

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Istilah strategi ini berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* berarti militer dan *ag* berarti memimpin), dan bisa dikatakan sebagai seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan suatu tindakan tertentu.<sup>1</sup>

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. Jhon A. Bryne memberikan definisi strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.<sup>2</sup> Menurut David strategi adalah suatu rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>3</sup>

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan keuntungan tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam

---

3. <sup>1</sup> Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008),

<sup>2</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), 29.

<sup>3</sup> David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 14.

mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat dari pada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.<sup>4</sup>

Throat memutuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik bagi konsumen, menjadi pembeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang menjadi lebih baik.<sup>5</sup>

Menurut Mardikanto dan subianto ada lima strategi yang digunakan dalam pemberdayaan yang terdiri dari pengembangan sumber daya manusia, pengembangan kelembagaan kelompok, pemupukan modal masyarakat (swasta), pengembangan usaha produktif, dan penyediaan informasi tepat guna.<sup>6</sup> Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## 2. Pemberdayaan Masyarakat Islam

### a. Definisi Pemberdayaan Masyarakat Islam

Pada hakikatnya pengertian pemberdayaan masyarakat islam memiliki makna yang tidak jauh dari makna pemberdayaan masyarakat, karena Islam merupakan bagian dari masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu dalam pembahasan berikut lebih menggunakan pemberdayaan masyarakat secara umum. Kata pemberdayaan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pendekatan pengembangan masyarakat yang dilakukan dalam proses pemberdayaan.

Pemberdayaan (empowerment) berasal dari kata dasar daya (power) yang berarti kemampuan atau kekuatan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemberdayaan

---

<sup>4</sup> Hitt Michel, dkk, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 137.

<sup>5</sup> Ali Hhasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), 29.

<sup>6</sup> Totok Mardikanto dan Subianto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bbandung: Alfabeta, 2019), 170.

merupakan proses, cara, perbuatan memberdayakan. Secara umum, pemberdayaan merupakan suatu proses memberikan daya (power) bagi suatu komunitas atau kelompok masyarakat untuk bertindak mengatasi masalahnya, serta mengangkat taraf hidup dan kesejahteraan mereka.

Pemberdayaan sebenarnya memiliki arti yang berbeda-beda tergantung pada konteks dan kondisi sosial yang ada. Metode pemberdayaan di satu tempat pada satu masyarakat, berbeda dengan tempat lain, pada masyarakat yang lain, bergantung pada kondisi tempat tersebut. membuat sebuah definisi pasti pada kata pemberdayaan merupakan hal yang sulit dilakukan karena konsep pemberdayaan berbeda-beda bergantung pada situasi yang ada.

Menurut World Bank, pemberdayaan merupakan sebuah upaya untuk memberikan kesempatan dan kemampuan kepada kelompok masyarakat (miskin) untuk mampu dan berani dalam bersuara atau menyampaikan pendapat, ide, atau gagasan-gagasannya, serta mempunyai kemampuan dan keberanian untuk memilih suatu (konsep, metode, produk, tindakan, dll) yang terbaik bagi pribadi, keluarga dan masyarakatnya. Dengan kata lain pemberdayaan merupakan proses meningkatkan kemampuan dan sikap kemandirian masyarakat.<sup>7</sup>

Menurut Ibnu Kaldun, pemberdayaan merupakan sebuah upaya untuk membina dan meningkatkan kualitas. Sedangkan masyarakat Islam berarti kumpulan manusia yang beragama Islam, yang meneliti hubungan dan keterkaitan ideologis yang satu dengan yang lain.<sup>8</sup>

Menurut Amrullah Ahmad, Nanih Machendrawati dan Agus Ahmad, Pemberdayaan Masyarakat Islam adalah suatu sistem tindakan nyata yang menawarkan alternatif model

---

<sup>7</sup> Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung : Alfabeta), 28.

