

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi keempat, setelah gelombang ekonomi agraris, industri dan informasi. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang lebih menitikberatkan pada, ide, gagasan, kreativitas sebagai modal utama dalam menggerakkan perekonomian tersebut. Kreativitas juga memungkinkan sesuatu organisasi mengantisipasi perubahan yang akan terjadi, mengingat bahwa teknologi-teknologi baru, produk-produk baru dan metode-metode baru menyebabkan cara-cara beroperasi menjadi makin usang dan terbelakang.⁷ Ekonomi kreatif diharapkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dimasa depan.⁸

Berikut adalah beberapa definisi ekonomi kreatif menurut beberapa ahli:

a. John Howkins

Mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menggabungkan kreativitas, ide, pengetahuan, dan informasi untuk menciptakan nilai ekonomi. Ekonomi kreatif mencakup berbagai sektor

⁷ Karnudu, F. Inovasi, Kreativitas dan Kinerja Pemasaran. (Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah, 2018). 2(2), 117-132.

⁸ Yunus, M. Ekonomi kreatif, konsep ekonomi baru penggerak mahasiswa menjadi wirausaha kreatif. In Seminar Nasional Keindonesiaan Iv, (2019). (pp. 125-130).

seperti seni, hiburan, desain, dan inovasi teknologi yang menghasilkan produk dan layanan yang unik dan bernilai tinggi.⁹

b. Richard Caves

Mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai sektor ekonomi yang mencakup aktivitas kreatif dan artistik yang berfokus pada produksi barang dan jasa dengan kandungan artistik, budaya, atau hiburan yang tinggi. Caves menekankan pentingnya kontrak dan hubungan antara seniman (pencipta) dan pasar dalam ekonomi kreatif.¹⁰

c. Charles Landry

Mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai ekonomi yang berbasis pada kreativitas dan inovasi yang dimanfaatkan untuk mengatasi tantangan sosial dan ekonomi. Menurut Landry, ekonomi kreatif tidak hanya terbatas pada sektor seni dan budaya, tetapi juga mencakup seluruh aktivitas ekonomi yang mendorong inovasi dan pemikiran kreatif.¹¹

d. Hesmondhalgh dan Pratt

Mengaitkan ekonomi kreatif dengan industri budaya, yang melibatkan produksi dan distribusi barang dan jasa yang bersifat simbolis dan artistik. Mereka menekankan bahwa ekonomi kreatif

⁹ Howkins, J. . *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK, (2002).

¹⁰ Caves, RE. *Industri kreatif: Kontrak antara seni dan perdagangan*. Universitas Harvard, (2000).

¹¹ Landry, C. (*The creative city: A toolkit for urban innovators*. Routledge, 2012).

merupakan gabungan dari berbagai sektor yang mengutamakan kreativitas dan penciptaan nilai budaya sebagai inti dari aktivitas ekonominya.¹²

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli, ekonomi kreatif dapat disimpulkan sebagai sektor ekonomi yang berfokus pada pemanfaatan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai sumber utama untuk menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan ekonomi. Para ahli seperti John Howkins, Richard Caves, dan Charles Landry menekankan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya berhubungan dengan produksi barang dan jasa, tetapi juga mencakup seluruh proses yang melibatkan kreativitas dan pengetahuan untuk mengatasi tantangan sosial dan ekonomi. Selain itu, ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memajukan sektor budaya serta industri berbasis ide.

Lebih lanjut, ekonomi kreatif juga diakui sebagai sektor yang kompleks karena melibatkan berbagai bidang seperti seni, desain, media, teknologi, dan budaya, yang semuanya saling berinteraksi untuk menghasilkan produk dan jasa yang unik. Pendekatan ekonomi kreatif juga memperhatikan aspek non-ekonomi seperti nilai sosial, budaya, dan etika, yang membuatnya berbeda dari sektor ekonomi konvensional. Dengan demikian, ekonomi kreatif tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara kuantitatif, tetapi juga secara kualitatif dengan memperkaya budaya dan mendorong inovasi di masyarakat.

