

## Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Pengrajin Kain Sasirangan dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Luthfiah Sasirangan)

Muhammad Effendi<sup>1\*</sup>, S. Purnamasari<sup>2</sup>, Kurniaty<sup>3</sup>, Purnama Rozak<sup>4</sup>,  
Abdul Wahab<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,5</sup>Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin, <sup>4</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Pemasang

**Corresponding Author:** Muhammad Effendi [effendim963@gmail.com](mailto:effendim963@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Ekonomi Kreatif, Pengembangan Ekonomi Kreatif, Ekonomi Syariah, Kain Sasirangan

*Received :* 05, October

*Revised :* 15, October

*Accepted:* 25, October

©2022 Effendi, Purnamasari, Kurniaty, Rozak, Wahab: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Adanya hambatan untuk menembus pasar nasional mengakibatkan masyarakat kurang mengenal produk kain sasirangan dan dengan ketatnya persaingan bisnis saat ini membuat pelaku bisnis hanya berfokus pada target pasar dan melupakan etika bisnis islam pada aktivitas pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengembangan ekonomi kreatif di toko Luthfiah sasirangan dan untuk mengetahui bagaimana pemasaran di toko Luthfiah sasirangan dengan perspektif islam. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah Pengembangan ekonomi kreatif di Toko Luthfiah Sasirangan yang diterapkan adalah melakukan promosi melalui media sosial, yakni Whatsapp dan Instagram, Menerapkan pembagian harga produk menjadi 4 bagian, yaitu harga terendah, menengah, menengah ke atas dan tinggi, serta menerapkan kesempatan konsultasi kepada calon konsumen sebelum membeli produk Sasirangan. Pemasaran produk kain Sasirangan yang diterapkan di Toko Luthfiah Sasirangan telah memenuhi Pemasaran dalam islam dan Prinsip bisnis Islam.

## **PENDAHULUAN**

Ekonomi kreatif merupakan konsep baru yang memadupadankan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai manusia sebagai faktor produksi. Dalam studi ekonomi dikenal ada empat faktor produksi, yakni sumber daya alam, sumber daya manusia, modal (faktor utama) dan orientasi atau manajemen. Ekonomi kreatif memiliki banyak manfaat ataupun peluang yang sangat besar bagi diri kita sendiri begitupun masyarakat sekitar untuk memberikan lapangan kerja mengurangi pengangguran ataupun mensejahterakan masyarakat sekitar. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Bisnis menurut Islam adalah suatu yang dihalalkan bahkan sangat di anjurkan oleh Islam. Bisnis bahkan dilakukan oleh Nabi dan sahabat Rasulullah di zaman dahulu. Sangat banyak sekali yang merupakan para pebisnis dan dari hartanya tersebut dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi perkembangan Islam. Islam memperbolehkan bisnis kecuali hal-hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Untuk itu dibalik bisnis menurut Islam yang dihalalkan ini tentu saja ada etika dan memberikan manfaat dari bisnis itu. etika dalam bisnis Islam seperti menjauhi hal yang samar, menghindari judi, menghindari penindasan, menjauhi riba, menjauhi penipuan, menjauhi barang atau produk haram dan menghindari monopoli bisnis.

Dalam tolong menolong yang diatur dalam hukum Islam sangatlah banyak, dan semua bentuk tolong menolong yang diatur dalam hukum Islam harus didasari dengan transaksi (akad). Dalam bidang mu'amalat, salah satu akad yang dipelajari adalah akad ijarah. Apabilah yang menjadi objek transaksi itu adalah manfaat atau jasa dari suatu benda disebut ijarah Al-ayn, seperti sewa menyewa rumah yang ditempati. Bila yang terjadi objek transaksi manfaat atau jasa dari tenaga seseorang disebut dengan ijarah dimmah atau upah mengupah. Sekalipun objeknya berbeda keduanya dalam konteks fikih disebut ijarah.

Abuznaid mengemukakan, dalam islam setiap kegiatan bisnis harus taat pada dua prinsip, yaitu: pertama, taat pada aturan atau tatanan moral yang telah ditetapkan Allah SWT. Kedua, empati, mensyukuri rahmat dan ciptaan Allah swt. dengan jalan menahan diri dari tindakan yang merugikan orang lain dan mencegah penyebaran praktik yang tidak etis.

Salah satu usaha pengrajin yang saat ini pertumbuhan bisnisnya sedang berkembang adalah usaha kain sasirangan. Pada umumnya usaha sasirangan di masyarakat Kalimantan Selatan adalah usaha kain dan pakaian Sasirangan. Binis ini ada, tidak lepas dari sifat konsumtif turis lokal maupun mancanegara yang tertarik pada motif jenis baru yang bernuansa baru, trendi dan etnik (menonjolkan ciri khas budaya suku tertentu) sehingga Para pelaku bisnis pakaian berlomba-lomba untuk menarik perhatian calon konsumennya dengan inovasi-inovasi baru yang terus dikembangkan.