<sup>8</sup> Muhtadi dan Tantan Hermansyah, *Manajemen Pengembangan Masyarakat Islam*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2013), 6.

pemecahan masalah ummah dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan dalam perspektif Islam.<sup>9</sup>

**b. Pandangan Al-Qur'an tentang Pemberdayaan Masyarakat**

Islam memandang masyarakat sebagai sistem yang individunya saling membutuhkan dan saling mendukung. Antar individu masyarakat mempunyai hubungan yang idealnya saling menguntungkan. Kesenjangan dalam hal pendapatan ekonomi merupakan sebuah potensi yang bisa dimanfaatkan untuk memupuk kerukunan dan silaturahmi antar sesama. Islam mendorong pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dengan berpegang pada 3 prinsip utama; yaitu prinsip ukhuwwah, prinsip ta'awun, dan prinsip persamaan derajat. Berikut penjelasannya:

Peratama, Prinsip ukhuwwah. Ukhuwwah dalam bahasa arab artinya adalah persaudaraan. Prinsip ini menegaskan bahwa tiap-tiap muslim itu bersaudara, walaupun tidak ada ikatan darah antara mereka. Rasa persaudaraan ini yang menghasilkan rasa empati dan dapat mempererat tali silaturahmi dalam masyarakat. Prinsip ini didasari pada firman Allah SWT

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ٤

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati.”<sup>10</sup> (QS. Al- Hujurat ayat 10)

Dalam konteks pemberdayaan, ukhuwwah merupakan motif yang mendasari seluruh upaya pemberdayaan masyarakat. Rasulullah memiliki visi masyarakat muslim yang saling tolong menolong dan saling menanggung

<sup>9</sup> Muhtadi dan Tantan Hermansyah, *Manajemen Pengembangan Masyarakat Islam*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2013), 7.

<sup>10</sup> Al-Qur'an, Al-Hujurat ayat 10 , *Qur'an Kemenag*, Kementerian Agama Republik Indonesia.

kesulitan secara bersama. Islam mendorong pemeluknya untuk meringankan beban saudaranya yang dilanda kesulitan.

Kedua, Prinsip ta'awun. Artinya tolong-menolong, Allah SWT mendorong manusia untuk saling tolong menolong sesama. Sesuai dengan penggalan firman Allah

تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ عَوَّأْتُمُو اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”<sup>11</sup> (QS. Al-Maidah ayat 2)

Prinsip ta'awun atau tolong-menolong ini merupakan prinsip yang utama dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Karena sesungguhnya program pemberdayaan itu adalah sebuah upaya menolong individu dan masyarakat yang membutuhkan bantuan dan bimbingan. Upaya pemberdayaan harus dimulai dari rasa kepedulian dan niat menolong individu dan masyarakat yang membutuhkan. Hal ini berasal dari rasa persaudaraan yang tumbuh dari ikatan ukhuwwah.

Prinsip ta'awun atau tolong-menolong ini juga dapat diartikan sebagai sebuah sinergi antara berbagai pihak yang berkepentingan demi terwujudnya pemberdayaan yang optimal. Pemberdayaan masyarakat adalah proses kolaboratif, maka hendaknya seluruh pihak saling membantu demi terwujudnya tujuan bersama. Pemberdayaan bukanlah tanggung jawab pihak tertentu saja, melainkan tanggung jawab seluruh pihak terkait. Pemerintah tidak akan mampu menyelesaikan masalah sendiri tanpa bersinergi dengan pihak lain. Dengan ta'awun, pemerintah, lembaga zakat, para ulama, organisasi Islam dan berbagai LSM dapat bahu-membahu memadukan kekuatan finansial, manajemen, sumber daya manusia, metodologi, dan penentuan kebijakan sehingga

---

<sup>11</sup> Al-Qur'an, Al-Maidah ayat 2, *Qur'an Kemenag*, Kementerian Agama Republik Indonesia.

tercipta sinergi yang efektif dalam melaksanakan pemberdayaan dan mengentaskan kemiskinan.

