>79</sup> *Ibid*

satu hal yang perlu digaris bawahi yaitu ide dan pengetahuan sebagai fondasi dasar. Jika dalam ekonomi islam, manusia, ide dan pemikirannya harus tetap pada batas-batas syariat yang telah ditetapkan oleh Allah SWT, contoh sederhananya yaitu manusia memiliki pemikiran untuk membuat usaha *fashion*, ia bebas mengekspresikan kreativitasnya tetapi yang perlu diperhatikan adalah pakaian yang dijual tersebut harus sesuai syariat, yaitu tidak mengumbar aurat, sopan, dibuat dari bahan yang halal dan dijual juga dengan cara yang islami.

## 2. Kegiatan Produksi Dalam Islam

Menyinggung esensi dari kegiatan ekonomi kreatif yang outputnya adalah memproduksi suatu barang atau jasa, begitupun juga dengan islam yang senantiasa mendorong umatnya untuk melakukan pembangunan, termasuk di dalamnya pemabangunan ekonomi. Maka bisa dikatakan kegiatan produksi merupakan salah satu kegiatan yang dimotivasi dalam islam.<sup>80</sup>

Agar perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dan mengoptimalkan efisiensi produksi, literatur tradisional mengusulkan teori produksi untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana perusahaan berperilaku ketika membeli dan menggunakan input untuk memproduksi dan menjual output atau produk.

Jika dalam literatur ekonomi Islam, Imam Anzali, sebagai salah seorang ahli ekonomi Islam yang menaruh perhatian pada teori produksi, menggambarkan berbagai unsur dan fungsi produksi dalam kehidupan manusia, singkatnya, semua Manual tenaga kerja dan usaha untuk mengelola kekayaan yang tinggi. menghasilkan sumber daya. Ia juga menegaskan bahwa kegiatan produksi untuk

---

<sup>80</sup> Yadi Januari, *Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Rasulullah Hingga Masa Kontemporer*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016, h. 26

kepentingan masyarakat, yakni selain perlu kerjasama dan koordinasi juga sejalan dengan prinsip-prinsip dasar etika profesi Islam.

Mengingat firman Allah dalam Al-Qur'an surah Ibrahim ayat 32 yang berbunyi :

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْآنْهَارَ

Allahlah yang telah menciptakan langit dan bumi, menurunkan air (hujan) dari langit, lalu dengan (air hujan) itu Dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rezeki untukmu. Dia juga telah menundukkan kapal bagimu agar berlayar di lautan dengan kehendak-Nya. Dia pun telah menundukkan sungai-sungai bagimu.

Senada dengan firman di atas secara tidak langsung produksi lahir dari menyatunya manusia dengan alam, dengan turunnya ketetapan Allah mengenai manusia yang berperan sebagai khalifah maka sudah jelas bahwa manusia bertugas mengolah segala sumber daya yang terhampar di bumi secara efisien dan optimal agar kesejahteraan dapat tercipta. Selain itu nilai universal dalam aktivitas produksi menurut islam yaitu sumber-sumber produksi harus halal dan baik untuk diproduksi, serta output produksi harus bermanfaat dan tidak menzalimi pihak lain.<sup>81</sup>

Dalam islam sendiri terdapat enam faktor produksi yaitu: lingkungan, sumber daya alam, sumber daya manusia yang mencakup tenaga kerja dan manajemen, modal, masyarakat, bimbingan serta berkat Allah.<sup>82</sup>

Lingkungan merupakan *faktor pertama* yang menentukan produksi untuk dipertimbangkan sejak manusia ditetapkan untuk

<sup>81</sup> Adiwarmanto A, *Ekonomi Mikro Islami*, Depok: Rajawali Pers, 2017, h. 127-129.

<sup>82</sup> Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Rasulullah Hingga Masa Kontemporer*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016, h. 27-28.

memanfaatkan dan melestarikan lingkungan sebagai salah satu ciptaan tuhan. Dalam menjalankan proses produksi harus memperhatikan lingkungan sekitar, dilarang keras manusia merusak keseimbangan lingkungan tersebut. Dalam hal ini mengambil contoh dengan tidak sembarangan membuang limbah hasil produksi ke lingkungan sekitar.

Sumber daya alam menempati *faktor kedua* dalam produksi, alam memiliki berbagai anugerah yang bisa dikelola, yang dimaksud produksi dalam islam yaitu memanfaatkan sumber daya alam yang diberikan oleh Allah untuk pembangunan ekonomi selama tidak merusak alam sehingga ekosistem nya tetap terjaga. *Faktor ketiga* yaitu manusia, dalam islam disamping yang telah disebutkan sebelumnya mengenai peran manusia, sebagai faktor produksi manusia tidak terbatas sebagai tenaga kerja saja, tetapi juga meliputi pengorganisasian, manajemen, dan kewirausahaan.

*Faktor keempat* yaitu modal, telah ditekankan dalam Al-Qur'an dan Hadist bahwa kekayaan harus dialokasikan sebagai modal perputaran produksi, bukan konsumsi semata. Disamping modal sebagai bagian yang penting dalam produksi, juga investasi tidak akan berjalan mulus jika tidak disokong oleh kekayaan atau modal yang cukup.

*Faktor kelima* produksi dalam islam yaitu masyarakat. Berbeda dengan konsep ekonomi barat, dalam ekonomi islam masyarakat menjadi salah satu bagian dari faktor produkis, karena posisi masyarakat disini sebagai konsumen yang menentukan barang atau jasa apa yang akan diproduksi. Dilain sisi produksi dalam islam berorientasi dalam memberikan layanan kepada masyarakat, karena pelayanan yang baik kepada masyarakat akan bisa memaksimalkan manfaat dari produksi itu sendiri.

*Faktor keenam* yang menjadi pembeda dengan sistem ekonomi lainnya yaitu bimbingan dari Allah. Dalam keseharian umat islam diperintahkan untuk selalu mengingat Allah sebagai Tuhan semesta alam, termasuk di dalamnya ketika melakukan tindakan produksi. Satu pemahaman yang melekat yaitu tugas manusia hanya berusaha sedangkan Allah lah yang menentukan, dalam hal produksi keberhasilannya tidak lain karena ada campur tangan bisa berupa berkah dari Allah.

### **3. Etika Bisnis dalam Islam**

Islam sebagai agama yang sempurna (kaffah) memiliki memberikan aturan bagi manusia untuk melakukan sesuatu aktivitas. Semua peraturan adalah untuk semua orang di menjalankan aktivitasnya sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dengan mengikuti aturan Islam, manusia tidak hanya dapat mencapai tujuan material tetapi spiritual berdasarkan falah (kesejahteraan).

Pencapaian tujuan berupa Farah erat kaitannya dengan nilai-nilai yang dikenal dengan nilai moral. Nilai-nilai tersebut harus diwujudkan oleh manusia dalam segala aktivitas kehidupannya, baik individu maupun kolektif. Dalam Islam, terdapat prinsip-prinsip ekonomi Islam yang berhubungan langsung dengan nilai-nilai moral. Oleh karena itu, untuk mencapai kesejahteraan (falah) juga harus mengandung landasan moral. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kegiatan ekonomi (bisnis) harus didasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam meliputi prinsip kesatuan (tauhid), prinsip izin (ibahah), prinsip keadilan (al 'adl), prinsip kehendak bebas (al-hurriyah), prinsip tanggung jawab, prinsip prinsip kebenaran, keutamaan dan kejujuran, prinsip kerelaan (ar-ridha), dan prinsip kepentingan.

Persaingan menurut etika bisnis Islam adalah dilakukan dengan cara atau metode Islami dan dapat dipertanggungjawabkan menurut syara yang sarat dengan etika bisnis yang digariskan dalam ajaran Islam, yaitu memenuhi syarat dan rukun muamalah kesucian, gharar, najasy

dan maishir. Islam melarang perdagangan dalam ketidakpastian. Sistem Ekonomi Islam mensyaratkan semua kontrak komersial dilakukan secara transparan dan terbuka. Prinsip ini menjadi penting untuk menghindari fokus pada satu sisi dengan mengorbankan yang lain. Pelaku komersial dilarang keras melakukan tirani terhadap pelaku komersial lainnya.

a. Niat yang baik

Kebaikan adalah dasar dari perbuatan baik. Sebagaimana hadist Nabi .” *“Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan”*. (HR. Bukhari)

Apa yang disabdakan Nabi tidak hanya berlaku untuk urusan ibadah, tetapi juga untuk urusan umat Islam seperti kegiatan wirausaha. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi seluruh pengusaha muslim dituntut untuk selalu berorientasi pada mencari keridhaan Allah SWT.<sup>83</sup>

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾  
لَا شَرِيكَ لَهُ ۚ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾

“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. tiada sekutu bagiNya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)” (Q.S. AlAn’am: 162-163)<sup>57</sup>

Semakin mumpuni seorang wirausahawan muslim dalam mengungkapkan niat dari segala aktivitasnya, maka akan semakin banyak pertolongan dan pertolongan dari Allah. Jadi dapat dikatakan bahwa pertolongan Allah berjalan seiring dengan persiapan (niat) hati kita.

<sup>83</sup> Ma’ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari’ah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011, h.