¹² Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. C.. *Cultural industries and cultural policy*. (*International journal of cultural policy*, 2005). 11(1), 1-13

2. Bentuk-Bentuk Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengandalkan kreativitas, inovasi, dan pengetahuan untuk menciptakan nilai tambah. Di Indonesia, ekonomi kreatif mencakup 5 subsektor yang beragam, masing-masing dengan karakteristik dan potensi yang unik. Berikut adalah beberapa bentuk ekonomi kreatif yang dapat dijelaskan secara lebih mendalam.¹³

- a. Kesenian dan Budaya: Seni rupa, musik, tari, dan teater adalah bagian integral dari ekonomi kreatif. Kesenian tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan pesan sosial dan budaya. Festival seni dan pameran budaya dapat menarik wisatawan dan meningkatkan pendapatan lokal.
- b. Kuliner: Sektor kuliner tidak hanya mencakup restoran dan kafe, tetapi juga inovasi dalam penyajian makanan dan minuman. Konsep makanan unik dan kreatif dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan tren baru. Selain itu, produk makanan lokal yang dikemas dengan baik dapat diekspor ke pasar internasional.
- c. Teknologi Informasi: Dalam era digital, teknologi informasi menjadi pilar penting dalam ekonomi kreatif. Pengembangan aplikasi, perangkat lunak, dan platform digital lainnya memberikan peluang besar bagi para inovator untuk menciptakan solusi yang memudahkan kehidupan sehari-hari.

¹³ Sukmawati, A. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui.

- d. Penerbitan dan Media: Penerbitan buku, majalah, dan konten digital adalah bagian dari ekonomi kreatif. Penulis dan jurnalis berkontribusi dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan, serta menciptakan karya yang dapat menginspirasi masyarakat.
- e. Kreativitas Sosial: Ini mencakup proyek-proyek yang bertujuan untuk memberikan dampak sosial positif. Inisiatif ini sering kali melibatkan kolaborasi antara seniman, komunitas, dan organisasi non-pemerintah untuk menciptakan perubahan sosial melalui seni dan kreativitas.

Dengan berbagai bentuk ekonomi kreatif ini, Indonesia memiliki potensi luar biasa untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif. Dengan berbagai bentuknya yang terus berinovasi – mulai dari fesyen, kuliner, seni pertunjukan, aplikasi digital, hingga film dan musik – sektor ini menjadi ladang subur bagi talenta lokal dan sumber daya ekonomi baru. Namun, potensi ini tidak akan terwujud sepenuhnya tanpa dukungan multifaset yang strategis.

Peran pemerintah sangatlah krusial. Ini mencakup pembentukan kebijakan yang berpihak pada pelaku ekonomi kreatif, seperti insentif pajak, kemudahan akses permodalan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Selain itu, pemerintah perlu aktif dalam promosi produk dan jasa kreatif Indonesia di kancah internasional, membuka pasar baru, dan memfasilitasi partisipasi dalam pameran global.

Pendidikan yang berkualitas juga merupakan fondasi utama. Lembaga pendidikan, dari sekolah kejuruan hingga universitas, harus mampu membekali generasi muda dengan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif, seperti desain grafis, coding, penceritaan (storytelling), hingga manajemen bisnis kreatif. Kurikulum yang adaptif dan fasilitas yang memadai akan menciptakan talenta-talenta unggul yang siap bersaing.

Tak kalah penting adalah akses terhadap teknologi. Di era digital ini, teknologi menjadi enabler utama bagi ekonomi kreatif. Ketersediaan infrastruktur digital yang merata, akses internet yang terjangkau, serta pelatihan penggunaan perangkat lunak dan platform digital terkini akan memberdayakan para kreator untuk menghasilkan karya yang lebih inovatif, mendistribusikannya secara lebih luas, dan menjangkau audiens global.

Melalui inovasi tiada henti dan kolaborasi lintas sektor, ekonomi kreatif tidak hanya akan menjadi motor penggerak perekonomian nasional yang handal, tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara signifikan. Inovasi dapat lahir dari eksplorasi ide-ide baru, pemanfaatan teknologi disruptif, atau bahkan revitalisasi warisan budaya lokal. Sementara itu, kolaborasi antara seniman dan pengusaha, pemerintah dan swasta, atau bahkan antar-komunitas kreatif, akan mempercepat proses penciptaan nilai dan pembukaan peluang-peluang

baru. Dengan sinergi yang kuat, ekonomi kreatif dapat menjadi pilar utama kemajuan Indonesia di masa depan. Prinsip-Prinsip Ekonomi Kreatif

