

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang mana sekarang populer dengan sebutan Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia. Dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era reformasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi. Pergeseran gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia. Industrialisasi menciptakan suatu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien (Purnomo, 2016, hlm.7).

**Gambar 1. 1 Pergeseran Orientasi Gelombang Ekonomi**



Sumber: Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia

Dampak yang muncul akibat dari fenomena perubahan gelombang ini adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan seefisien mungkin guna mempertahankan

eksistensinya. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya meandalkan industri sebagai sumber ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif karena kreativitas manusia itu berasal dari daya pikirnya yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar (Purnomo, 2016, hlm.7).

Istilah Ekonomi Kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan” (Purnomo, 2016, hlm.6).

Dalam mewujudkan kehidupan ekonomi sesungguhnya Allah telah menyediakan sumber daya-Nya di alam raya ini. Allah SWT mempersilahkan manusia untuk memanfaatkannya, sebagaimana firman-Nya dalam:

1. Q.S Al-Baqarah/2:29

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ  
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ ۚ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-nya tujuh langit. Dan dia Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Kementrian Agama RI, 2022)

## 2. Q.S Al-Jaasiyah/45:13

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ ۗ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ  
لَآٰيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

Artinya: “Dan Dia telah menundukkan utukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir” (Kementrian Agama RI, 2022).

Islam pun dalam hal kekreativitasan memberikan kelapangan pada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup didalamnya. Salah satu ayat Al-Qur’an yang menganjurkan untuk berpikir kreatif adalah:

surah Al-Baqarah/2:219

.... كَذٰلِكَ يُبَيِّنُ اللّٰهُ لَكُمْ الْاٰيٰتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُوْنَ.

Artinya: ..... “Demikianlah, Allah menerangkan kepadamu ayat – ayat Nya, agar kamu berpikir” (Kementrian Agama RI, 2022).

Ekonomi Kreatif mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins menulis buku “*Creative Economy, How People Make Money From Ideas*”. Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Maka dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan relatif tinggi (Purnomo, 2016, hlm.10).

Ekonomi Kreatif di Indonesia mulai dikenalkan pada masyarakat sejak pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sekitar tahun 2004 setelah munculnya Masyarakat Ekonomi Asean atau MEA. Pada tahun 2005,

Presiden Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan tentang pentingnya mengembangkan industri pada sektor yang bersumber pada kerajinan dan kreativitas bangsa.

Setelah itu, pada tahun 2006 menteri perdagangan RI Dr. Mari Elka Pangestu meluncurkan program *Indonesia Design Power* di jajaran Departemen Perdagangan RI, Program pemerintah ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia dipasar domestik maupun luar negeri. Program *Indonesia Design Power* menitik beratkan pada pengembangan sektor jasa, dan dapat memberikan ruang untuk pelaku industri kreatif (Purnomo, 2016, hlm.14).

Pada tahun 2008 pembuatan cetak biru “Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025”, ini merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi dan dukungan untuk mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi negara yang maju.(Kelompok Kerja Indonesia Design Power, 2008) Buku tersebut merupakan buku pertama di Indonesia yang membahas tentang potensi dan pemetaan sektor industri kreatif di Indonesia. Setelah itu, disahkan Instruksi Presiden Republik Indonesia No.6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pada tahun 2010, dibuat suatu *platform digital* yang bernama Ekonomi Kreatif Indonesia ([indonesiakreatif.net](http://indonesiakreatif.net)) sebagai wadah bagi masyarakat Indonesia untuk mengetahui perkembangan industri kreatif di Indonesia. (Purnomo, 2016, hlm.15) Ekonomi kreatif dinilai merupakan suatu sektor ekonomi baru yang dapat memberikan kontribusi yang cukup signifikan,

bahkan kedepan harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Hal ini diungkap oleh Presiden Jokowi saat peluncuran Perpres tentang Badan Ekonomi Kreatif tanggal 4 Agustus 2015.

Visi inilah yang mendorong Pemerintah Presiden Jokowi dan Jusuf Kalla membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) sebagai lembaga yang berdiri sendiri melalui Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang badan ekonomi kreatif yang diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang perubahan atas peraturan presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif.