## b. Berinteraksi dengan akhlak

Membangun ekonomi Islam karena inilah tujuan Islam dan Dakwah Nabi, yaitu menyempurnakan akhlak. Beberapa akhlak yang harus dimiliki pengusaha muslim, antara lain:

### 1) Jujur

Dalam mengembangkan aset seorang wirausahawan muslim, ia harus mengedepankan kejujuran, karena kejujuran adalah yang utama, sarana yang dapat meningkatkan kinerja bisnisnya, menghilangkan dosa, bahkan membawanya ke surga.<sup>84</sup> sebagaimana firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾  
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ  
فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar” (Q.S. Al-Ahzab:70-71)59

Begitu pentingnya kejujuran untuk berdagang karir (termasuk berwirausaha atau bisnis) Rasulullah SAW bersabda dalam haditsnya : “*Seorang pedagang yang jujur akan bersama para nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada*’ “. (HR. Bukhari)

Kejujuran ini terlihat ketika seorang pengusaha menjual dagangannya. Ia mempromosikan/menafsirkan informasi/sumpah benar atau salah yang dapat menyesatkan, seperti banyak iklan produk/jasa di TV.

<sup>84</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha..*, H. 18

Bila kita jujur, kita akan hidup harmonis dengan Allah karena Allah adalah yang maha jujur.

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَنُدْخِلُهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي  
 مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا وَعْدَ اللَّهِ حَقًّا وَمَنْ أَصْدَقُ  
 مِنَ اللَّهِ قِيلًا ﴿١٢٢﴾

“Orang-orang yang beriman dan mengerjakan amalan saleh, kelak akan Kami masukkan ke dalam surga yang mengalir sungai-sungai di dalamnya, mereka kekal di dalamnya selamanya. Allah telah membuat suatu janji yang benar. dan siapakah yang lebih benar perkataannya dari pada Allah” (AnNisa“: 122)61

Semua orang akan menyukai kita jika kita jujur, jika kita jujur karena setiap orang membutuhkan informasi yang akurat untuk mengambil keputusan. Contoh: sebagai penjual kita akan disukai pelanggan, sebagai karyawan kita akan disukai oleh bos, sebagai bos kita akan disukai oleh karyawan.

## 2) Amanah

Amanat berarti kedudukan atau tugas seorang wali (al-amin). Namun, tugas umumnya adalah melindungi sesuatu, tidak harus properti, yang harus dilindungi dan dikomunikasikan kepada seseorang. Seperti otorisasi untuk menyimpan rahasia perusahaan, otorisasi untuk melakukan pekerjaan tertentu, atau otorisasi untuk memberikan informasi kepada pihak tertentu. Dasar hukum untuk mempertahankan otorisasi tersebut tertuang dalam Al-Qur“an QS. Al-Anfal: 27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ  
 وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah



kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.(QS. Al-Anfal:27)<sup>85</sup>

Islam mengajarkan bahwa pengusaha muslim selalu merevitalisasi hatinya dengan menjaga sikap amanah setiap saat. Dengan sikap amanah ini, mereka dapat melindungi hak-hak Tuhan dan hak asasi manusia agar tidak lalai dalam memenuhi kewajibannya.

Ia tidak meremehkan atau lalai memperhatikan misi yang diberikan Allah kepadanya, karena ia tahu bahwa melanggarnya akan menjadi malapetaka baginya. Sebagaimana yang diingatkan oleh Rasulullah SAW dalam haditsnya : *“Tidaklah beriman seseorang yang tidak bisa amanah dan tidaklah dianggap beragama orang yang tidak bisa memegang perjanjian”*.(HR. Ahmad)

Kepercayaan bisnis juga dapat dilihat ketika penjual secara jujur menjual produk kepada calon pembeli yang cacat. Penjual yang jujur tidak khawatir tidak menjual karena calon pembeli mengetahui cacatnya. Dia sangat menyadari perasaan batinnya: "Satu orang tidak akan bahagia tentang apa yang terjadi pada orang lain, sama seperti dia akan tidak bahagia jika itu terjadi padanya".

Jadi, bagi seorang pengusaha muslim, keuntungan satu rupiah yang dirahmati Allah akan menjadi alasan kebahagiaannya di dunia, dan akhirat jauh lebih baik daripada jutaan rupiah yang dikutuk dan dijauhkan dari berkah. Penyebab kehancuran pemiliknya di dunia dan akhirat”.

### 3) Toleran

---

<sup>85</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, H. 11

Toleransi akan memudahkan seseorang dalam menjalankan usahanya. Ada beberapa manfaat berbisnis dengan sikap pemaaf, antara lain: memperlancar transaksi, memperlancar hubungan dengan calon pembeli, dan memperlancar arus kas. Allah berfirman .<sup>86</sup>

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolongmenolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”. (QS. Al-Maidah: 2)

Rasulullah SAW dalam sebuah haditsnya bersabda: *“Allah akan mencurahkan rahmat kepada orang yang toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran ketika menagih hutang”*. (HR. Bukhari)

#### 4) Menepati Janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan pemeluknya untuk menepati janji dan segala bentuk komitmen yang telah disepakati dalam hubungan tolong menolong antar sesama manusia.<sup>87</sup> Allah Berfirman QS. AlBaqarah: 282: 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى  
فَاكْتُبُوهُ ۗ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (QS. Al-Baqarah: 282)

Semua petunjuk yang diberikan dalam Al-Qur'an dan Nabi dalam hadits adalah alat untuk membantu pengusaha

<sup>86</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha..*, H. 22

<sup>87</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha..*, H. 23

Muslim untuk memenuhi janji yang mereka buat dan dengan demikian menghindari kategori orang munafik yang dibenci oleh Allah.<sup>88</sup>

c. Percaya pada takdir dan ridha

Pengusaha Muslim harus percaya pada takdir, baik atau buruk. Tanpa percaya pada takdir Allah, keyakinan seseorang tidak sempurna. Setelah percaya takdir, ia juga harus berdzikir, ketika ia mendapat manfaat dari kekayaan, ia harus bersyukur dan tidak gembira, sebagaimana Allah mengingatkan dalam Firman-Nya :

...فَاذْكُرُوا آلَاءَ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (٦٩)

“...Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”(QS. Al-Araf:69)

Begitu sebaliknya, berbahagialah dan sabar menghadapi dan menjalaninya, karena pasti ada hikmah yang tersembunyi dalam segala hal.

d. Bersyukur

Pengusaha muslim adalah pengusaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Syukur adalah konsekuensi logis dari rasa syukur kita kepada Allah atas nikmat yang telah diberikannya selama ini, dan ia akan selalu mengingatkannya karena Allah mengingatkannya dalam Al-Qur'an :

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ (٧)

“Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), Maka Sesungguhnya azab-Ku sangat pedih".(QS. Ibrahim:7)

<sup>88</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha...*, H. 24

Di sini syukur kepada Allah tidak hanya lisan, tetapi juga harus disertai dengan perbuatan, terutama bagi mereka yang sudah kaya dari hasil jerih payahnya.

e. Kerja sebagai ibadah

Islam menganggap bekerja sebagai kewajiban kedua setelah shalat. Jadi, jika dilakukan dengan keikhlasan, pekerjaan itu layak disembah dan dihargai. Melalui pekerjaan kita, kita tidak hanya mendukung diri kita sendiri, tetapi juga orang-orang yang kita rawat, bahkan jika kita memiliki hasil yang cukup untuk membantu orang lain yang membutuhkan.<sup>89</sup>

f. Menjaga aturan syari'ah

Islam memberikan kebebasan kepada kita untuk menjalankan perekonomian, perdagangan atau perdagangan apapun, selama perdagangan (perdagangan) tersebut tidak termasuk yang dilarang oleh syariat, seperti hadits Nabi Muhammad SAW berikut ini : *“Sembilan dari sepuluh rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan sepersepuluhnya dalam usaha beternak”*.(HR. Ibnu Manshurur)

Oleh karena itu, agar para pengusaha merasa aman dalam menjalankan usahanya (berdagang), ada baiknya kita mengajak mereka untuk melihat kembali batasan-batasan hukum Syariah yang terkait dengan praktik bisnis ini.<sup>90</sup>

Pantangan moral bisnis yang harus dihindari:

1) Maysir

Kata maysir dalam bahasa Arab berarti mendapatkan sesuatu dengan mudah tanpa usaha, atau memperoleh

---

<sup>89</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha..*, H. 26-29

<sup>90</sup> *Ibid.*, H. 30

keuntungan tanpa bekerja. Kategori Maysir mencakup bisnis yang dilakukan melalui sistem taruhan/perjudian. Al-Qur'an secara tegas melarang perjudian dalam kursus dan pengembangan bisnis, Allah berfirman QS. Al- Baqarah: 219.