Pangsa pasar kain sasirangan saat ini selain membidik pasar lokal seperti generasi muda Kota Banjarmasin yang hobi Eksis, namun jangka panjangnya adalah pasar mancanegara (global) yang jauh lebih menjanjikan baik dari segi harga maupun jumlah permintaan yang datang, asalkan sudah dikenal tentunya, Luthfiah (23 Tahun) merupakan putri dari salah satu pengrajin kain sasirangan yang berada di Kecamatan Banjarmasin Utara. Adapun kerajinan Sasirangan ini bernama "Luthfiah Sasirangan" yang terletak di Jl. Sungai Jingah Rt. 17 No. 82, Sungai Jingah, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

Usaha ini berdiri pada tahun 2018 yang mana keahlian dalam membuat kain sasirangan ini dimulai dari orang tua dengan niat serta keuletan pengrajin yang awalnya hanya mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh lembaga-lembaga yang bersangkutan dengan Ekonomi kreatif sekarang kerajinan tersebut dapat membuat satu unit usaha secara mandiri dengan modal awal Rp. 5.000.000. Adapun produk yang dihasilkan beragam bentuk kerajinan dari kain sasirangan seperti: Baju dan masker.

Menurut Luthfiah hambatan untuk dapat menembus pasar nasional adalah jauhnya jarak antara tempat produksi dengan tempat pemasaran, untungnya saat ini pihaknya telah berusaha dan sedang mendalami penjualan online yang dapat mencapai penjualan keluar daerah atau pasar nasional dengan mudah, menurutnya. Promosi adalah langkah untuk mengenalkan produk kain sasirangan kepada konsumen yang masih tergolong baru dan belum terlalu dikenal masyarakat nasional sehingga promosi sangat penting dilakukan, agar promosi yang dilakukan bisa tepat sasaran, maka dengan melakukan riset terhadap produk yang dijual dan siapa saja calon konsumen yang potensial untuk membeli produk tersebut, selama ini kain sasirangannya ditawarkan pada turis domestik maupun mancanegara yang sedang berwisata di kota Banjarmasin untuk pemasaran nasional saat ini strategi yang dilakukan adalah dengan memprioritaskan menjual kepada turis-turis domestik.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian skripsi yang berjudul "Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Kain Sasirangan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Luthfiah Sasirangan)".

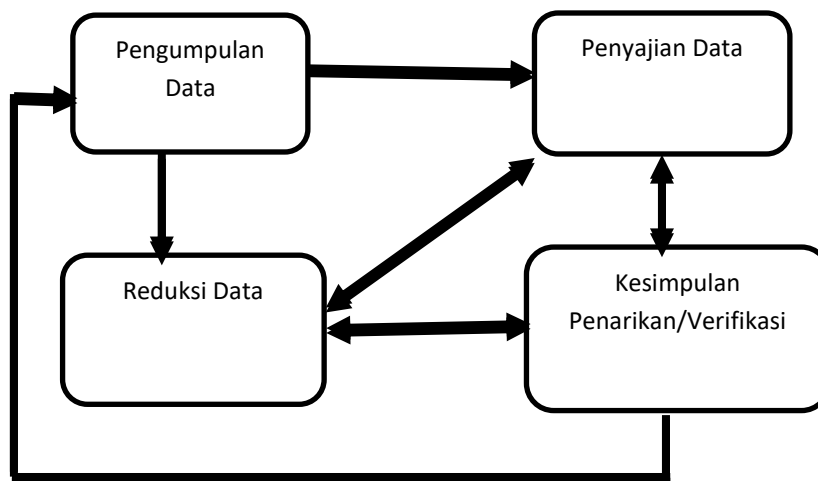
## **TINJAUAN PUSTAKA**

Ekonomi kreatif merupakan konsep baru yang memadupadankan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai manusia sebagai faktor produksi. Dalam studi ekonomi dikenal ada empat faktor produksi, yakni sumber daya alam, sumber daya manusia, modal (faktor utama) dan orientasi atau manajemen. Ekonomi kreatif memiliki banyak manfaat ataupun peluang yang sangat besar bagi diri kita sendiri begitupun masyarakat sekitar untuk memberikan lapangan kerja mengurangi pengangguran ataupun mensejahterakan masyarakat sekitar. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan,

bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan.

## METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif kualitatif yaitu Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, metode deskriptif kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati.<sup>1</sup> Peneliti yang melakukan penelitian kualitatif harus secara langsung datang ke lapangan dan mengamati serta terlibat secara intensif sampai dia menemukan secara rinci apa yang diinginkan.<sup>2</sup> Dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara, jumlah narasumber ada 3 orang, yaitu pemilik tempat usaha, karyawan dan pembeli.



Bagan 1. Komponen dalam Analisis Data  
Sumber : Nur Sayidah Sayidah, 2021

Dalam pengolahan data ini menekankan dari data hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, yang diharapkan responden mengisi ini dengan jujur mengenai pertanyaan di dalam kuesioner tersebut. Analisis data adalah proses pengolahan data dengan tujuan untuk menemukan informasi yang berguna yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan untuk solusi suatu permasalahan.<sup>3</sup> Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa,

<sup>1</sup> Trian Saputra, *Permainan Interaktif Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 IAIN Metro )*, 2019. Dikutip pada tanggal 27 Mei 2022.