Ketiga, prinsip musawah atau persamaan derajat antar umat manusia. Allah SWT berfirman

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti.”<sup>12</sup> (QS. Al-Hujurat ayat 13)

Ayat diatas menegaskan persamaan derajat antar umat manusia, dan bahwa kemuliaan yang ada di sisi Allah hanyalah berdasarkan iman dan takwa. Ayat di atas juga menekankan bahwa pada dasarnya perbedaan harta dan kekayaan tidak menjadi sumber perpecahan, akan tetapi menjadi wasilah untuk tolong-menolong dan saling membantu.

### c. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Konsep Pemberdayaan Masyarakat dapat dilihat dari tiga sisi yaitu:

- 1) Pemberdayaan dengan menciptakan suasana atau iklim yang berkembang.
- 2) Pemberdayaan untuk memperkuat potensi ekonomi atau daya yang dimiliki masyarakat. Dalam rangka memperkuat potensi ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan, derajat kesehatan, serta

---

<sup>12</sup> Al-Qur'an, Al-Hujurat ayat 13, *Qur'an Kemenag*, Kementerian Agama Republik Indonesia.



akses-akses sumber kemajuan ekonomi, seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja dan pasar.

- 3) Pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi rakyat, dengan cara melindungi dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta menciptakan kebersamaan dan kemitraan antara yang sudah maju dengan yang belum berkembang.<sup>13</sup>

#### **d. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat**

Tujuan utama dalam pemberdayaan adalah suatu pemberian kekuasaan kepada masyarakat, terutama pada kelompok yang lemah dan tidak berdaya, baik karena dalam kondisi internal (misalnya persepsi mereka sendiri) maupun kondisi eksternal (misalnya ditindas oleh struktur sosial yang tidak adil).<sup>14</sup>

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan dan potensi masyarakat, agar masyarakat dapat memaksimalkan jati diri, harkat dan martabatnya agar dapat bertahan dan berkembang secara mandiri baik secara ekonomi, sosial, agama dan budaya.

#### **e. Strategi Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan masyarakat yang efektif dan efisien diperlukan strategi agar memperoleh hasil yang maksimal. Secara umum, terdapat empat strategi yang dapat diberlakukan dalam kaitan dengan pemberdayaan masyarakat yaitu:

- 1) *The Growth Strategy* Strategi pertumbuhan adalah bahwa untuk mencapai peningkatan yang cepat dalam nilai ekonomis melalui peningkatan pendapatan perkapita penduduk, produktivitas, pertanian, permodalan, dan

---

<sup>13</sup> Soetandyo Wignyosoebroto, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigama Aksi Metodologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005), 70.

<sup>14</sup> Siti Taslimatul Ummah, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Kewirausahaan Kerajinan Tangan Oleh Karang Taruna GJ Makmur di Desa Goras Jaya Kecamatan Bekri Lampung Tengah*, Skripsi, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017), 28. Diakses melalui <http://repository.radenintan.ac.id> pada tanggal 28 September 2022.

kesempatan kerja yang dibarengi dengan kemampuan konsumsi masyarakat, terutama di pedesaan.

- 2) *The Welfare Strategy* Strategi kesejahteraan ini pada dasarnya dimaksudkan untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat.
- 3) *The Responsitive Strategy* Strategi ini merupakan reaksi dari strategi kesejahteraan yang dimaksudkan untuk memperlancar usaha mandiri melalui pengadaan teknologi serta sumber-sumber yang sesuai bagi kebutuhan proses pembangunan.
- 4) *The Integrated or Holistic Strategy* Strategi ini secara sistematis mengintegrasikan seluruh komponen dan unsur yang diperlukan.<sup>15</sup>

Menurut Mardikanto dan Subianto, ada lima program strategi pemberdayaan yang terdiri dari:<sup>16</sup>