**Gambar 1. 2 Realisasi Sasaran Strategis dalam Beberapa Tahun**

Indikator	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019*)
1 Pertumbuhan PDB Ekraf (%)	4.41	4.95	5.06	5.07	5.10
2 Jumlah Tenaga Kerja (Juta orang)	15.96	16.91	17.68	18.21	19.01
3 Nilai ekspor bruto (Miliar USD)	19.36	19.99	19.84	21.24	22.07

Sumber: Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019

Berdasarkan gambar di atas bisa dilihat pertumbuhan ekonomi nasional dari sektor ekonomi kreatif terus mengalami peningkatan. Capaian pertumbuhan PDB ekonomi kreatif dari 5,07% pada tahun 2018 naik menjadi 5,10% di tahun 2019. Pertumbuhan ekonomi kreatif terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan PDB yang juga semakin baik, namun tidak cukup mampu meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif dalam perekonomian

nasional karena pertumbuhannya tetap di bawah pertumbuhan PDB. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi khususnya Badan Ekonomi Kreatif agar pertumbuhan ekonomi kreatif secara bertahap dapat lebih tinggi dari pertumbuhan PDB.

Sektor ekonomi kreatif termasuk sektor perekonomian yang padat tenaga kerja dengan pertumbuhan tenaga kerja yang senantiasa positif. Serapan tenaga kerja dari 18,21 juta orang pada tahun 2018 meningkat menjadi 19,01 juta orang di tahun 2019. Sejalan dengan kontribusinya pada PDB, tiga subsektor terbesar penyedia lapangan kerja adalah *fashion*, kuliner, dan kriya. Nilai ekspor bruto produk kreatif dari 21,24 Miliar USD naik menjadi 22,07 Miliar USD. Sebagian besar nilai ekspor berasal dari subsektor kuliner, *fashion*, dan kriya. Dengan demikian peningkatan ekspor produk kreatif dapat difokuskan pada ketiga subsektor ini. Peningkatan pada capaian sasaran strategis tersebut menunjukkan bahwa komitmen Badan Ekonomi Kreatif serius untuk menjadikan ekonomi kreatif menjadi kekuatan baru ekonomi Indonesia sesuai dengan visi Badan Ekonomi Kreatif. (Badan Ekonomi Kreatif, 2019, hlm.15)

Daerah yang memiliki banyak budaya yang luar biasa salah satunya adalah Kalimantan Selatan, Banjarmasin selaku ibu kota provinsi dari Kalimantan Selatan tentunya sering mengadakan berbagai macam event kebudayaan untuk menarik minat dan kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Kalimantan Selatan telah menempatkan pariwisata

sebagai program prioritas, bahkan Kalimantan selatan bertekad untuk mengalihkan sumber ekonomi dari pertambangan ke pariwisata.

Wakil Gubernur Kalimantan Selatan Rudy Resnawan se usai meluncurkan *Calender of Event (CoE)* dan *Visit Kalsel 2020* di Balai rung Soesilo Soedarman, Gedung Sapta Pesona Jakarta, kantor Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkraf) mengatakan, “Kalimantan Selatan memiliki potensi wisata yang layak jual untuk mendatangkan wisatawan diantaranya Festival Budaya dan Seni yang mampu bersaing dengan daerah lain”

*“Creative cities use their creative potential in different ways. Some act hubs, providing cultural experiences for visitors and residents of the city, presenting their cultural heritage, or cultural activities (performing and visual arts)”*(Rasa Levickaite).

Kota yang kreatif menggunakan potensinya dengan cara yang berbedabeda, diantaranya memberikan kesan budaya warisan daerah setempat bagi para pengunjung melalui kegiatan kebudayaan seperti seni pertunjukan dan seni visual (Rasa Levickaite).

Seni dan budaya merupakan komponen yang sangat kuat untuk menarik minat dan perhatian para wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara, oleh karena itu Seni dan budaya memiliki andil besar dalam Pariwisata. Sebagai aset negara, seni dan budaya tersebut harus dijaga dan dilestarikan Pemerintah Kalimantan Selatan amat sangat menjaga terhadap nilai-nilai seni dan budaya di Kalimantan Selatan, salah satunya adalah kain Sasirangan.