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ  
لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ  
الْعَفْوُ ۗ كَذَلِكَ يَبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١٩﴾

“Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: " yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir”. (QS. Al- Baqarah: 219)

Ayat-ayat di atas dengan jelas menjelaskan bahwa segala bentuk perjudian atau perjudian dilarang, dianggap tidak adil dan sangat hina.<sup>91</sup>

## 2) Asusila (*zalim*)

Dalam Islam, kita sering mendengar ketidakadilan. Zalim artinya menyakiti diri sendiri dan orang lain. Kekerasan adalah antitesis dari prinsip keadilan. Pengusaha Islam tidak boleh merugikan mitra bisnisnya. Landasan syari'ah dalam QS. An-Nisa'': 29.<sup>92</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali

<sup>91</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000, H. 48

<sup>92</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam.*, H. 59

dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.(QS. AnNisa“: 29)

Dalam dunia bisnis, konsep tirani erat kaitannya dengan kesia-siaan, anggapan bahwa mengkonsumsi milik orang lain secara sia-sia adalah suatu ketidakadilan. Mezaliming orang lain dalam ekonomi berarti menghancurkan dan membunuh hidup mereka. Oleh karena itu, Allah mengaitkan larangan memakan harta dengan kesia-siaan dan larangan bunuh diri. Jadi, lakukanlah kesepakatan yang adil, bukan kezaliman, inilah yang disebut Al-Qur'an, dengan kata taradin (suka dan suka).<sup>93</sup>

### 3) *Gharar* (Penipuan)

Arti asli dari *Gharar* adalah al-Khatar, dan keasliannya tidak pasti. Bisnis *gharar* adalah membeli dan menjual perjanjian yang tidak dapat dipercaya, berisiko, dengan harga, barang, kondisi, dan waktu perolehan yang tidak diketahui. Oleh karena itu, orang yang melakukan transaksi tidak mengetahui batas-batas hak yang diperoleh melalui transaksi tersebut. Contoh jual beli yang termasuk *gharar* adalah membeli ikan di kolam dan buah mentah di pohon. Pendekatan *Gharar* tidak masuk akal karena kurangnya kejelasan tentang kualitas, kuantitas, harga dan waktu..<sup>94</sup>

### 4) Haram

Termasuk kemunkaran yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya dalam perilaku bisnis adalah melakukan hal-hal yang dilarang. Karena segala sesuatu yang diharamkan adalah haram, dan bagaimanapun juga adalah dosa untuk melakukannya. Juga,

---

<sup>93</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, H.40

<sup>94</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah.*, H. 49-50

secara umum, larangan berarti bahwa tindakan itu berbahaya (harmful) atau najis materialnya (tidak suci atau tidak suci).<sup>95</sup>

#### 5) Riba

Menurut Syekh Muhammad Abduh dalam Hendi Suhendi, riba adalah tambahan tambahan yang diungkapkan oleh seseorang yang memiliki harta kepada seseorang yang meminjam hartanya (uang) karena janji pembayaran peminjam tertunda. waktu yang dijadwalkan. Islam secara tegas melarang segala sesuatu yang mengandung riba karena merugikan salah satu pihak yaitu peminjam. Dengan itu Allah memperjelas hukum riba dengan firmanNya QS. Arrum: 39.<sup>96</sup>

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُو عِنْدَ  
اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ  
(٣٩)

Artinya: “dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)” (QS. Arrum: 39).

#### 6) *Iktinaz* atau *Ikhtikar*

Dalam ekonomi Islam, siapa saja bisa berbisnis. Namun, ia tidak boleh menjadi seorang ikhtikar, yaitu orang yang dengan sengaja membeli produk pangan yang dibutuhkan manusia, kemudian ia menahannya dan berniat menaikkan harga jualnya. Rasulullah SAW bersabda : Rasulullah SAW bersabda, “*Ia yang*

<sup>95</sup> Faisal Badroen, et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, H 172

<sup>96</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi..*, H. 37

*menimbun adalah orang yang berdosa: (H.R Muslim dalam sahihnya).*<sup>97</sup>

### 7) *Batil*

Menurut An-Nadawi dalam Strong Ismanthor, batil adalah segala sesuatu yang dilarang oleh hukum Syariah, seperti riba, perjudian, korupsi, penipuan dan segala sesuatu yang dilarang oleh Allah. Mengenai hal ini, Allah berfirman QS. An-Nisa<sup>40</sup>: 29.<sup>98</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa<sup>40</sup>:29)

Padahal, ayat di atas tidak hanya memuat syarat sahnya transaksi, kehendak para pihak (“taradin”), tetapi juga mengandung pengertian dan interpretasi yang luas. Melarang konsumsi properti dengan cara batil mengharuskan kita untuk mengetahui apa ruang lingkup bisnis batil<sup>99</sup>

Memakan harta dengan batil mencakup dua pengertian: memakan harta milik sendiri dan memakan harta orang lain. Makan milik sendiri sebagai sarana kesombongan, seperti menggunakannya untuk tujuan yang tidak bermoral. Memakan harta orang lain dengan batil adalah memakan riba, berjudi, menipu dan harta yang zalim, serta memakan harta benda yang

<sup>97</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2012, H. 168

<sup>98</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi..*, H. 60

<sup>99</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen..*, H. 40



diperjualbelikan barang dan jasa yang haram seperti : khamr, babi, bangkai, prostitusi (mahr al-baghi), dukun, dukun, dukun (hilwan al-khanin) dll.

Aktivitas terlarang yang harus dihindari:

1. Transaksi komersial yang dilarang oleh Islam, seperti:.
  2. Akuisisi dan penggunaan properti yang tidak tepat.
  3. Persaingan tidak sehat, seperti monopoli
  4. Pemalsuan dan penipuan, seperti: rekomendasi fiktif, iklan tidak autentik, eksploitasi perempuan di industri kosmetik dan perawatan tubuh.
- g. Bersikap rendah hati dan menghindari kesombongan

Siapa pun yang berinteraksi dengan kita - sebagai pembeli, karyawan, majikan, dll. - tidak menyukai orang yang sombong karena ketika mereka sombong, mereka mengalami harga diri yang lebih rendah.

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَخَفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ ﴿٨٨﴾

“janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman” (Al-Hijr: 88)

- h. Selalu tepat waktu karena terlatih dalam shalat

فَإِذَا قُضِيَتْ الصَّلَاةُ فَادْكُرُوا اللَّهَ قِيَامًا وَرُكُوعًا وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْ ۚ فَإِذَا اطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ ۚ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَىٰ الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَّوْقُوتًا ﴿١٠٣﴾

“Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat(mu), ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring. Kemudian apabila kamu telah merasa aman, Maka dirikanlah shalat itu (sebagaimana biasa). Sesungguhnya shalat itu adalah fardhu yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman”. (QS. An-Nisa“:103)

Disiplin akan memungkinkan kita untuk selalu memperhitungkan waktu dan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Jika kita bisa disiplin setiap saat, siapapun yang tertarik dengan kita, termasuk klien, akan dengan senang hati bekerja sama dengan kita karena mereka bisa melakukan perhitungan yang baik dalam urusan mereka sendiri.

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

##### **A. Profil Kelurahan Pakintelan**

###### **1. Kondisi Geografi dan Monografi Kelurahan Pakintelan Kecamatan Gunungpati Kota Semarang**

Kelurahan Pakintelan merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang, kelurahan yang topografinya berbukit tersebut memiliki luas wilayah sekitar 498.088 Ha yang terdiri dari tanah sawah seluas kurang lebih 258.694 Ha, tanah pekarangan kurang lebih 100.700 Ha, pemukiman kurang lebih 138.693 Ha dan lapangan olahraga kurang lebih 1 Ha. Secara administrasi sendiri Kelurahan Pakintelan berbatasan langsung dengan tiga kelurahan dan satu kecamatan, atau lebih rincinya bisa dilihat pada table tersebut:

**Tabel 3.1 Batas Wilayah Kelurahan Pakintelan**

<b>NO</b>	<b>BATAS WILAYAH</b>	<b>DESA/KELURAHAN</b>	<b>KECAMATAN</b>
1	Sebelah barat	Mangunsari	Gunungpati
2	Sebelah utara	Patemon	Gunungpati
3	Sebelah timur	Pudakpayung	Banyumanik
4	Sebelah selatan	Sumurrejo	Gunungpati

Sumber : Profil Kelurahan Pakintelan 2021

Dengan gambaran lokasi yang cukup luas sebagaimana telah dijabarkan di atas, berdasarkan data monografi yang penulis dapat dari kantor kelurahan, penduduk Kelurahan Pakintelan sendiri berjumlah 6131 jiwa dari 2018 kepala keluarga, sedangkan dari segi rentang usia dan pendidikan untuk lebih rincinya bisa dilihat pada tabel 3.2 dan 3.3 berikut.

**Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Warga Pakintelan Berdasarkan Usia**

<b>NO</b>	<b>USIA</b>	<b>JUMLAH</b>
1	Usia 0 – 15 tahun	1.291
2	Usia 15 -65 tahun	4.519
3	Usia 65 tahun keatas	321
<b>TOTAL</b>		6.131

Sumber : Profil Kelurahan Pakintelan 2021

**Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Lulusan Pendidikan**

<b>NO</b>	<b>LULUSAN PENDIDIKAN</b>	<b>JUMLAH</b>
1	Taman Kanak-Kanak	490 Orang
2	Sekolah Dasar	1.635 Orang
3	Sekolah Menengah Pertama	1.693 Orang
4	Sekolah Menengah Atas	703 Orang
5	Akademi / D1 – D3	22 Orang
6	Sarjana	30 Orang
7	Pascasarjana	4 Orang
8	Pondok Pesantren	4 Orang
9	Pendidikan Keagamaan	4 Orang

Sumber : Profil Kelurahan Pakintelan 2021

Jarak antara Kelurahan Pakintelan dengan Ibukota Provinsi dan pusat pemerintahan kota sendiri kurang lebih 17 Km atau sekitar 30 menit jika menggunakan kendaraan bermotor, meskipun begitu jarak untuk ke pusat keramaian yang terletak di Kecamatan Gunungpati tidak jauh hanya 2 Km yang artinya untuk menunjang ketersediaan baik kebutuhan primer maupun sekunder dapat diperoleh dengan mudah. Disamping itu untuk prasarana umum di kelurahan tersebut sudah cukup seperti aula, posyandu, masjid dan sekolah.

**Tabel 3.4 Sarana dan Prasarana di Kelurahan Pakintelan**

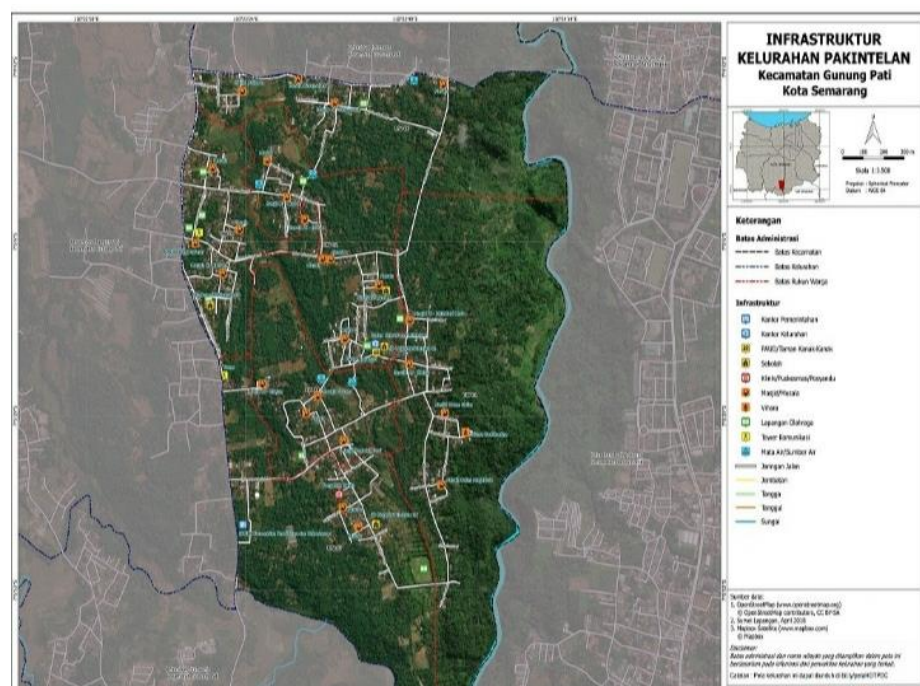
<b>PRASARANA KESEHATAN</b>
----------------------------

1	Puskesmas	Tidak ada
2	UKBM (Posyandu)	7 (Tujuh) buah
3	Poliklinik	Tidak ada
<b>PRASARANA PENDIDIKAN</b>		
1	PAUD	2 (Dua) buah
2	TK	3 (Tiga) buah
3	SD	3 (Tiga) buah
4	SMP	1 (Satu) buah
5	SMA	1 (Satu) buah
6	Perguruan Tinggi	Tidak ada
<b>PRASARANA IBADAH</b>		
1	Masjid	8 (Delapan) buah
2	Musholla	18 (Delapan belas) buah
3	Gereja	Tidak ada
4	Pura	Tidak ada
5	Vihara	1 (Satu) buah
6	Klenteng	Tidak ada
<b>PRASARANA UMUM</b>		
1	Olahraga	7 (Tujuh) buah

2	Kesenian/Budaya	4 (Empat) buah
3	Balai Pertemuan	1 (Satu) buah

Sumber : Profil Kelurahan Pakintelan 2021

**Gambar 3.1**  
**Peta Wilayah Kelurahan Pakintelan**



## 2. Visi dan Misi Kelurahan Pakintelan

### a. Visi

Semarang kota perdagangan dan jasa yang hebat menuju masyarakat semakin sejahtera.

### b. Misi

- 1) Mewujudkan kehidupan masyarakat yang berbudaya dan berkualitas.

- 2) Mewujudkan pemerintahan yang semakin handal untuk meningkatkan pelayanan publik.
- 3) Mewujudkan kota metropolitan yang dinamis dan berwawasan lingkungan.
- 4) Memperkuat ekonomi kerakyatan berbasis keunggulan lokal dan membangun iklim usaha yang kondusif.

### 3. Susunan Pemerintahan dan Tata Kerja

Kelurahan adalah pembagian administratif Kelurahan di Indonesia. Dalam konteks otonomi daerah di Indonesia, kelurahan merupakan wilayah kerja lembaga lurah sebagai daerah kabupaten atau kota. Kelurahan dipimpin oleh Lurah, seorang PNS.

#### a. Perangkat Kelurahan

Perangkat kelurahan terdiri dari : Lurah, Sekretaris Lurah, Kasi Pemerintahan dan Pembangunan, Kasi Kesos, Kasi Trantibum, dan Staff. Untuk susunan perangkat Kelurahan Pakintelan sendiri bisa dilihat pada gambar 3.2

Gambar 3.2

#### Struktur Pemerintahan Kelurahan Pakintelan



#### b. Tugas dan Fungsi

### 1) Lurah

Tugas pokok Lurah adalah menyelenggarakan urusan pemerintahan, pembangunan, kemasyarakatan, dan penyelenggaraan urusan pemerintahan yang dipercayakan oleh atasan langsungnya. Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut, Lurah mempunyai tanggung jawab sebagai berikut: Memenuhi tugas pemerintahan Kelurahan, memberdayakan masyarakat, melayani masyarakat, mengelola ketertiban umum, memelihara sarana dan prasarana pelayanan publik, membina kelembagaan masyarakat di tingkat Kelurahan.

### 2) Sekretaris Lurah

Tugas pokok sekretaris kepala desa adalah membantu kepala desa dalam pekerjaan administrasi, meliputi administrasi, kepegawaian, keuangan, perlengkapan, perencanaan, evaluasi dan pelaporan. Secara khusus, tanggung jawab sekretaris kepala desa adalah sebagai berikut :

- Mengkoordinir pelaksanaan tugas kepala desa
- Mengkoordinasikan dan mengontrol pelaksanaan kebijakan yang ditetapkan oleh kelurahan
- Melaksanakan administrasi kepegawaian
- Melakukan urusan rumah tangga dan peralatan desa
- Mengkoordinasikan perencanaan, evaluasi dan pelaporan tugas departemen
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh kepala desa
- Menyelenggarakan rapat dinas, upacara, resepsi, dan acara resmi lainnya selain yang dicakup oleh kegiatan sektoral lainnya.
- Menerapkan komunikasi dan manajemen file

### 3) Kasi Pemerintahan dan Pembangunan

Fungsi dan tugas pembangunan yaitu:



- Bantuan penyiapan analisis dan penelitian pengembangan ekonomi masyarakat
- Melaksanakan kegiatan manajemen pembangunan administrasi bersama
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh kepala desa

Fungsi dan tugas pemerintahan yaitu:

- Persiapan proyek dan kegiatan pemerintah desa
- Menyusun rencana kerja pemerintah desa
- Memberikan layanan manajemen kependudukan untuk personel terkait pemerintah
- Melaksanakan pengumpulan dan pengolahan data administrasi pemerintahan
- Berkoordinasi dengan kepala desa untuk melaksanakan tugas

#### 4) Kasi Kesos

Kasi kesejahteraan sosial mempunyai fungsi :

- Melaksanakan pelayanan KB dan bantuan sosial
- Menyiapkan bahan untuk kegiatan penanggulangan bencana alam dan penanggulangan bencana
- Penyusunan materi pelatihan bagi penyandang disabilitas, pengangguran, tuna wisma dan panti asuhan
- Melakukan pelatihan dan pengembangan tenaga kerja/tenaga kerja
- Bersedia memberikan bantuan dan pelayanan serta bimbingan sosial lainnya

#### 5) Kasi Trantibum

Secara umum memiliki tugas untuk melaksanakan dan membina ketentraman serta ketertiban umum, jika diurai yaitu sebagai berikut:

- Melakukan koordinasi dengan Kepolisian Negara Republik Indonesia mengenai penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban umum di wilayah kelurahan
- Membina kegiatan pos siskamling
- Pendampingan untuk unit LINMAS (Community Conservation) di wilayah kelurahan
- Menyiapkan pelatihan penanggulangan bencana untuk SATLAK dan SATGAS
- Melaksanakan pelaksanaan pembinaan ketertiban umum, termasuk tertib perijinan