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm 11.

<sup>3</sup> Analisis Data, <https://www.dqlab.id/analisis-data-adalah-mengenal-pengertian-jenis-dan-prosedur-analisis-data>), dikutip pada tanggal 23 Mei 2022.

menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, Teknik analisis data yang dipilih adalah analisis data model Milles dan Huberman. Aktivitas dalam analisis data yaitu data *reduction*, *data display* dan *data conclusion drawing/verification*.<sup>4</sup>

### 1) Pengumpulan Data

Dalam proses analisis interaktif, kegiatan pertama yang dilakukan adalah proses pengumpulan data. Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber data. Pada proses pengumpulan data peneliti mengumpulkan data primer dan data sekunder yang diperoleh.<sup>5</sup>

Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan teknik wawancara terbuka (*open interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*). Data primer yang didapatkan melalui wawancara dalam penelitian ini yaitu mengenai ekonomi kreatif pada pengrajin kain sasirangan apakah dalam perspektif islam. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto-foto ketika peneliti melakukan wawancara dengan informan terkait.

Data sekunder diperoleh dari catatan, artikel, internet dan tulisan ilmiah yang relevan dengan topik penelitian yang dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini terkait dengan ekonomi kreatif pada pengrajin kain sasirangan apakah dalam perspektif islam di peroleh dari beberapa karyawan di tempat usaha kain sasirangan (Luthfiah Sasirangan) yang ada di lokasi penelitian yang akan di teliti oleh peneliti. Selain itu juga data sekunder diperoleh dari catatan, artikel, internet dan tulisan ilmiah yang terkait dengan teori yang dipakai oleh peneliti.

### 2) Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan.

### 3) Penyajian Data

Setelah data direduksi, Maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah

---

<sup>4</sup> Analisis Data, <http://repository.stei.ac.id/>, dikutip pada tanggal 20 Mei 2022.

<sup>5</sup> Nurul & Kahirulyadi Hidayati, 'Upaya Institusi Sosial Dalam Menanggulangi Pengemis Anak Di Kota Banda Aceh (Studi Terhadap Institusi Formal Dinas Sosial Dan Tenaga Kerja Di Kota Banda Aceh)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2.November (2017), 181-91 <<http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/2700>>.

dengan teks yang bersifat 36 naratif. Selanjutnya disarankan dalam melakukan display data, selain teks yang naratif juga dapat berupa *grafik, matrik, network* (jaringan kerja) dan *chart*.

#### 4) *Penarikan Simpulan dan Verifikasi*

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>6</sup>

## HASIL PENELITIAN

### *Profil Toko Luthfiah Sasirangan*

#### *1. Sejarah Singkat Berdirinya Toko Luthfiah Sasirangan*

Toko Luthfiah Sasirangan didirikan tahun 2018. Usaha yang bergerak dalam bidang kerajinan ini didirikan oleh Luthfiah anak dari H Sukri dan Hj Asmah. Berlatar belakang pendidikan SMA Luthfiah setelah lulus dari bangku SMA pada tahun 2017 dan mulai merambah ke dunia kerja, dan sudah bekerja di beberapa tempat di kota Banjarmasin salah satunya sebagai marketing di salah satu perusahaan di Banjarmasin, namun seiring berjalannya waktu Luthfiah memutuskan untuk *resign* dari tempat kerjanya dan membuat usahanya sendiri yaitu membangun usaha kerajinan kain sasirangan dengan modal awal sebesar 5 juta rupiah dan Luthfiah pun berhasil mengembangkan potensi dalam dirinya. Ia berhasil membangun usaha kerajinan kain sasirangan hingga memiliki 9 karyawan sampai saat ini, dan juga pada bidang ekonomi yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di sekiran rumahnya.<sup>7</sup>

#### *2. Produk di Toko Luthfiah Sasirangan*

##### **a. Kain Katun Satin**

Kain satin adalah kain yang seringkali digunakan dalam dunia fashion untuk dijadikan salah satu pakaian yang menjadi brand-brand ternama. Kain satin ini juga memiliki keunikan tersendiri. Tekstur permukaan dari kain satin ini sangat halus, lembut dan tampak glossy. Sehingga ketika digunakan dalam bentuk pakaian pun akan terlihat menarik dan nyaman digunakan. Kain ini bukanlah termasuk dalam kategori kain yang berjenis serat ataupun fiber. Adapun satin sendiri adalah

---

<sup>6</sup> Analisis Data, <http://repository.stei.ac.id/>, dikutip pada tanggal 20 Mei 2022.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.

metode dalam pembuatan kain, proses ditenun, yaitu dengan teknik satin. Nah teknik inilah yang pada akhirnya membuat kain tampak berkilau nan menarik. Kelebihan yang ditawarkan oleh kain satin adalah tampilannya. Karena dapat anda ketahui sendiri, bahwa tampilan kain satin ini terlihat mewah dan elegan dari kilauan benang yang digunakannya. Sehingga banyak orang yang berpakaian ke acara resmi dengan menggunakan bahan dasar satin ini, karena akan tampak stylish dan modis.<sup>8</sup>