Kain Sasirangan merupakan salah satu warisan budaya khas Kalimantan Selatan, kain ini pada zaman dahulu digunakan sebagai media pengobatan untuk orang sakit dan pakaian untuk acara adat. Seiring perkembangan zaman kain ini tidak hanya dipakai pada acara adat saja akan tetapi digunakan untuk pakaian sehari-hari, Sasirangan sekarang telah menjadi trend tersendiri dikalangan masyarakat Banjarmasin.

*“According to Navickas et al, to achieve quality improvement in the business environment, effective cooperation between enterprise, government, research, and development institutions is essential”* (Rasa Levickaite).

Menurut Navickas untuk meningkatkan kualitas dalam bisnis sangat diperlukan kerjasama yang efektif antara perusahaan, pemerintah, lembaga penelitian dan pengembangan. (Rasa Levickaite, 2011, hlm.30).

Rumah Sasirangan Kreatif merupakan wujud sinergi pemerintah pusat melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dengan pemerintah kota Banjarmasin. Bekraf mensupport pembangunan gedung representatif di atas lahan milik pemerintah kota Banjarmasin untuk dijadikan sebagai sarana pengembangan kreatifitas yang beralamat di Jl A. Yani No 321, Kebun Bunga, Kec Banjarmasin Timur., Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan Kode Pos 70234. Rumah Sasirangan Kreatif mengajak UMKM di Kota Banjarmasin untuk bergabung bersama mereka. UMKM yang memiliki produk-produk kreatif Sasirangan, kerajinan tangan dan cemilan khas Kalimantan Selatan dapat menitipkan produknya di Rumah Sasirangan Kreatif.



Maka dari itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin kerap bekerja sama dengan Rumah Sasirangan Kreatif diberbagai *event* guna menarik minat wisatawan, dan meningkatkan nilai ekonomi kreatif dan pariwisata di Kalimantan selatan. Kreativitas dan ide-ide dari para individu Rumah Sasirangan Kreatif mampu menarik minat wisatawan dan pecinta kain Sasirangan di kota Banjarmasin. Rumah Sasirangan Kreatif juga menyediakan wadah untuk semua kalangan baik itu anak anak, remaja, bahkan orang dewasa sekalipun untuk mengembangkan minat dan kecintaan mereka terhadap kain Sasirangan, melalui workshop yang mereka adakan.

Rumah Sasirangan Kreatif sebagai wadah kreativitas dan tempat bertukar pikiran para pelaku usaha dibidang ekonomi kreatif terus mengukir prestasi tiap tahunnya, baik prestasi di dalam daerah maupun luar daerah. Rumah Sasirangan Kreatif terus berevolusi dan berinovasi mulai dari produk yang ditawarkan para UMKM yang bekerja sama dengan Rumah Sasirangan Kreatif. Selain memasarkan kain Sasirangan dan berbagai kriya bermotif Sasirangan, Rumah Sasirangan Kreatif juga menjual produk unggulan khas Kalimantan Selatan seperti cemilan-cemilan, kecap limau kuit, madu khas dayak, batu batuan dari Kota Intan Martapura. Rumah Sasirangan Kreatif juga kerap mengenalkan kain Sasirangan kepada para pelajar dan mahasiswa seperti mengadakan kegiatan Workshop Sasirangan untuk pelajar. Selain itu, Rumah Sasirangan Kreatif juga kerap menjadi sponsorship pada kegiatan mahasiswa seperti pada ajang pemilihan Putra Putri Antasari yang diadakan oleh Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, dan ikut berpartisipasi

dalam Pemilihan Putri Muslimah Sasirangan yang diselenggarakan oleh Yayasan Pecinta Sasirangan.