## **B. Sejarah dan Perkembangan KRABATAN**

Kampung Kerajinan Bambu Rotan atau disingkat dengan KRABATAN terbentuk pada tahun 2017, yang mana sebenarnya krabatan merupakan salah satu buah program kampung tematik yang dimandatkan oleh pemerintah kota kepada desa atau kelurahan berdasarkan potensi warga yang ada pada desa atau kelurahan tersebut. Yang menjadi mendasar mengapa mengangkat kerajinan bambu rotan, karena sebelum terbentuknya Krabatan, dahulu sejak tahun 1995 sudah ada beberapa pengrajin bambu dan rotan yang sudah menetap di Pakintelan.<sup>100</sup>

Muhammad Soleh merupakan salah satu pengrajin yang paling berpengaruh saat itu bahkan sampai sekarang, menurut keterangan Soleh, ada lima belas pengrajin yang menekuni bambu dan rotan pada saat itu dan keberadaan Soleh sendiri bisa dikatakan sebagai pengrajin inti yang membimbing dan memberikan orderan ketika ada pembeli yang memesan melaluinya. Namun seiring berjalannya waktu eksistensi rotan sendiri sebagai komoditas yang diminati pasar mulai meredup pasca tahun 2000, hal itu membuat semakin tahun jumlah pengrajin yang ada di Krabatan semakin sedikit karena memilih untuk mencari pekerjaan lain yang lebih pasti.<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan sdr. Rison selaku Sekretaris Lurah pada 23 Desember 2021

<sup>101</sup> Wawancara dengan sdr. Soleh selaku Pengrajin pada 23 Desember 2021

Padahal pada pra tahun 2000 minat pasar terhadap rotan masih kencang, bahkan produk kerajinan dari pengrajin yang ada di Pakintelan tersebut sempat menyentuh pasar ekspor. Semakin dihadapkan dengan perkembangan zaman, rotan sebagai interior mulai digantikan dengan plastik yang dianyam menyerupai kerajinan rotan, dinamika krabatan belum berakhir sampai situ saja, terlebih ditabrakan dengan pandemi belakangan ini semakin membuat orderan tambah tidak menentu.

Hingga saat ini pengrajin yang masih benar-benar bertahan hanya tersisa Soleh dan dua orang yang membantunya, namun ketika pesanan sedang banyak Soleh pun meminta bantuan kepada mantan pengrajin atau ibu-ibu PKK yang sudah diajarkan cara dasar menganyam rotan. Berbicara program setelah terbentuknya Krabatan, ada beberapa kegiatan yang melibatkan warga agar bisa mengolah rotan menjadi sebuah produk, harapannya supaya warga bisa mandiri secara ekonomi dengan kegiatan tersebut.

a. Tempat Usaha

Keberadaan Krabatan sendiri berada di bagian kecil Kelurahan Pakintelan yaitu secara administratif berada di RW 02, tepatnya di Dukuh Winongsari. Jika berkunjung kesana bisa ditemui beberapa rumah yang sekaligus menjadi galeri kerajinan bambu dan rotan. Dalam observasi yang penulis lakukan, penulis berkunjung ke salah satu pengrajin inti yang masih tersisa, yaitu Muhammad Soleh. Di rumah yang sekaligus menjadi galeri kerajinannya tersebut ia dan dua orang yang membantunya menganyam rotan.

b. Proses dan Hasil Produksi

1. Bahan dan alat yang dibutuhkan
  - i. Bambu dan rotan sebagai bahan baku utama
  - ii. Alat perkakas kayu
2. Proses pemilihan bahan baku

Dalam memilih bahan baku, para pengrajin khususnya Soleh mengambil rotan dari Kota Jepara dengan kondisi sudah bersih dan siap pakai atau anyam, artinya mereka tidak harus mengelola rotan mentah menjadi bahan baku lagi, tapi mengambil yang sudah menjadi bahan baku.

### 3. Proses pengolahan

Dibalik keindahan kerajinan rotan, terdapat beberapa proses yang cukup panjang dalam mengelolanya. Untuk pengrajin Krabatan sendiri biasanya mereka akan meminta contoh pesanan apa yang diminta oleh pembeli lalu membuatnya. Bermodalkan alat-alat sederhana seperti gunting dan pisau mereka mulai memotong rotan sesuai besar kecilnya pesanan, lalu membuat pola dasar dan selanjutnya mulai menganyam dengan tangan dan kaki untuk menahan agar tidak bergeser. Setelah kerajinan sudah terbentuk masuklah ke tahap *finishing* yaitu merapikan ujung-ujung rotan agar rapih dan jika ada pesanan yang meminta untuk dipoles dengan warna barulah masuk ke proses pengecatan.

#### c. Daftar Jenis Barang dan Harga

Dalam memproduksi kerajinan pada umumnya pengrajin di Krabatan tidak memiliki katalog berupa contoh barang dan harganya, melainkan mereka meminta contoh dari pembeli dan pasti bisa membuatnya, untuk harga sendiri biasanya mereka menentukan sesuai seberapa sulit dan seberapa banyak rotan yang dibutuhkan.

**Tabel 3.5 Daftar Harga Kerajinan**

<b>Produk</b>	<b>Harga</b>
Kerajinan tangan rotan keranjang kotak serbaguna	Rp. 33.000

Kerajinan tangan rotan keranjang pakaian besar 34 x 34 x39 Cm	Rp. 90.000
Kerajinan tangan rotan tempat tisu berbentuk hewan	Rp. 60.000-70.000
Kerajinan tangan rotan keranjang parsel 40x17x28 Cm	Rp. 40.000
Kerajinan tangan rotan bangku mini sender 26 x 26 x 46 Cm	Rp. 60.000

Sumber: Wawancara dengan Pengrajin 23 Desember 2021.

Berikut adalah beberapa produk yang sering dihasilkan pengrajin, jika dilihat dari segi harga memang terbilang jauh lebih murah dibanding produk yang sudah dijual di toko.

#### d. Narasumber Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis mewawancarai dua orang pengrajin di Krabatan yang masih tersisa, yaitu Achmad Soleh dan Bustamin. Untuk menunjang data penelitian penulis juga melakukan wawancara dengan pihak kelurahan yang saat itu diwakilkan oleh Rison Herisman, S.H selaku sekretaris kelurahan. Peneliti memilih ketiga narasumber tersebut karena dipandang bersangkutan dan mengetahui sejarah, perkembangan, pengolahan dan seluk beluk lainnya di Krabatan.

Achmad Soleh merupakan salah satu pengrajin yang masih bertahan hingga sekarang ini, pria kelahiran 27 agustus 1965 itu menekuni bidang kerajinan rotan sejak tahun 1990. Beliau sempat bekerja dengan beberapa perusahaan pembuat kerajinan rotan sebelum pada akhirnya pada tahun 2000 banyak perusahaan gulung tikar akibat perubahan trend dan lain sebagainya, pada saat itu Soleh memutuskan untuk berdomisili di

Pakintelan dan tetap menekuni kerajinan rotan di rumahnya yang sekaligus jadi galeri kerajinannya.

Lain dengan Soleh, Bustamin berusia lebih muda dan jam terbang dalam kerajinan rotan lebih rendah dari Soleh, meski begitu pria kelahiran 3 Desember 1974 tersebut tidak kalah dalam skill membuat variasi kerajinan rotan. Mereka berdua berkolaborasi dalam mengerjakan pesanan dari pelanggan.

Selanjutnya yaitu Rison Herisman, S.H, dalam observasi yang dilakukan penulis kepada pihak kelurahan untuk memperoleh data penelitian kebetulan Dody Priyanto, S.H selaku Lurah sedang berhalangan untuk ditemui, sehingga diwakilkan oleh sekretarisnya yaitu Rison. Beliau berdomisili Ngaliyan namun ditugaskan di Pakintelan

### **C. Paparan Data**

Setelah penulis mengumpulkan data melalui metode wawancara dan observasi kepada informan yang ada di Krabatan, selanjutnya penulis akan menyajikannya dalam bentuk deskriptif kualitatif. Penulis hadir di lokasi penelitian dengan melihat langsung kenyataan yang ada di sana dan mencoba memperoleh data sebanyak-banyaknya dari informan yang bersangkutan.

Dari banyaknya data yang diperoleh, penulis akan membuat suatu ringkasan data yang dapat menggambarkan hasil penelitian lapangan. Dari ringkasan data tersebut nantinya akan dilakukan analisis data yang bertujuan untuk menjelaskan lebih lanjut hasil penelitian ini. Adapun paparan data yang penulis sajikan sesuai dengan fokus penelitian seperti di bawah ini.

#### **1. Paparan tentang Kondisi Industri Kreatif Lokal Kerajinan Rotan di Krabatan dalam Menghadapi Pasar Modern**

Dalam wawancara yang dilakukan penulis dengan narasumber, berikut hasil yang dapat penulis paparkan mengenai kondisi kerajinan rotan di Krabatan dalam meghadapi pasar modern.

a. Cikal bakal dibentuknya Krabatan

Penulis mendengar langsung dari Sdr. Rison selaku perangkat kelurahan yang menjabat sebagai sekretaris Lurah, diketahui bahwa Krabatan termasuk program kampung tematik yang digagas oleh pemerintah.