Prinsip-prinsip ekonomi kreatif mencakup inovasi, kolaborasi, keberlanjutan, dan nilai tambah. Inovasi menjadi kunci dalam menciptakan produk dan layanan baru, sementara kolaborasi antara pelaku industri dapat memperkuat jaringan dan memperluas pasar. Keberlanjutan memastikan bahwa kegiatan ekonomi tidak merusak lingkungan, dan nilai tambah berfokus pada peningkatan kualitas produk yang dihasilkan.¹⁴

- a. Inovasi: Inovasi adalah inti dari ekonomi kreatif. Ini mencakup pengembangan ide-ide baru, produk, dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar dengan cara yang unik. Inovasi tidak hanya terbatas pada teknologi, tetapi juga mencakup pendekatan baru dalam pemasaran, distribusi, dan pengalaman pelanggan.
- b. Kolaborasi: Kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelaku industri, pemerintah, dan masyarakat, sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Kerjasama ini dapat menghasilkan sinergi yang memperkuat daya saing dan memperluas jaringan pasar.
- c. Keberlanjutan: Keberlanjutan dalam ekonomi kreatif berarti menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga ramah lingkungan dan sosial. Ini

¹⁴ Prasetya, D. Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Dan Pengorganisasian Kelompok Disabilitas (Studi Deskriptif Pada Komunitas Tari Janger Kolok Di Desa Bengkala Kecamatan Kubutambahan Kabupaten Buleleng Propinsi Bali, 2016).

mencakup penggunaan sumber daya yang efisien dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan.

- d. Nilai Tambah: Fokus pada nilai tambah berarti meningkatkan kualitas dan diferensiasi produk. Ini dapat dicapai melalui desain yang inovatif, penggunaan bahan berkualitas tinggi, dan pengalaman pelanggan yang luar biasa. Nilai tambah juga mencakup pengembangan merek yang kuat dan pengakuan di pasar.

B. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif memerlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing, kualitas produk, dan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan ekonomi kreatif antara lain adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas SDM perlu menjadi prioritas, baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan nonformal. Pemerintah dan lembaga pendidikan dapat berkolaborasi untuk menyelenggarakan kurikulum dan program pelatihan yang fokus pada keterampilan kreatif, manajerial, serta pemahaman terhadap teknologi dan inovasi. Selain itu, peningkatan kapasitas pelaku usaha kreatif juga bisa dilakukan melalui lokakarya, seminar, dan program

inkubasi bisnis yang menghubungkan kreator dengan mentor atau praktisi industri yang berpengalaman.¹⁵

2. Pengembangan Infrastruktur dan Akses Teknologi

Infrastruktur yang memadai dan akses terhadap teknologi merupakan kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Pemerintah perlu membangun dan meningkatkan fasilitas seperti pusat kreatif, ruang kerja bersama, studio, dan laboratorium inovasi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha kreatif untuk mengembangkan ide dan produk mereka. Selain itu, akses terhadap internet dan teknologi juga harus terganggu, terutama di daerah-daerah yang belum terjangkau, agar para pelaku kreatif di daerah informasi terpencil pun dapat berpartisipasi dalam ekonomi digital.¹⁶

3. Inovasi Produk dan Diversifikasi Sektor Kreatif

Inovasi produk merupakan elemen penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Pelaku usaha perlu didorong untuk terus berinovasi dan menciptakan produk yang unik dan memiliki nilai tambah tinggi. Diversifikasi sektor kreatif juga perlu diperhatikan, dengan memberikan perhatian pada subsektor-sektor yang potensial namun belum banyak berkembang, seperti permainan digital, seni hiburan, dan konten edukasi. Pengembangan-sektor ini dapat dilakukan melalui penelitian dan

¹⁵ Sari, R. Peningkatan Kapasitas SDM dalam Industri Kreatif di Indonesia . (Jurnal Manajemen SDM, 2019). 5(3), 112-126.

¹⁶ Amalia, S. Pengaruh Infrastruktur dan Teknologi terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia .(Jurnal Pembangunan Ekonomi, 2020). 8(2), 145-160

pengembangan, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan sektor seperti investor, industri, dan komunitas kreatif.¹⁷

4. Akses Permodalan yang Inklusif

Akses permodalan merupakan salah satu tantangan terbesar bagi pelaku usaha kreatif, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Pemerintah dan lembaga keuangan perlu menciptakan skema pembiayaan yang lebih inklusif dan ramah terhadap pelaku usaha kreatif, misalnya melalui kredit berbasis kreatif, pembiayaan berbasis ekuitas, atau crowdfunding. Di sisi lain, pengembangan lembaga keuangan syariah juga dapat menjadi alternatif pembiayaan bagi pelaku usaha kreatif yang ingin menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁸

5. Penguatan Regulasi dan Kebijakan Pendukung

Regulasi dan kebijakan yang mendukung merupakan elemen penting dalam ekosistem ekonomi kreatif. Pemerintah perlu menyusun kebijakan yang memfasilitasi pertumbuhan sektor kreatif, seperti perlindungan hak kekayaan intelektual, insentif pajak bagi usaha kreatif, dan penyederhanaan perizinan usaha. Selain itu, regulasi yang mendukung kolaborasi antar sektor dan antardaerah juga perlu diperkuat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan

¹⁷ Wardani, R. Diversifikasi Sektor Kreatif dan Inovasi Produk di Indonesia. (Jurnal Inovasi Ekonomi, 2018).12(3), 210-223

¹⁸ Mujib, A. Penerapan Prinsip Syariah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif. (Jurnal Studi Islam dan Ekonomi, 2019). 8(1), 45-59.

6. Pengembangan Jaringan dan Kolaborasi

Kolaborasi antara pelaku usaha kreatif, pemerintah, komunitas, dan sektor swasta sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang ramah lingkungan bagi pertumbuhan ekonomi kreatif. Pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator untuk mempertemukan berbagai pemangku kepentingan dan mendorong terciptanya jaringan kerja sama yang solid. Misalnya, pengembangan klaster kreatif di suatu daerah yang melibatkan komunitas kreatif, akademisi, dan pelaku industri lokal dapat meningkatkan sinergi dan mendorong inovasi.¹⁹

7. Pemberdayaan Komunitas dan Pembangunan Ekonomi Lokal

Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menggerakkan perekonomian lokal melalui komunitas pemberdayaan. Strategi ini melibatkan pengembangan kapasitas masyarakat setempat untuk terlibat dalam produksi dan pemasaran produk kreatif yang mengangkat kearifan lokal. Dengan demikian, ekonomi kreatif tidak hanya menjadi motor pertumbuhan ekonomi tetapi juga alat untuk memberdayakan masyarakat dan melestarikan budaya lokal.²⁰

8. Pembangunan Ekosistem Kreatif yang Berkelanjutan

Pengembangan ekonomi kreatif harus dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip keinginan. Pelaku usaha kreatif perlu didorong untuk menerapkan praktik-praktik produksi yang ramah

¹⁹ Wulandari, E. Kolaborasi dalam Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif .(Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2018). 13(2), 156-171.

²⁰ Hermawan, Y. Pemberdayaan Komunitas dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal . (Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2020). 5(1), 23-37.

lingkungan dan berkelanjutan, seperti penggunaan bahan baku daur ulang, desain produk yang berkelanjutan, serta pengelolaan limbah yang baik. Pemerintah dan organisasi masyarakat juga perlu mendukung inisiatif-inisiatif kreatif yang berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan pemberdayaan sosial.²¹

C. Ekonomi Kreatif dalam sudut pandang ekonomi Islam

Sebagaimana dikutip oleh an-Nabhany, ada tiga pilar yang dipergunakan untuk membangun sistem ekonomi dalam pandangan Islam, yaitu bagaimana harta diperoleh yakni menyangkut kepemilikan (*al-milkiyah*), lalu bagaimana pengelolaan kepemilikan harta (*tasharruf fil milkiyah*), serta bagaimana distribusi kekayaan di tengah masyarakat (*tauzi'ul tsarwah bayna an-naas*).

Sebagaimana dikemukakan oleh an-Nabhany, terdapat tiga pilar utama dalam sistem ekonomi Islam yang saling berkaitan dan relevan diterapkan dalam pembangunan ekonomi kreatif, yaitu:

1. Kepemilikan (*al-Milkiyah*)

Dalam Islam, semua kepemilikan pada dasarnya adalah milik Allah SWT. Manusia hanyalah khalifah atau pengelola terhadap apa yang telah diberikan Allah di muka bumi ini. Kepemilikan dibagi menjadi tiga: kepemilikan individu, kepemilikan umum, dan kepemilikan negara. Dalam konteks ekonomi kreatif, Islam mengakui hak individu atas karya cipta

²¹ Prasetyo, D. Strategi Pemerintah dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Kreatif. (Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, 2019). 7(4), 321-334.

atau hasil kreativitasnya, sepanjang tidak melanggar prinsip halal dan tidak merugikan orang lain.