#### b. Kain Katun Polisima

Kain katun Polisima atau biasa sering disebut sebagai katun primis, memiliki kualitas kain yang lebih bagus daripada katun prima dan bahkan katun polisima dianggap sebagai kain katun terbaik. Kain katun Primis umumnya lebih tebal dengan serat yang lebih besar dari pada katun prima. Biasanya kain yang paling sering dipakai untuk batik tulis adalah kain primis, dan umumnya batik yang menggunakan bahan kain primis memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan yang berbahan dasar katun lainnya.<sup>9</sup>

#### c. Kain Katun Sutera

Kain Sutera dibuat dari bahan kepompong ulat sutera dengan cara dipintal untuk menghasilkan apa yang kita sebut benang sutera. Kain tersebut bersifat sangat halus, lembut, dan berkilau, tentu hal ini memiliki kesan indah dan mewah pada pemakainya.

### 3. Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi. Memberi manfaat ke semua orang.
- b. Misi. Mengembangkan budaya khas kalimantan.<sup>10</sup>

Tabel 1. Biodata Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan sebagai Informan

<b>Nama</b>	Luthfiah
<b>Umur</b>	23 tahun
<b>Alamat</b>	Jl. Sungai Jingah, Kec. Banjarmasin Utara, Kalimantan Selatan
<b>Lama Usaha</b>	5 Tahun

Tabel 2. Daftar Karyawan Luthfiah Sasirangan

No	Nama	Umur
1	Taufik Hidayat	24
2	Muhammad Ali	31
3	Nor Anisa	28
4	Ahmad Sukri	50

<sup>8</sup> Sumbernesia, Kain Satin, <https://sumbernesia.com/kain-satin/>. Dikutip pada tgl 20 Juni 2022.

<sup>9</sup> Asanabatik, Mengenal Kain Batik Lebih Jauh, <https://www.asanabatik.com/index.php>. Dikutip pada tanggal 20 Juni 2022.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.

5	Parhani	25
6	Ryan Hadi	26
7	Ahmad Ridhani	24
8	Iska Audina	27
9	Muhammad Irfan	23

## PEMBAHASAN

### 1. Pengembangan Ekonomi Kreatif di Toko Luthfiah Sasirangan

Pengembangan Ekonomi kreatif adalah ekonomi yang berfokus pada berbagai ide dan gagasan kreatif sebagai acuan utama dalam pergerakan suatu ekonomi. Sistem ini mengandalkan kreativitas dan ide dari sumber daya manusia sebagai poin utama dalam suatu kegiatan ekonomi.<sup>11</sup>

Dalam menciptakan sebuah karya kreatif dan mengembangkannya di era sekarang ini bisa di bilang susah-susah gampang, karena di era digital saat ini membuat ketatnya persaingan saat ini. Terlebih dengan banyaknya pesaing didunia industri ekonomi kreatif yang mulai bermunculan membuat sebuah usaha harus tetap *survive* dengan memiliki strategi-strategi yang dimiliki. Maka beberapa strategi yang dilakukan oleh Luthfiah untuk tetap bertahan dan berkembang di era saat ini adalah?

“Mengembangkan usahanya melalui media sosial. Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis, khususnya pada aspek pemasaran. Menggunakan media sosial, pebisnis diharapkan mampu menciptakan komunikasi yang baik terhadap pelanggan serta mengupayakan terciptanya citra yang baik dan interaksi kepada pelanggan”.<sup>12</sup>

Pemasaran dalam media sosial kini semakin hari semakin berkembang, hal itu tak lain disebabkan karena masyarakat yang kini memiliki ketergantungan terhadap *gadget* sehingga metode pemasaran online ini dapat terjangkau oleh siapa saja dan kapan saja secara cepat. Oleh karena itu tak heran mayoritas pebisnis menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya.

Pemasaran produk yang dilakukan di Toko Luthfiah Sasirangan, Berdasarkan data yang sudah saya peroleh dalam wawancara bersama pemilik usaha adalah, “Melalui toko dan media sosial. Strategi pengembangan yang digunakan untuk promosi melalui media sosial, yaitu Whatsapp dan Instagram”.<sup>13</sup>

Adapun pemasaran yang dilakukan oleh Luthfiah di antaranya meliputi aspek produk, harga, tempat dan promosi.

#### a. Aspek Produk

Produk yang dijual di toko Luthfiah Sasirangan adalah?

“Pakaian sasirangan yang terbuat dari kain katun satin, kain polisima dan kain katun sutera. Adapun motif kain sasirangan yang ada di toko Luthfiah adalah rainbow, sarigading dan motif terkini. Meskipun produk dari kain

<sup>11</sup> Abdul Wahhad, *Pengembangan Ekonomi Kreatif*, Wedsiste Landx, <https://landx.id/blog/pentingnya-perkembangan-ekonomi-kreatif-di-indonesia>, dikutip pada tgl 02 juli 2022.

<sup>12</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.