“...kalau melihat sejarahnya dulu Krabatan itu dibentuk pada tahun 2017, yang mana waktu itu dari Pemerintah Kota ada program kampung tematik, dan kebetulan dari Gunungpati khususnya Pakintelan sendiri memiliki potensi dalam bidang kerajinan rotan, dilihat dari adanya beberapa pengrajin yang sudah menetap sejak tahun 1995. maka pak Lurah mengajukan agar terbentuknya Krabatan.”<sup>102</sup>

Senada dengan pernyataan Sdr. Rison, salah satu pengrajin yang penulis wawancarai yaitu Sdr. Soleh pun mengamini akan hal itu.

“... jadi dulu itu saya dimintai oleh Pak Lurah untuk mengordinir para pengrajin yang ada di sini berhubungan akan dibentuknya Krabatan itu, sekitar tahun 2017, saya sih siap aja ngomong ke Pak Lurah.”<sup>103</sup>

b. Pemberdayaan masyarakat sekitar

Didirakannya Krabatan salah satunya untuk hal pemberdayaan ekonomi pengrajin juga memberdayakan masyarakat agar bisa mandiri secara ekonomi, sebagaimana keterangan dari Sdr. Rison.

“...dalam perjalanannya dari Pak Lurah sendiri harapan dengan dibentuknya Krabatan ini, bisa memberdayakan masyarakat yang minat berkerajinan dengan diadakannya pelatihan dari pengrajin yang ada, untuk kegiatan itu sendiri sudah berjalan dengan frekuensi sebanyak satu sampai dua kali dalam setahun. Sehingga bisa dijadikan sampingan khususnya ibu rumah tangga untuk menambah penghasilan”<sup>104</sup>

---

<sup>102</sup> Wawancara dengan Sdr. Rison selaku Sekretaris Lurah pada tanggal 23 Desember 2021

<sup>103</sup> Wawancara dengan Sdr. Soleh selaku pengrajin pada tanggal 23 Desember 2021

<sup>104</sup> Wawancara dengan Sdr. Rison selaku sekretaris lurah pada tanggal 23 Desember 2021

Dalam hal pemberdayaan, jika menurut pengrajin sendiri nampaknya realita agak kurang memuaskan sebagaimana yang dituturkan Sdr. Soleh.

“...memang sempat ada beberapa kali pelatihan yang itu sendiri kami para pengrajin yang melatih masyarakat, namun dari kami sendiri kurang puas karena pertemuannya terbatas hanya satu dua kali dalam setahun sedangkan untuk menekuni kerajinan rotan ini sendiri tidak sebentar, jadi ya paling hanya sekedar pengenalan jenis-jenis rotan dan cara dasar membuatnya, setelah itu selang waktu lama akan lupa jika tidak terus dilatih (dipraktekkan)”<sup>105</sup>

Selain itu, dalam hal pelatihan diketahui juga selain waktu yang tidak komprehensif, alat dan bahan pun terbatas. Sebagaimana menurut penuturan dari Sdr. Bustamin.

“...pelatihan waktunya sedikit, jangankan untuk memberi pelajaran terkait menjual(memasarkan) kerajinannya, cara membuatnya (produksi) saja masih belum maksimal. Selain itu alat dan bahan dari kami (pengrajin) juga terbatas jadi ya itu mas perlu dukungan yg lebih juga kitanya”<sup>106</sup>

Dalam wawancara yang dilakukan penulis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa perihal pemberdayaan yang diharapkan masih kurang maksimal, dikarenakan beberapa faktor antara lain waktu pelatihan yang tidak komprehensif, alat dan bahan baku yang terbatas, serta dukungan dari pihak terkait. .

#### c. Minimnya fasilitas yang tersedia

Disamping tujuannya yang belum terealisasi dengan baik, dari segi fasilitas pun belum memadai, sebagaimana yang diutarakan oleh Sdr. Soleh.

“...untuk tempat sendiri kita masih belum punya satu tempat khusus untuk mengerjakan kerajinan tersebut, jadi masih di rumah masing-masing saja, dan alatpun kita masih sederhana”

#### d. Produk yang dihasilkan

<sup>105</sup> Wawancara dengan Sdr. Soleh selaku pengrajin pada tanggal 23 Desember 2021

<sup>106</sup> Wawancara dengan Sdr. Bustamin selaku pengrajin pada tanggal 23 Desember 2021



“produk yang dihasilkan macam-macam, kalo dari kita sih prinsipnya yang penting kasih contohnya nanti kita kerjakan. untuk produknya sendiri biasanya kursi, tempat tissue, keranjang pakaian, terus hiasan rumah.”<sup>107</sup>

“...kalo untuk pembeda dengan produk yang ada di mall gitu kita belum punya mas, ya itu kita belum punya produk khas krabatan soalnya”

e. Dipaksa meramu media promosi baru

Krabatan juga sempat ikut dalam berbagai pameran kerajinan yang diadakan baik Pemerintah maupun swasta.

“...ikut pameran sih pernah beberapa kali, waktu itu diadain dari pemerintah kota, tapi agak nyesel soalnya tempatnya (stand) kecil terus dibagi sama yang lain, jatahnya perkecamatan jadinya ya kecil ga bisa bawa barang (kerajinan) semuanya, paling cuma tiga atau empat produk yg kecil-kecil abis itu saya tinggal pergi aja. Kalau dari swasta pernah juga, itu di mall Paragon nah itu lumayan dapet tempat (stand) yang besar jadi bisa banyak bawa barangnya.”<sup>108</sup>

Walau begitu, efek dari mengikuti berbagai pameran ini tidak terlalu berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hal ini disampaikan oleh Sdr. Bustamin saat diwawancarai penulis.

“...ya itu mas, hampir sama dengan yang disampaikan Pak Soleh, udah gitu hampir ga ada pengaruh sama penjualan. Mungkin karena emang peminatnya sudah sedikit kali ya mas.”<sup>109</sup>

Inti dari wawancara yang dilakukan penulis di atas yaitu dapat diambil kesimpulan bahwa promosi melalui media pameran tidak begitu berpengaruh terhadap penjualan, sehingga diperlukan media promosi yang lebih efektif saat sekarang ini, seperti mulai menjangkau *marketplace*, sosial media, dan katalog online di website.

f. Penurunan minat pasar

---

<sup>107</sup>

<sup>108</sup> Wawancara dengan Sdr. Soleh selaku pengrajin pada tanggal 23 Desember 2021

<sup>109</sup> Wawancara dengan Sdr. Bustamin selaku pengrajin pada tanggal 23 Desember 2021

Masih ada kaitannya dengan perubahan media promosi di poin sebelumnya, dinamika yang dihadapi pengrajin Krabatan yaitu merosotnya minat pasar terhadap rotan.

“...sejak tahun 2000an minat terhadap rotan menurun mas, kalau dulu pabrik-pabrik masih banyak yang minta, sekarang karena pabrik-pabrik banyak yang tutup jadi ga sebanyak dulu penghasilannya. Pernah juga saya dapet orderan dari Australia diminta buat bentuk kangguru dari rotan tapi sekarang udah ga pernah ekspor, luar pulau juga sudah tidak, paling yang masih langganan sekarang itu di toko daerah Semarang aja.”<sup>110</sup>

Fakta tersebut diketahui karena mulai bermunculannya produk fungsional berbahan plastik sintetis, sehingga produk fungsional berbahan rotan pun mulai terkesampingkan.

“...salah satu diantaranya yaitu sekarang ini kan sudah banyak tuh peralatan rumah tangga yang make plastik, seperti keranjang pakaian, raket yang biasa buat bersihin kasur, tudung saji. Itu kan dulu kebanyakan masih pakai rotan, entah mungkin harganya lebih murah, padahal kalau menurut saya lebih awet rotan.”

#### g. Lemahnya manajemen

Hambatan yang paling terasa dalam perjalanannya adalah lemahnya sumber daya manusia, termasuk perihal manajemennya, sebagaimana diungkapkan oleh para pengrajin.

“...itu mas sulitnya kita ini jalannya masih perorangan, padahal dari masing-masing kita buat memasarkan aja masih seadanya, apalagi ditambah kondisi makin kesini makin sulit dapet orderan, dulu sih mending kita ga terlalu nyari orderan malah orderan yang nyari kita, gara-gara rotan makin dikit peminatnya terus dari kita yang emang bener-bener kenceng pemasarannya ga ada.”

“...kita sudah ada niatan dan punya rancangan buat susunan organisasi gitu biar pembagian tugasnya jelas, sampai visi misi pun kita sudah memiliki bayangan, namun ya itu kurangnya minat warga khususnya pemuda yang mau ikut, ditambah dari pemerintah juga tidak ada dorongan”

## **2. Paparan tentang Pengelolaan Industri Kreatif Lokal Kerajinan Rotan Mekanisme Pasar Islam**

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Sdr. Soleh selaku pengrajin pada tanggal 23 Desember 2021

a. Bekerja sebagai ibadah

Soleh dan Bustamin meyakini bahwa segala yang ada di muka bumi ini adalah milik Allah SWT.