Setiap usaha tentunya pasti ada kendala yang dihadapi, baik kendala itu muncul dari faktor internal maupun eksternal. Peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam tentang Rumah Sasirangan Kreatif, serta program apa saja yang Rumah Sasirangan Kreatif jalankan untuk meningkatkan ekonomi kreatif di kota Banjarmasin dan kendala apa saja yang Rumah Sasirangan Kreatif hadapi dalam menjalankan program-program tersebut, serta apakah program itu mampu meningkatkan ekonomi kreatif di kota Banjarmasin.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah program Rumah Sasirangan Kreatif berhasil meningkatkan jumlah mitra bisnis
2. Bagaimana efektivitas program Rumah Sasirangan Kreatif dalam meningkatkan jumlah mitra bisnis
3. Apa saja kendala yang dihadapi Rumah Sasirangan Kreatif dalam meningkatkan jumlah mitra bisnis

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah program Rumah Sasirangan Kreatif berhasil meningkatkan jumlah mitra bisnis
2. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas program Rumah Sasirangan Kreatif dalam meningkatkan jumlah mitra bisnis

3. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi Rumah Sasirangan Kreatif dalam meningkatkan jumlah mitra bisnis

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat secara praktis.

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara mengembangkan dan meningkatkan bisnis di bidang ekonomi kreatif, serta dapat mengetahui kendala apa saja yang akan dihadapi ketika akan menjalankan bisnis dibidang ekonomi kreatif.

- b. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam terhadap bidang ekonomi kreatif.

- c. Bagi Rumah Kreatif Sasirangan

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program untuk menentukan metode dan media yang tepat untuk mengembangkan ekonomi kreatif di kota Banjarmasin.

## E. Definisi Operasional

Judul dari penelitian ini adalah “Efektivitas Rumah Sasirangan Kreatif Dalam Meningkatkan Jumlah Mitra Bisnis” untuk memahami istilah-istilah atau kata dalam judul tersebut maka perlu adanya penjelasan-penjelasan yang harus dipaparkan agar lebih memudahkan dalam artian dapat memahami istilah-istilahnya.

### 1. Efektivitas

Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran (*Output*) dengan tujuan atau sasaran akhir kebijakan (*Spending wisely*). Semakin besar output yang dihasilkan terhadap pencapaian suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, maka artinya makin tinggi efektivitasnya.

### 2. Program

Program menurut Charles O. Jones adalah cara yang disahkan untuk mencapai tujuan, beberapa karakteristik tertentu yang dapat membantu seseorang untuk mengidentifikasi suatu aktivitas sebagai program atau tidak yaitu:

- a. Program cenderung membutuhkan staff, misalnya untuk melaksanakan atau sebagai pelaku program.

- b. Program biasanya memiliki anggaran tersendiri, program biasanya juga diidentifikasi melalui anggaran.
  - c. Program memiliki identitas sendiri, yang bila berjalan secara efektif dapat diakui oleh publik.
3. Ekonomi kreatif

Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep bidang perekonomian di era ekonomi baru dengan mengutamakan kreativitas dan informasi, konsep dari ekonomi kreatif ini mengedepankan sumber daya manusia yang memiliki ide dan pengetahuan yang digunakan sebagai faktor utama dalam produksi.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

- a. Penelitian yang telah dilakukan oleh Umi Rohmah (2017) dengan judul penelitian “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, dari analisis data dapat disimpulkan bahwa berdasarkan interview yang dilakukan dengan pengrajin anyaman bambu di Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Piringsewu, dengan adanya ekonomi kreatif memiliki peran penting bagi pengrajin, dilihat dari 30 responden 9 orang pengrajin mengalami peningkatan pendapatan, 18 orang pengrajin stabil, dan 3 orang pengrajin mengalami penurunan ditahun 2016. Sementara itu, untuk kajian dalam islam, para pengrajin telah memenuhi proses produksi, pemasaran, kebijakan pemerintah, kondisi

ekonomi, lingkungan dan kemitraan. Namun belum memenuhi faktor manajemen dan keungan. Perbedaan penelitian Umi Rohmah dengan judul “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam” berbeda dengan penelitian yang peneliti teliti dengan judul “Analisis Efektivitas Program Rumah Sasirangan Kreatif Dalam Rangka Meningkatkan Ekonomi Kreatif Di Kota Banjarmasin” karena penelitian Umi Rohmah fokus kepada peran ekonomi kreatif dalam pendapatan pengrajin, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan fokus kepada program yang dilaksanakan oleh Rumah Sasirangan Kreatif’