<sup>13</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.

sasirangan sangat lah banyak, Luthfiah mengatakan banyak konsumen yang telah mengenal produk-produk tersebut. Hal ini tak lain karena peran media sosial. Diungkapkan olehnya, produk terlaris yang dijual pada bisnisnya ini adalah sasirangan kain polisima dikarenakan kain polisima memiliki kualitas kain yang lebih baik di dibandingkan dengan kain lain yang di jual di tempatnya. Dalam sebulan, Luthfiah mengatakan dapat menjual produk sebanyak kurang lebih 1000 lembar pakaian sasirangan dalam sebulan".<sup>14</sup>

*b. Aspek Harga*

Harga pakaian sasirangan di Toko Luthfiah Sasirangan, berdasarkan wawancara saya kepada pemilik usaha tersebut adalah?

"Luthfiah mengikuti harga pasar saat ini yang menetukannya. Adapun kisaran harga produk kain sasirangan di Toko Luthfiah Sasirangan dimulai dari Rp 85.000 sampai Rp 400.000. Luthfiah membagi harga tersebut menjadi 4 bagian, yakni harga terendah, menengah, menengah ke atas dan tinggi. Untuk harga terendah di mulai dari Rp 85.000, Rp 100.000, Rp 200.000 dan Rp 400.000. Harga tersebut tergantung dari kerumitan motif dari kain sasirangan tersebut dan dari ukuran kain sasirangan kain tersebut".<sup>15</sup>

*c. Aspek Tempat*

Adapun perihal aspek tempat adalah?

"Pembuatan kain sasirangan berada di seberang rumah pemilik usaha atau toko penjualan kain sasirangan tersebut. Usaha kain sasirangan menyediakan tempat pembuatan kain sasirangan dan toko untuk menjual produk kain sasirangan tersebut dan sekalaigus rumah tempat tinggal pemilik usaha tersebut. sehingga stok produksi tersedia dirumah pemilik usaha tersebut. Toko kain sasirangan tersebut juga lumayan dikenal oleh masyarakat sekitar dan tak sedikit masyarakat yang datang kerumah untuk melihat produk-produk kain sasirangan tersebut."<sup>16</sup>

*d. Aspek Promosi*

Adapun dalam hal promosi, Luthfiah melakukan?

"Pemasaran secara langsung, baik tatap muka maupun media sosial. Luthfiah sebagai pemilik usaha melakukan promosi melalui media sosial, yakni Whatsapp dan Instagram. Luthfiah mengungkapkan bahwa media sosial yang paling banyak menghasilkan konsumen yaitu Whatsapp dan Instagram. Selain itu juga Luthfiah biasanya meminta pendapat kepada konsumennya yang selanjutnya dijadikan sebagai bahan evaluasi promosi pada media sosialnya. Karena Luthfiah memiliki toko untuk menjual produk kain sasirangannya, Luthfiah memasang spanduk pada toko sasirangannya yang bertujuan untuk memberi tahu masyarakat bahwa dirinya berjualan produk kain sasirangan".<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.

<sup>15</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.

<sup>16</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.

<sup>17</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

## 2. *Pemasaran di Toko Luthfiah Sasirangan dengan Perspektif Islam*

Pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang Muslim dan bisa dijadikan katalisator hubungan transcendental Muslim dengan tuhan, dengan kata lain bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang Muslim dalam kehidupan ekonomi. Hal tersebut pernah dilakukan oleh Rasulullah ketika hijrah ke Madinah, yang beliau banyak pergi kepasar untuk memenuhi kehidupan hidupnya. Fenomena ini memancing pertanyaan bagi kaum Quraisy. Firman Allah dalam surah *al-furqaan* (25) ayat 7:<sup>18</sup>

*Dan mereka berkata: Mengapa Rasul itu memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? Mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang Malaikat agar Malaikat itu memberikan peringatan bersama-sama dengan dia?(al-furqaan(25) ayat 7).*

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam seorang saudagar sangat terpandang pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedagang jujur. "Sepanjang perjalanan sejarah, kaum Muslimin merupakan simbol sebuah amanah dan di bidang perdagangan, mereka berjalan di atas adab islamiah," ungkap Syekh Abdul Aziz bin Fathi as-Sayyid Nada dalam Ensiklopedi Adab Islam Menurut Alquran dan Assunnah.

Di toko Luthfiah Sasirangan merupakan salah satu bisnis yang diharapkan mengedepankan pemasaran bisnis Islam dalam aspek pemasaran. Oleh karenanya perlu adanya implementasi pemasaran bisnis Islam dalam segala kegiatannya. Sehingga tidak hanya semata untuk materi, tapi juga untuk mendapat berkah Allah SWT.

Berdasarkan analisis pemasaran Islam di Toko Luthfiah Sasirangan yang dilakukan oleh peneliti pada Toko Luthfiah Sasirangan dapat diuraikan sebagai berikut:

### **a. *Pemasaran Islam di Toko Luthfiah Sasirangan***

#### *Pemasaran Islam dalam Konteks Produk*

Pemasaran Islam dalam konteks produk di Toko Luthfiah Sasirangan berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan bersama pemilik usaha kain sasirangan tersebut adalah?