“kita kerja seperti ini juga memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia, dan yang saya tahu sebagai muslim juga diharuskan untuk berusaha dan tidak meminta, itu juga sebuah bentuk ibadah”<sup>111</sup>

b. Penerapan sifat *nubuwwah* dalam berusaha

Walaupun pada kenyataannya mereka tidak paham tentang pengelolaan bisnis secara islam seperti apa, tetapi dari hasil wawancara yang penulis lakukan secara tidak langsung mereka sudah menerapkannya.

Jujur

“dari pembuatan kita sama sekali ga menipu dari segi bahan kita 100% pakai rotan asli dan itu juga kita pakai yang bagus”

Amanah

“..kita selalu bertanggung jawab sama apa yang kita jual, kalau ada kerusakan ataupun ketidaksesuaian kita siap untuk dikembalikan dan diganti dengan yang baru”

Transparansi

“ya kalau ngejelasin ke pembeli kita jelasin apa adanya aja sih, bahannya kualitas apa, kesulitannya gimana, dan harganya berapa”

---

<sup>111</sup> Wawancara dengan sdr. Soleh dan Bustamin pada 23 Desember 2021



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menginterpretasikan temuan melalui observasi di lokasi studi dan wawancara dengan pemangku kepentingan Krabatan. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti juga menggunakan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan. Sedangkan fenomena yang akan dikaji lebih detail adalah bagaimana industri kreatif kerajinan rotan yang berada di Krabatan mampu bersaing dengan pasar modern ditengah kemunduran dan merosotnya minat terhadap rotan.

Dari hasil observasi dan wawancara tersebut dikumpulkan fakta-fakta yang cukup untuk kemudian dicocokkan dengan teori-teori yang ada untuk menarik kesimpulan. Bab ini akan menjelaskan dan menjelaskan fakta-fakta tersebut.

#### **A. Analisis Kondisi KRABATAN dalam Menghadapi Pasar Modern**

Krabatan merupakan salah satu program kampung tematik yang digagas oleh kelurahan Pakintelan karena melihat banyaknya potensi pengrajin rotan disana, menurut keterangan yang penulis dapat dari wawancara, kelurahan Pakintelan berani mengangkat program tersebut karena adanya beberapa pengrajin yang sudah menetap dan berkiprah di sana sejak tahun 1995.

Tujuan awal dibentuknya krabatan sendiri yaitu agar warga di Kelurahan Pakintelan dapat berdaya secara ekonomi musabab kerajinan rotan. Namun dalam perjalanannya tidak sesuai ekspektasi yaitu pelaksanaan pelatihan bagi warga yang minat berkerajinan rotan kurang berkelanjutan sehingga pelajaran yang didapat tidak optimal.

Kondisi Krabatan yang hampir menginjak setengah dekade ini bisa dikatakan lambat dalam perkembangannya, Ditunjukkan dengan lambatnya *upgrade* alat produksi, perubahan pasar, cara pemasaran, digitalisasi katalog, juga belum adanya sebuah manajemen yang apik. Belum lagi dengan dihadapkan oleh penurunan minat pasar terhadap rotan, sehingga

jumlah pesanan yang masuk menjadi sedikit dibanding dengan penjualan kerajinan rotan sebelum tahun 2000 an yang mana pada saat itu pengrajin di Kelurahan Pakintelan masih ikut orderan dari pabrik-pabrik.

Pada kenyataannya saat ini Krabatan juga dihadapkan dengan banyak tantangan dan persaingan, yaitu pergeseran budaya, perkembangan teknologi, dan juga dengan produk yang ada di pasar-pasar modern. Krabatan sendiri sempat mengikuti beberapa pameran untuk memperkenalkan hasil kerajinan mereka, namun hal tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap frekuensi penjualan mereka.

Melihat hal tersebut Krabatan memiliki rencana untuk bersaing menghadapi pasar modern khususnya produk yang ada disana. Yaitu dengan mengamati kondisi lingkungan secara cermat baik itu lingkungan internal maupun eksternal, dengan begitu rencana yang dirancang nanti akan berpeluang besar untuk berjalan baik. Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya yaitu faktor eksternal yang menjadi ancaman mereka adalah berubahnya tren yang ada di masyarakat, banyak bermunculan produk saingan, penurunan minat terhadap rotan, dan perkembangan teknologi. Sedangkan faktor internal yang menjadi hambatan mereka yaitu kurangnya sumber daya manusia yang kompeten.

Atas dasar tersebut Krabatan memiliki pandangan untuk memperkuat internal mereka dengan membentuk susunan organisasi agar terstruktur dan lebih fokus akan bidang-bidang yang diperlukan, yaitu bidang produksi, pemasaran dan teknologi. Sedangkan untuk pijakan mereka dalam menghadapi tantangan dari luar dan sebagai arah untuk melangkah, mereka akan membentuk visi dan misi yang meliputi beberapa point sebagai berikut:

1. Pelestarian produk anyaman rotan
2. Menjadikan anyaman rotan sebagai produk unggulan yang dapat bersaing di kancah nasional bahkan internasional
3. Menjadi penggerak ekonomi masyarakat local

4. Menjadi industri kreatif yang mampu berbaur dengan perkembangan teknologi dan tren milenial

Pada kenyataannya rencana tersebut belum terealisasi sebagaimana mestinya, hal tersebut dikarenakan beberapa masalah meliputi:

- a. Sumber daya manusia

Perihal sumber daya manusia yang dimaksudkan adalah ditandai oleh sedikitnya sumber daya manusia yang mumpuni dalam beberapa bidang seperti pemasaran dan teknologi, hal ini disebabkan karena pengrajin di sana rata-rata berumur 40 tahun keatas. Ditambah lagi kurangnya minat generasi muda di sana untuk berkecimpung dalam bidang rotan, jika hal ini tidak segera ditemukan titik terang besar kemungkinan tidak adanya regenerasi dalam meneruskan usaha kerajinan rotan.

- b. Inovasi dan kreatifitas

Perihal inovasi dan kreatifitas masih ada kaitannya dengan kurang campur tangan generasi muda yang mudah beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tren yang berkembang, karena pengrajin yang rata-rata berumur 40 tahun keatas tersebut hanya mampu membuat sesuai contoh permintaan saja dan tidak bisa membuat inovasi baru.

- c. Kurangnya Peran Pemerintah

Terakhir yaitu disebabkan kurangnya keseriusan pemerintah setempat dalam pemberdayaan kampung tematik tersebut, ditandai dengan ketidakmatangan dalam pengkajian, perencanaan, serta formulasi rencana aksi. Contoh kecil yang sudah terjadi yaitu pemfasilitasan pelatihan yang tidak berkelanjutan dan tidak sesuai apa yang dibutuhkan, kebutuhan dalam hal ini yaitu solusi dalam menjawab tantangan yang ada.

## **B. Analisis Pengelolaan KRABATAN Menurut Teori Ekonomi Islam tentang Pasar**

Islam secara spesifik telah mengatur segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh manusia, terlebih manusia sebagai khalifah di muka bumi, tidak terkecuali dalam hal muamalah. Sebagai salah satu contoh, Allah SWT dalam firman nya membolehkan manusia untuk melakukan jual beli untuk memenuhi kebutuhan, sebagaimana pula telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw serta para sahabatnya.

Keberadaan industri kreatif yang menjamur di berbagai penjuru Nusantara baik itu lokal maupun nasional pun sebenarnya sejalan dengan anjuran islam untuk produktif dalam membangun ekonomi umat. Konsep ekonomi kreatif yang termanifestasi dalam praktek industri kreatif pada intinya merupakan pemanfaatan sumber daya manusia berupa ide, bakat dan pemikiran untuk mengembangkan, mengelola serta memanfaatkan sumber daya alam yang ada, Maka satu hal yang perlu digaris bawahi yaitu ide dan pengetahuan sebagai fondasi dasar. Jika dalam ekonomi islam, manusia, ide dan pemikirannya harus tetap pada batas-batas syariat yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.

Dalam pengelolaanya, Krabatan dan pengrajin melakukan praktik menjual barang sesuai dengan mekanisme pasar dalam islam yaitu:

1. *Ar-Ridha* atau saling rela
2. Bersaing secara sehat
3. Kejujuran
4. Keterbukaan

Dalam berdirinya, pengrajin meyakini bahwa semua yang di muka bumi ini adalah milik Allah SWT sehingga dalam menciptakan sebuah kerajinan semata-mata untuk memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia untuk satu tujuan yaitu *falah*. Sedangkan dalam pengelolaanya, pengrajin senantiasa berupaya meneladani sifat Rasulullah Saw yaitu:



#### 5. *Sidiq*

Kejujuran merupakan hal mendasar dalam segala aspek kehidupan tak terkecuali dalam hal bisnis. Dalam hal produksi pengrajin di Krabatan menjamin bahan yang digunakan 100 % rotan dan bukan imitasi, juga dari segi mutu rotan yang digunakan yaitu berasal dari bahan pilihan yang sudah disortir sehingga tidak ada cacat sedikit pun.

#### 6. *amanah*

Amanah atau tanggung jawab merupakan unsur penting dalam menjalankan suatu bisnis, karena itu merupakan faktor penentu agar pembeli percaya akan produk yang dijual. Dalam hal ini Krabatan selalu amanah akan produk yang dijual yaitu bertanggung jawab atas kualitas produk apabila ada keluhan baik dari sisi ketidaksesuaian model atau keterlambatan waktu pengerjaan dan pengiriman.