Contoh penerapan:

Seorang seniman Muslim menciptakan desain grafis bernuansa Islami yang kemudian dipasarkan secara digital. Islam mengakui hak miliknya atas karya tersebut dan memberinya hak untuk mendapatkan imbalan atas karyanya. Namun, Islam juga mengingatkan bahwa kepemilikan tersebut bersifat amanah yang harus dikelola dengan tanggung jawab.

2. Pengelolaan Kepemilikan (*Tasharruf fil Milkiyah*)

Setelah kepemilikan diakui, Islam memberikan pedoman tentang bagaimana cara mengelola atau memanfaatkan harta tersebut. Pengelolaan harta harus berdasarkan prinsip halal, transparan, dan adil. Dalam ekonomi kreatif, pengelolaan karya, ide, dan produk kreatif harus didasarkan pada etika bisnis Islam, seperti kejujuran, tidak menipu, serta tidak mengandung unsur maksiat atau yang dilarang oleh syariat.

Contoh penerapan:

Seorang pengusaha Muslim yang mengelola bisnis fashion Islami harus memastikan bahwa proses produksinya tidak mengeksploitasi pekerja, tidak menggunakan materi haram, dan memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan. Ia juga harus menjual produknya dengan harga yang wajar tanpa mengambil keuntungan berlebihan (*ihtikar*).

3. Distribusi Kekayaan (*Tauzi 'ul Tsarwah Bayna an-Naas*)

Islam sangat menekankan pentingnya distribusi kekayaan yang adil dalam masyarakat agar tidak terjadi ketimpangan ekonomi. Dalam konteks ekonomi kreatif, ini berarti bahwa peluang untuk berkreasi dan meraih keuntungan dari sektor ini harus terbuka luas untuk berbagai kalangan, termasuk kelompok marginal, perempuan, dan pemuda.

Tiga pilar ini, menurut peneliti, relevan itu diterapkan pada kasus pengembangan ekonomi kreatif yang mengedepankan kreatifitas sumber daya manusia yang pada akhirnya mampu menciptakan produktivitas yang mampu memberikan *full employment* pada masyarakat. Dengan begitu, cita-cita ekonomi Islam dalam hal pembangunan segi ekonomi dengan mengentaskan kemiskinan dapat terwujud.²²

Adapun dalam islam yang tercantum dalam surah Al-Baqarah ayat 29 tentang hal berikut:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ
وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Terjemhan : Dialah (Allah) yang menciptakan segala yang ada di bumi untukmu, kemudian Dia menuju ke (penciptaan) langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dia Maha Mengetahui segala sesuatu. (Q.S. Al-Baqarah:29).

²² Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal pandanus handicraft dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: (Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 2018). 17(2), 63-78

Ayat di atas menegaskan bahwa Allah SWT adalah satu-satunya Tuhan yang patut disembah dan ditaati. Dialah yang menciptakan dan menganugerahkan segala yang ada di bumi untuk kemaslahatan umat manusia. Setelah menciptakan bumi dengan segala manfaatnya, kehendak-Nya beralih pada penciptaan langit, yang kemudian disempurnakan menjadi tujuh lapis langit yang sangat teratur, baik yang terlihat maupun tidak. Ini menunjukkan kekuasaan dan keagungan-Nya. Lebih lanjut, dijelaskan bahwa Dia Maha Mengetahui segala sesuatu, ilmu Allah meliputi seluruh ciptaan-Nya, tidak ada satu pun yang luput dari pengetahuan-Nya.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pengembangan ekonomi kreatif berbasis syariah di kawasan wisata dapat dijadikan acuan dalam memahami landasan teoritis dan konteks empiris penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait ekonomi kreatif, ekonomi syariah, dan pengembangan pariwisata.

1. Dewi, AC, & Susanti, I. (2018). Pengaruh Pengembangan Ekonomi Kreatif terhadap Peningkatan Daya Saing Pariwisata di Bali Penelitian ini membahas pengaruh ekonomi kreatif terhadap daya saing pariwisata di Bali. Peneliti menemukan bahwa pengembangan ekonomi kreatif, khususnya dalam bentuk seni hiburan, kerajinan, dan kuliner, dapat meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat citra Bali sebagai destinasi pariwisata budaya. Penelitian ini menunjukkan bahwa sinergi

antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal.²³

2. Lestari, M., & Pratama, D. (2020). Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Mendorong Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya di Yogyakarta . Penelitian ini mengkaji peran ekonomi kreatif dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor ekonomi kreatif seperti seni rupa, kerajinan tangan, dan hiburan seni tradisional memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat identitas budaya daerah. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan, seperti kurangnya akses permodalan dan infrastruktur yang kurang memadai.²⁴
3. Rahmawati, L., & Fadilah, N. (2019). Implementasi Ekonomi Syariah dalam Pengembangan UMKM Kreatif di Kota Bandung . Penelitian ini mengeksplorasi penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengembangan UMKM kreatif di Kota Bandung. Peneliti menemukan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar produk kreatif yang dihasilkan oleh UMKM. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi pentingnya dukungan pemerintah dan lembaga

²³ Dewi, AC, & Susanti, I. Pengaruh Pengembangan Ekonomi Kreatif terhadap Peningkatan Daya Saing Pariwisata di Bali .(Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2018). 15(2), 210-223.

²⁴ Lestari, M., & Pratama, D. Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Mendorong Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya di Yogyakarta . (Jurnal Manajemen Pariwisata, 2020). 12(1), 87-99.

keuangan syariah dalam menyediakan akses permodalan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.²⁵

4. Saputra, R., & Hidayat, A. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Syariah di Kalangan Pemuda Muslim: Studi Kasus di Jakarta Selatan . Penelitian ini membahas bagaimana pengembangan ekonomi kreatif berbasis syariah di kalangan pemuda Muslim di Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha muda Muslim lebih cenderung mengadopsi model bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba dan spekulasi, serta mengutamakan keadilan dan keinginan. Penelitian ini juga menemukan bahwa ada peningkatan minat di kalangan pemuda muslim untuk terlibat dalam industri kreatif yang berbasis syariah, terutama di bidang fashion dan kuliner halal.²⁶
5. Kusuma, DA, & Purnamasari, R. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Sleman . Jurnal Pariwisata Indonesia, 9(1), 45-58. Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Sleman. Peneliti menemukan bahwa pelibatan masyarakat lokal dalam kegiatan ekonomi kreatif, seperti produksi kerajinan dan penyediaan homestay, dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat daya tarik wisata. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya dukungan infrastruktur,

²⁵ Rahmawati, L., & Fadilah, N. Implementasi Ekonomi Syariah dalam Pengembangan UMKM Kreatif di Kota Bandung . (Jurnal Ekonomi Syariah, 2019).7(2), 123-135.

²⁶ Saputra, R., & Hidayat, A. Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Syariah di Kalangan Pemuda Muslim: Studi Kasus di Jakarta Selatan . (Jurnal Sosial dan Keagamaan, 2020) 11(3), 175-190.

promosi, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam keberhasilan pengembangan desa wisata.²⁷

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif memiliki dampak positif terhadap peningkatan daya saing pariwisata dan kesejahteraan masyarakat lokal. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam ekonomi kreatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan alternatif model bisnis yang berkelanjutan. Namun berbagai tantangan seperti keterbatasan akses permodalan, infrastruktur, dan pendidikan masih perlu diatasi untuk mencapai pengembangan ekonomi kreatif yang optimal.

Berbekal pemahaman dari berbagai studi terdahulu tentang perpaduan warisan budaya dan prinsip syariah sebagai diferensiator kompetitif di pasar global, penelitian ini kini memiliki arah yang sangat jelas. Kami akan menjelajahi secara terarah strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis syariah di kawasan wisata Benteng Belgica, Kecamatan Banda. Benteng Belgica, dengan nilai sejarah dan keindahannya yang tak ternilai, bukan hanya sebuah situs kuno, melainkan ladang subur bagi inovasi kreatif yang berlandaskan etika. Fokusnya adalah bagaimana kekayaan budaya dan sejarah benteng dapat diterjemahkan menjadi produk dan layanan kreatif yang halal, adil, dan bermanfaat, menarik tidak hanya wisatawan Muslim tetapi juga mereka yang peduli pada aspek moral dan keberlanjutan. Ini adalah upaya untuk memastikan bahwa Benteng Belgica tidak hanya menjadi destinasi

²⁷ Kusuma, DA, & Purnamasari, R. Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Sleman . (Jurnal Pariwisata Indonesia, 2017). 9(1), 45-58

sejarah, tetapi juga inkubator bagi kesejahteraan masyarakat lokal yang berkelanjutan melalui kekuatan ekonomi kreatif syariah.