"Produk yang dijual di toko Luthfiah Sasirangan ini adalah halal dan toyyib. Produk yang dijual merupakan pakaian yang tidak menggunakan bahan yang di larang oleh agama islam. Selain itu, produk yang dijual mendatangkan keuntungan dan manfaat bagi kedua belah pihak yakni bagi penjual dan pembeli, sehingga tidak merugikan salah satu pihak".<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Nurul Huda, *Pemasaran Syariah*, (Depok : 2017), hlm. 41

<sup>19</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

### *Pemasaran Islam dalam Konteks Harga*

Pemasaran Islam dalam konteks harga di Toko Luthfiah Sasirangan berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan bersama pemilik usaha tersebut adalah?

"Bahwa harga yang ditetapkan oleh Luthfiah sesuai dengan harga yang ada di pasaran saat ini dan tidak melebihi marginnya. Selain itu, Luthfiah juga menyesuaikan kemampuan daya beli masyarakat dengan membagi sasaran pasar berdasarkan harga produk yang rendah hingga produk dengan harga yang tinggi. Hal ini sesuai dengan segmentasi pasar yang diterapkan oleh Rasulullah SAW dimana melakukan segmentasi Psikografi, yaitu mengelompokkan pasar berdasarkan gaya hidup ataupun kepribadian dan kemampuan".<sup>20</sup>

### *Pemasaran Islam dalam Konteks Distribusi*

Pemasaran Islam dalam konteks distribusi di Toko Luthfiah Sasirangan. Dalam konsep distribusi ini, ekonomi Islam mengedepankan prinsip keadilan dan keseimbangan dimana didalamnya mengandung nilai nilai tauhid dan keadilan seperti membebaskan individu untuk berbuat atau tidak berbuat tanpa campur tangan pihak manapun, keseimbangan individu dengan unsur materi dan spiritual yang dimiliki dan keseimbangan antar individu dengan masyarakat lainnya. Berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan bersama pemilik usaha kain sasirangan tersebut adalah?

"Bahwa Luthfiah menyediakan konsultasi kepada calon konsumen terkait keluhan atau permasalahan produknya sebelum konsumen membeli produknya, sehingga konsumen mendapatkan barang yang sesuai dengan yang diharapkan mereka sehingga tidak merugikan satu pihak. Selain itu, Luthfiah juga memberi kebebasan kepada konsumen untuk membeli produknya ataupun tidak. Hal ini pun termasuk dalam menjunjung prinsip keadilan dan keseimbangan. Luthfiah selalu mengedepankan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan ajaran Islam. Berdasarkan hal tersebut, maka Luthfiah telah memenuhi pemasran islam dalam konteks distribusi".<sup>21</sup>

### *Pemasaran Islam dalam Konteks Promosi*

Pemasaran islam dalam konteks promosi di Toko Luthfiah Sasirangan. Berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan bersama pemilik usaha kain sasirangan tersebut adalah?

"Dalam konteks ini Luthfiah melakukan promosi sesuai dengan fakta yang ada dan tidak di lebih-lebihkan. Dalam promosi tersebut berisi uraian tentang kualitas dan harga produk tersebut. Pada kegiatan promosi Luthfiah menggunakan media sosial, tidak terdapat unsur pemaksaan dan penipuan, karena produk yang dipromosikan sesuai dengan produk aslinya. Hal ini memenuhi kriteria pemasaran islam".<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

<sup>21</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

<sup>22</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

**b. Kesesuaian Pemasaran Islam di Toko Luthfiah Sasirangan dengan Strategi Pemasaran Islam**

Ada tiga elemen yang menjadi strategi pemasaran islam, yaitu diferensiasi, bauran pemasaran dan penjualan.<sup>23</sup>

1. *Diferensiasi*

Esensi dari diferensiasi adalah agar lebih dikenal sehingga menjadi identitas diri. Nabi Muhammad SAW memberitahu kepada setiap pelanggannya titik lemah dari produknya. Beliau tidak pernah menyembunyikan apa pun dari para pelanggannya, termasuk kekurangan produk yang dijualnya. Ada kewajiban moral yang diemban oleh Nabi Muhammad SAW untuk menginformasikan secara detail ke pada para pelanggannya atas produk yang ditawarkan.<sup>24</sup>

“Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, bahwa Luthfiah telah jujur dalam melakukan pemasaran, khususnya pada media sosial. Produk yang ada pada setiap postingan di media sosial itu sesuai dengan fakta produk yang sebenarnya. Selain itu, dalam sesi konsultasi kepada calon konsumen, Luthfiah mengatakan jujur dalam menjawab pertanyaan yang di tanyakan calon pembelinya mengenai produknya”<sup>25</sup>

2. *Bauran Pemasaran*

Bauran pemasaran umumnya terdiri dari empat komponen utama, yakni produk, harga, distribusi dan promosi. Komponen produk digambarkan dengan penjualan komoditas yang dibutuhkan oleh semua orang, berkualitas baik, dan bersifat tahan lama. Selain itu terdapat ketentuan bahwa dilarang untuk menjual komoditas yang berkualitas rendah dan tinggi pada tempat yang sama. Oleh karena itu, dibutuhkan transparansi produk/jasa yang dijual agar para pelanggan dengan mudah membedakan kualitas produk kelas tinggi dengan mudah membedakan kualitas produk kelas tinggi dan rendah. Komponen distribusi dan harga saling melengkapi satu sama lain. Islam melarang adanya praktik monopoli dalam satu sama lain.<sup>26</sup>

“Berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan di Toko Luthfiah Sasirangan, Luthfiah pemilik usaha kain sasirangan, produk yang dijual di toko Luthfiah Sasirangan ini adalah halal dan toyyib. Dan harga yang ditetapkan oleh Luthfiah sesuai dengan harga yang ada di pasaran saat ini dan tidak melebihi marginnya. Dalam segi distribusi Luthfiah menyediakan konsultasi kepada calon konsumennya terkait keluhan atau permasalahan produknya sebelum konsumen membeli produknya, sehingga konsumen mendapatkan barang yang sesuai dengan yang diharapkan mereka, sehingga tidak merugikan satu pihak. Dalam konteks promosi Luthfiah melakukan promosi sesuai dengan fakta yang ada dan tidak di lebih-lebihkan mengenai prosuk yang di jualnya. Berdasarkan hasil wawancara saya mengenai bauran pemasaran yang sudah saya terangkan

---

<sup>23</sup> *Ibid* hlm. 136

<sup>24</sup> *Ibid* hlm. 137

<sup>25</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

<sup>26</sup> *Ibid* hlm. 137-138

di atas, Luthfiah sudah sesuai melakukan strategi pemasaran secara islam".<sup>27</sup>

### 3. Penjualan

Rukun dan syarat jual beli harus ada dalam setiap transaksi jual beli agar terhindar dari kondisi yang merugikan salah satu pihak. Terdapat tiga jual beli, antara lain: akad (ijab kabul), orang-orang yang berakad (penjualan dan Pembeli), dan ma'kud alaih (objek akad).

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah apabila belum adanya kerelaan (keridhaan) di antara kedua belah pihak. Dengan demikian, maka pembeli mempunyai hak untuk membatalkan atau melajutkannya proses negosiasi dengan penjual ketika ia merasa produk/jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan ekspektasinya.

Rukun kedua yaitu adanya orang-orang yang berakad. Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi bagi orang yang melakukan akad, antara lain: balig, berakal, dan mengerti. Rukun terakhir adalah objek akad. Penjual dilarang menjual sesuatu yang tidak jelas atau tidak ada. Objek akad haruslah barang yang dapat dipindah tangankan.<sup>28</sup>

"Dalam penjualan, Luthfiah sebagai pemilik usaha mengatakan menerapkan aspek ketuhanan dalam bentuk akad dan kejujuran, karena menurutnya jika tidak dijalankan dengan akad dan kejujuran, maka hasil yang didapat tidak berkah. Selain itu, dalam melakukan penjualan, Luthfiah selalu mengedepankan sopan dan santun dan menghindari menjatuhkan produk lain. Hal tersebut berdasarkan data yang saya peroleh dengan wawancara langsung ke pada pemilik usaha kain sasirangan tersebut, bahwa bisnis ini didasari memberikan manfaat produk sasirangan ke semua masyarakat. Berdasarkan hal tersebut toko Luthfiah sasirangan telah memenuhi strategi pemasaran islam pada bisnisnya".<sup>29</sup>

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan ekonomi kreatif di Toko Luthfiah Sasirangan yang diterapkan adalah melakukan promosi melalui media sosial, yakni Whatsapp dan Instagram, Menerapkan pembagian harga produk menjadi 4 bagian, yaitu harga terendah, menengah, menengah ke atas dan tinggi, serta menerapkan kesempatan konsultasi kepada calon konsumen sebelum membeli produk Sasirangan.
2. Pemasaran produk kain Sasirangan yang diterapkan di Toko Luthfiah Sasirangan telah memenuhi Pemasaran dalam islam dan Prinsip bisnis Islam.