- b. Penelitian yang telah dilakukan oleh Nining Winda Irawati (2020) dengan judul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Pemandian Air Panas Pincara Masamba”, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan wisata pemandian air panas terhadap ekonomi kreatif belum efektif dikarenakan penataan lokasi berjualan yang kurang baik dan tidak adanya pengembangan kualitas masyarakat ekonomi kreatif, sehingga daya tarik dan minat pengunjung berkurang dan menurunkan jumlah partisipasi masyarakat yang berjualan pada objek wisata pemandian air panas Pincara Masamba. Selain dari pada itu, perlu adanya pemberdayaan secara profesional yang dilakukan pemerintah agar meningkatkan potensi yang ada seperti menciptakan brand khas pemandian Pincara kemudian hasil dari pada ekonom kreatif tersebut dipasarkan ke luar daerah sehingga pendapatan masyarakat yang

berpartisipasi tidak hanya bergantung pada jumlah pengunjung saja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perbedaan penelitian yang Nining Winda Irawati teliti dengan judul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Daya Tarik Pemandian Air Panas Pincara Masamba”, dengan penelitian yang peneliti teliti dengan judul “Analisis Efektivitas Program Rumah Sasirangan Kreatif Dalam Rangka Meningkatkan Ekonomi Kreatif Di Kota Banjarmasin” adalah Nining Winda Irawati memfokuskan penelitiannya pada pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor pariwisata, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang program Rumah Sasirangan Kreatif melalui kerja sama dengan para UMKM penggiat ekonomi kreatif baik di sektor kuliner, kriya, dan fesyen.

- c. Penelitian yang telah dilakukan oleh Tadjuddin Nur Mayasari (2019) dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo”, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran umum UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo saat ini belum mampu memberikan predikat khusus bagi kota Palopo karena memiliki keterbatasan serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan yang paling banyak dialami pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo yakni permasalahan pada permodalan. Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo yang dilakukan para pelaku UMKM ekonomi kreatif yakni perlunya sinergi antara para pelaku UMKM, peningkatan kualitas produk

dan pelayanan serta adanya dukungan penuh dari pihak pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan. Pandangan Islam terhadap ekonomi kreatif yakni usaha yang dilandasi dengan kreativitas dan inovasi dengan memperbaharui sumber daya alam yang ada dengan jalan perdagangan Al- Qur'an. Dengan memperbarui sumber daya alam yang ada dengan jalan perdagangan, dalam Al-Qur'an dengan jelas disebutkan bahwa perniagaan merupakan jalan yang diperintahkan Allah SWT. Penelitian yang diteliti oleh Tadjuddin Nur Mayasari dengan judul "Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo" berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti dengan judul "Analisis Efektifitas Program Rumah Sasirangan Kreatif Dalam Rangka Meningkatkan Ekonomi Kreatif Di Kota Banjarmasin" karena penelitian yang diteliti oleh Tadjuddin Nur Mayasari membahas strategi yang digunakan untuk mengembangkan UMKM berbasis ekonomi kreatif sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti membahas tentang program dari Rumah Sasirangan Kreatif, apakah program tersebut sudah terlaksana dengan baik atau belum.

Dari penelitian Umi Rohmah (2017), Nining Winda Irawati (2020), Tadjuddin Nur Mayasari (2019), dapat dilihat peran ekonomi kreatif masih belum berkembang dengan pesat dikarenakan beberapa hambatan baik dari segi manajemen, kurangnya peran pemerintah, dan kesalahan dalam mengelolanya.



## **G. Sistematika Penelitian**

Penelitian ini terdiri dari 5 bab dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yakni menguraikan alasan penulis mengangkat judul tersebut. Kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah, kemudian dirumuskan tujuan dari pembahasan masalah tersebut ditujukan penelitian.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini dijabarkan masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori yang mendukung serta relevan dari buku literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Bab III Metode Penelitian, meliputi jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab IV laporan hasil penelitian, berisi tentang penyajian data dan analisis data serta jawaban dari rumusan masalah.

Bab V penutup, berisi tentang kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas dalam pembahasan sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan saran yang dianggap perlu bagi penulis.