#### 7. *fathanah*

Kegiatan ekonomi kreatif merupakan kegiatan yang membutuhkan ide dan kreatifitas tinggi, hal ini sejalan dengan sifat *nubuwwah* yang terkandung dalam *fathanah* yaitu cerdas. Jelas realitanya bahwa Krabatan yang bergerak pada bidang kerajinan rotan sudah mengimplementasikan sifat tersebut, namun dari segi model yang ditawarkan kurang beragam dan inovatif. Apalagi Krabatan belum memiliki ciri khas produk untuk mereka unggul.

#### 8. *Tabligh*

Praktek menjual barang erat kaitannya dengan *tabligh* karena secara pengertian *tabligh* sendiri berarti menyampaikan suatu kebenaran. Dalam hal ini pengrajin selalu menyampaikan dengan transparan dan apa adanya terkait produk, meliputi bahan yang digunakan, keunggulan, serta harga yang dibandrol sesuai tingkat kesulitannya.

Disamping tentang pengimplementasian sifat *nubuwwah* yang telah dijelaskan sebelumnya, dari hasil observasi yang telah penulis lakukan juga ditemukan bahwa dalam pengelolaannya tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam syariat. Unsur-unsur tersebut yaitu; maysir, asusila (zalim), garar, riba, ihtikar (penimbunan), dan yang terakhir haram.

Namun sayangnya hasil yang diperoleh belum memuaskan, hal ini lagi-lagi disebabkan oleh tidak adanya manajemen yang bagus, padahal dalam islam manajemen memiliki peran penting untuk mengatur kehidupan supaya lebih terarah dan teratur. Islam sendiri mengumpamakan konsep manajemen seperti rombongan semut yang senantiasa solid dalam menjalankan roda kehidupan dan yang paling penting untuk mencapai tujuan bersama.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya terkait analisis industri kreatif lokal Krabatan dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi islam, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

##### **1. Kondisi Krabatan dalam Menghadapi Pasar Modern**

Penulis menyimpulkan perihal kondisi Krabatan dalam menghadapi pasar modern bisa dikatakan belum matang, hal tersebut dikarenakan beberapa faktor yaitu:

###### **a. Sumber daya manusia**

Perihal sumber daya manusia yang dimaksudkan adalah ditandai oleh sedikitnya sumber daya manusia yang mumpuni dalam beberapa bidang seperti pemasaran dan teknologi, hal ini disebabkan karena pengrajin di sana rata-rata berumur 40 tahun keatas. Ditambah lagi kurangnya minat generasi muda di sana untuk berkecimpung dalam bidang rotan, jika hal ini tidak segera ditemukan titik terang besar kemungkinan tidak adanya regenerasi dalam meneruskan usaha kerajinan rotan.

###### **b. Inovasi dan kreatifitas**

Perihal inovasi dan kreatifitas masih ada kaitannya dengan kurang campur tangan generasi muda yang mudah beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tren yang berkembang, karena pengrajin yang rata-rata berumur 40 tahun keatas tersebut hanya mampu membuat sesuai contoh permintaan saja dan tidak bisa membuat inovasi baru.

###### **c. Kurangnya Peran Pemeritah**

Terakhir yaitu disebabkan kurangnya keseriusan pemerintah setempat dalam pemberdayaan kampung tematik tersebut, ditandai dengan ketidakmatangan dalam pengkajian, perencanaan, serta formulasi rencana aksi. Contoh kecil yang sudah terjadi yaitu pemfasilitasan pelatihan yang tidak berkelanjutan dan tidak sesuai apa yang dibutuhkan, kebutuhan dalam hal ini yaitu solusi dalam menjawab tantangan yang ada.

## **2. Pengelolaan Krabatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Penulis menyimpulkan untuk pengelolaan Krabatan sendiri sudah menerapkan konsep ekonomi islam yang termanifestasi dalam sifat *nubuwwah* dalam segala praktek jual belinya, yaitu jujur, amanah, *fathanah*, dan *tabligh*. Disamping itu juga tidak ditemukan unsur-unsur yang dilarang oleh syariat seperti maysir, asusila (zalim), garar, riba, ihtikar (penimbunan), dan yang terakhir haram.

Satu yang belum diterapkan oleh Krabatan yaitu menerapkan manajemen agar lebih terarah dan mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga pengelolaan sesuai dengan islam masih belum lengkap karena dalam islam sendiri manajemen menempati kedudukan yang penting supaya segala proses kehidupan lebih terarah dan teratur, tak terkecuali dalam bisnis.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditemukan, penulis memiliki saran untuk pemerintah setempat agar lebih memperhatikan terkait eksistensi industri kreatif Krabatan, yaitu dengan pendampingan dalam membentuk sebuah manajemen sehingga lebih terarah. Pendampingan tersebut berupa meningkatkan minat pemuda setempat untuk berkecimpung di kerajinan rotan agar terciptanya inovasi atau terobosan baru. Dan terakhir pendampingan berupa pelatihan terkait teknologi agar pemasaran bisa lebih menyesuaikan perkembangan zaman, selain itu juga agar bisa memperluas pangsa pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Amstrong, P. K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Arifin, S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Astuti, M. &. (2012). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Bhakti, M. A. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Makassar. *Skripsi, Universitas Lampung*, 15.
- Dewi, D. S. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Tradisional. *Skripsi, IAIN Metro*, 26.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah di Provinsi Banten. *Al Maal*.
- Hartono, S. B. (2016). Pengembangan Sistem Informasi Akad Mudharabah Bank Syariah Berbasis DSS Dengan Menggunakan Metode AHP. *Economica*, 131.
- Huda, C. (2016). Ekonomi Islam dan Kapitalisme (Menurut benih kapitalisme dalam ekonomi islam). *Economica*, 44.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Imroah, S. Z. (2020). Eksistensi Industri Kreatif di Tengah Revolusi Industri 4.0.
- Jakfar, K. &. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamed A Group.
- Janwari, Y. (2016). *Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Rasulullah Hingga Masa Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Karim, A. A. (2017). *Ekonomi Mikro Islami*. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen dan Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mayasari, T. d. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *Dinamis Vol 2 No 1*.
- Muhfiatun, S. N. (2017). Perkembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah. *Aplikasia, Volume 17 No 2*, 65.
- Mukaffi, Z. (2019). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. *At-Tahdzib*, 26.

- Mulya, C. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ningrum, R. W. (2020). Analisis Pengembangan Industri Kreatif Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Lokal Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*, 23.
- Purwaningsih, d. (2017). *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*. Jakarta: CV. Petratama Persada.
- Rinawati, T. W. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Rohmania, N. L. (2020). Strategi Pemasaran Pasar Tradisional Warujayeng Dalam Menghadapi Pasar Modern di Tanjunganom Nganjuk. *Skripsi, IAIN Ponorogo*, 34.
- Romadiyanti, T. (2020). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perpektif Ekonomi Islam. *Skripsi*, 22.
- Ruslan, M. (2013). *Pengantar ISLAMIC ECONOMICS Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*. Makassar: Lumbang Informasi Pendidikan.
- s. (n.d.).
- Semarang, P. K. (2019, Juni 17). *Kampung KRABATAN (Kerajinan Bambu Rotan) Kelurahan Pakintelan*. Retrieved April 6, 2021, from <https://kecgunungpati.semarang.go.id>
- Sopiah. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (1983). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif "Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang"*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Umar, H. (2008). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyu, P. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

**LAMPIRAN**

Pedoman Wawancara

1. Bagaimana sejarah dbentuknya Krabatan?
2. Apa tujuan dibentuknya Krabatan ?
3. Apakah tujuan tersebut telah terealisasi ?
4. Dimana biasanya pengrajin menghasilkan suatu produk ?
5. Apa yang membedakan produk yang dihasilkan oleh Krabatan dengan produk yang ada di toko-toko maupun pasar modern ?
6. Melihat persaingan yang ada, bagaimana strategi untuk menghadapinya ?
7. Adakah kendala dalam pengembangannya? Jika ada, apa saja?
8. Apakah anda sepakat bahwa dalam berusaha harus diniatkan untuk beribadah ?
9. Bagaimana anda meyakinkan pelanggan untuk membeli produk anda ?
10. Bagaimana cara anda untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap anda?
11. Bagaimana tindakan anda jika ada komplek terhadap produk anda ?

Dokumentasi







**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Alief Nurrohman  
Tempat, Tanggal Lahir : Pernalang, 05 September 1999  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat Asal : Pasar Kemis, Kab. Tangerang Banten  
E-mail : [aliefnurrohman05@gmail.com](mailto:aliefnurrohman05@gmail.com)

**Pendidikan Formal**

1. 2005-2011 : SDN Cipondoh 08
2. 2011-2014 : MTs Manbaul 'Ulum
3. 2014-2017 : SMA Manbaul 'Ulum

**Pengalaman Organisasi**

1. PMII Rayon Ekonomi UIN Walisongo Semarang
2. DEMA FEBI UIN Walisongo Semarang
3. UKM ELC