---

<sup>27</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

<sup>28</sup> *Ibid hlm. 138*

<sup>29</sup> Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 20 Juni 2022.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan, maka peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam segi pemasaran online sebaiknya Luthfiah menambah jalur promosi misalnya membuat akun Shope, Facebook dan lain-lain. Sehingga memperluas jaringan pemasaran, semakin luas jaringan pemasaran maka akan lebih besar peluang untuk mendapatkan pembeli, karena semakin luas jangkauan pemasaran yang dilakukan.
2. Membuat promosi lebih kreatif lagi baik berupa foto ataupun video *review* produk, sehingga calon konsumen menjadi tertarik untuk membeli produk Sasirangan. Selain itu juga dapat menggunakan jasa Selebgram untuk mempromosikan produk Sasirangan.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, dengan demikian, perlunya dilakukan penelitian lanjutan terkait topik penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Albi Anggito & Johan Setiawan, S. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.
- Dr.J.R. Raco, M. M. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya. Jakarta: Grasindo.
- Prasetyo, Y. (2018). Ekonomi Syariah. Bandung: Aria Mandiri Group.
- Sudaryono, D. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Dr. Sudaryono. (2018). Metodologi Peneletian Kualitatif Depok: Raja Wali Pers.
- Nurul Huda. (2017). Pemasaran Syariah, Depok: Kencana.
- Siti Nur Azizah, M. (2017). 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*, 63-78.
- Shinta, 'Analisis Manajemen Strategik Syariah Pada Usaha Pengrajin Sepatu Sasirangan Untuk Memasuki Pasar Global. ( Studi Kasus Mahasiswa Fsi Uniska Banjarmasin )'
- Aysa, Imma Rokhmatul, 'Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang', *Jurnal At Tamwil*, 2.2 (2020), 38-121
- Hidayati, Nurul & Kahirulyadi, 'Upaya Institusi Sosial Dalam Menanggulangi Pengemis Anak Di Kota Banda Aceh (Studi Terhadap Institusi Formal Dinas Sosial Dan Tenaga Kerja Di Kota Banda Aceh)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2.November (2017), 91-181  
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/2700>
- Harjawati, Tri, 'Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten', *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1.2 (2020), 187 <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1934>
- Wijaya, R. (2013). Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia Menggunakan Richard Florida 5'Pilar Ekonomi Kreatif Periode 2013. *Jurnal Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT)*, 37-42.

- Moh Khoiri Abdi, Novi Febriyanti. (2020). Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Islamic Economics*, hlm. 165-166.
- Arie Rachmat Sunjoto(2010), Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, hlm. 54-56.
- S. Purnamasari, Kurniaty, Norfitriana, Zakiyah, Purnama Rozak.(2022). Positioning, Analysis of Chicken Rocket Mapping at Fast Food Restaurant Manarap Branch Banjarmasin.
- Shofia Purnamasari.(2018). Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin.
- Kholis, Noor, 'Kain Tradisional Sasirangan "Irma Sasirangan" Kampung Melayu Kalimantan Selatan', *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1 (2016), 1-136.
- Saputra,Trian, 'Permainan Interaktif Dalam Perspektif Ekonomi Islam' ( Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 IAIN Metro ), 2019.
- Rohmah,Umi, ' Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Anyaman Bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu)', *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* 1438 H/2017.
- Fitriani, Ayu, Dyah, 'Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Lingkungan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Desa Patokan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo Dalam Perspektif Ekonomi Islam' *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya* 2020.
- Wawancara dengan Luthfiah, Pemilik Toko Luthfiah Sasirangan, pada tgl 17 Juni 2022.
- Baidha, Nur. (2021, Oktober 03). Kinerja leader tim kemitraan SR12 desa Sungai Tuan. (Syifa, Interviewer)
- Luthfiah, (2022, Juni 17). Profil Toko Luthfiah Sasirangan. (Luthfiah, Interviewer)
- Luthfiah, (2022, Juni 17). Pengembangan ekonomi kreatif di Toko Luthfiah Sasirangan. (Luthfiah, Interviewer)
- Luthfiah, (2022, Juni 20). Pemasaran di Toko Luthfiah Sasirangan dengan perspektif Islam. (Luthfiah, Interviewer)
- Detik.com (19 Des 2021), Yang dimaksud dengan observasi, <https://www.detik.com>. Di akses pada tanggal 30 Maret 2022.
- Info.Populix.co (14 Feb 2022), Pengertian Wawancara, <https://www.info.populix.co>. Di akses pada tanggal 30 Maret 2022.
- Accurate.id (23 Nov 2020), Apa itu dokumentasi dan contohnya, <https://accurate.id>. Di akses pada tanggal 30 Maret 2022.
- Analisis Data, <https://www.dqlab.id/analisis-data-adalah-mengenal-pengertian-jenis-dan-prosedur-analisis-data>), dikutip pada tanggal 23 Mei 2022.

Empat Sumber Data Sekunder dan Primer, <https://dqlab.id/empat-sumber-data-sekunder-dan-primer>, dikutip pada tanggal 23 Mei 2022.

Warisan Budaya Takbenda Indonesia,

<https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id>, diakses pada tanggal 11 Agustus 2022.

Pengertian Pengembangan, <https://www.indonesiastudents.com/pengertian-pengembangan/> dikutip pada tanggal 23 Mei 2022.

Pengertian Ekonomi Kreatif, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-ekonomi-kreatif/> dikutip pada tanggal 2 Juni 2022.

Analisis Data, <http://repository.stei.ac.id/>, dikutip pada tanggal 20 Mei 2022.

Sumbernesia, Kain Satin, <https://sumbernesia.com/kain-satin/>. Dikutip pada tanggal 20 Juni 2022.

Asanabatik, Mengenal Kain Batik Lebih Jauh,

<https://www.asanabatik.com/index.php>. Dikutip pada tanggal 20 Juni 2022

Abdul, W. (2021, Oktober 17). Pengembangan Ekonomi Kreatif. Di dari Landx,

<https://landx.id/blog/pentingnya-perkembangan-ekonomi-kreatif-di-indonesia>. Di akses pada tanggal 02 Juli 2022.

Indikator Ekonomi Kreatif, <http://etheses.iainkediri.ac.id>. Di akses pada tanggal 17 Mei 2022.