- 1) Pengembangan sumber daya manusia
- 2) Pengembangan kelembagaan kelompok
- 3) Pemupukan modal masyarakat
- 4) Pengembangan usaha produktif
- 5) Penyediaan informasi tepat guna

**f. Tahapan Pemberdayaan Masyarakat**

Menurut Isbandi Rukmono Adi, terdapat tujuh tahapan kegiatan pokok pemberdayaan masyarakat yaitu:

- 1) Tahap persiapan. Pada tahap persiapan ini terdapat dua kegiatan yang perlu dilakukan yaitu penyiapan petugas dan penentuan lokasi program.
- 2) Tahap assesment. Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah dan kebutuhan yang dirasakan serta sumber daya yang dimiliki warga masyarakat.
- 3) Tahap perencanaan alternatif program atau kegiatan. Pada tahap ini pengelola program berusaha memfasilitasi warga

---

<sup>15</sup> Muhtadi dan Tantan Hermansyah, *Manajemen Pengembangan Masyarakat Islam*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2013), 9-10.

<sup>16</sup> Totok Mardikanto dan Poerwoko Sobiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Persepektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 170.



masyarakat untuk menyusun perencanaan dan menetapkan program-program kerja sebagai agenda yang perlu dilakukan.

- 4) Tahap formulasi rencana aksi. Pada tahap ini kegiatan utama adalah pihak agen perubahan membantu membimbing atau kelompok untuk menyusun proposal kegiatan yang akan diajukan kepada pihak penyandang dana.
- 5) Tahap pelaksanaan program. Tahap ini merupakan tahap yang paling penting dalam proses pemberdayaan masyarakat agar pelaksanaan rencana dapat berjalan lancar.
- 6) Tahap evaluasi. Kegiatan evaluasi perlu dilakukan pada semua program pemberdayaan masyarakat. Tujuannya adalah untuk mengetahui suatu tingkat keberhasilan program yang telah dilaksanakan.
- 7) Tahap terminasi. Tahap ini merupakan tahap pemutusan hubungan secara formal dengan komunitas sasaran.<sup>17</sup>

### **3. Kajian Tentang Ekonomi Kreatif**

#### **a. Pengertian Ekonomi Kreatif**

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno (2014), “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”.

Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia. Dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi. Pergeseran gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia.

---

<sup>17</sup> Muhtadi dan Tatan Hermansyah, *Manajemen Pengembangan Masyarakat Islam*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2013), 10-11.

Industrialisasi menciptakan suatu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Adanya perkembangan seperti penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi seperti adanya internet, email, Google PlayStore, dan sebagainya semakin mendorong manusia menjadi lebih aktif dan produktif dalam menemukan teknologi-teknologi baru.

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 se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya.

Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya mengandalkan bidang 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.

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.<sup>18</sup>

Ekonomi kreatif dalam pengembangannya di lapangan membentuk industri-industri kreatif sesuai dengan sektornya.

---

<sup>18</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016),6.

Menurut Kementerian Perdagangan RI (2010) industri kreatif ialah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Konsep Ekonomi Kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena (pertama) memberi Multiple-Effect dalam ekonomi. Selain secara statistik keberadaan industri kreatif meningkatkan PDB, konsep ini juga banyak menyerap tenaga kerja. Ekonomi Kreatif tidak berproses sendiri, dengan efek hasil yang kecil. Industri ini menghidupkan industri lain, seperti pengolahan, kemasan, distribusi transportasi periklanan, desain produk, jasa dan sewa lahan lalu menciptakan lapangan pekerjaan baru. (kedua) Sumber daya utamanya terbarukan, tidak terbatas, serta berkelanjutan.

Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, konsep ekonomi kreatif tidak melakukan eksploitasi secara masif kepada sumber daya alam, berkelanjutan di masa yang akan datang dan tentunya ramah terhadap lingkungan. (ketiga) Menghidupkan iklim persaingan terhadap pelaku ekonomi dengan kompetitornya. Memiliki usaha di era Ekonomi Kreatif itu lebih menarik dari pada era ekonomi sebelumnya, karena sudah ada media massa, cetak dan online. Usaha yang kita miliki tidak hanya dapat kita jual terbatas, tetapi luas dan dapat diekspansi karena pertukaran informasi yang tidak terbatas. Konten digital menjadi pilihan utama di era kekinian. (keempat) Memicu pola pikir masyarakat menjadi lebih kreatif, inovatif, serta peka terhadap isu sekitar. Masyarakat juga dituntut untuk lebih melek teknologi, dengan keterbatasan yang ada dan talenta yang dimiliki. Hal tersebut menjadi titik acuan masyarakat untuk lebih maju dan menciptakan hal serta produk-produk baru dalam memenuhi kebutuhannya. (kelima) Sebagai branding suatu daerah, pembentukan identitas dan icon. Suatu daerah, kota atau provinsi, dapat menjadikan konsep Ekonomi Kreatif sebagai

strategi pengembangan daerahnya, sekaligus branding citra diri daerahnya.

Dalam ekonomi kreatif terdapat tiga komponen dasar yang sangat penting, yaitu *creativity*, *innovation*, dan *invention*.<sup>19</sup>

1) *Creativity* (Kreatifitas)

Kemampuan dalam menciptakan hal baru yang memiliki nilai dikatakan sebagai kreativitas. Kreativitas mengandung dua hal yaitu kebaruan dan nilai atau kegunaan.<sup>20</sup>

2) *Innovation* (Inovasi)

Inovasi dapat dipahami sebagai kegiatan mentransformasikan suatu penemuan yang telah ada dan menciptakan nilai yang melibatkan penguatan teknologi.<sup>21</sup>

3) *Invention* (Penemuan)

Penemuan merupakan penciptaan sesuatu yang baru yang memiliki fungsi atau berbeda dengan penemuan sebelumnya.<sup>22</sup>

**b. Sejarah Singkat Ekonomi Kreatif**

Pada tahun 2005, mantan 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 saat itu, Dr. Mari Elka Pangestu meluncurkan program Indonesia Design Power di jajaran Departemen Perdagangan RI, suatu program pemerintah yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk-produk

---

<sup>19</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 8.

<sup>20</sup> Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), 5.

<sup>21</sup> Arman Hakim Nasution dan Hermawan Katajaya, *Inovasi ed. Lusi Zfriana* (Yogyakarta: ANDI, 2018), 3.

<sup>22</sup> Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset dengan Model Pentahelix)*(Medan: Merdeka Kreasi, 2021), 4.

Indonesia dipasar domestik maupun luar negeri. Program Indonesian Design Power menitikberatkan pada pengembangan sektor jasa, dan dapat memberikan ruang bagi pelaku dan industri kreatif. Setelah itu, istilah Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif mulai sering diperbincangkan masyarakat Indonesia.<sup>23</sup>

**c. Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif**

Sampai dengan saat ini, Pemerintah Indonesia sendiri telah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 15 sub-sektor, antara lain:<sup>24</sup>

- 1) Periklanan (advertising) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan,
- 2) Arsitektur Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai level mikro (detail konstruksi).
- 3) Pasar Barang Seni Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka.
- 4) Kerajinan (craft) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi,
- 5) Desain Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis,
- 6) Fesyen (fashion) Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian,
- 7) Video, Film dan Fotografi Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi,
- 8) Permainan Interaktif (game) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan
- 9) Musik Kegiatan kreatif yang berupa kegiatan dengan kreasi rekaman suara;

---

<sup>23</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016),14.

<sup>24</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016),18-23

- 10) Seni Pertunjukkan (showbiz) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan.
- 11) Penerbitan dan Percetakan Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital
- 12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software) atau Teknologi Informasi kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi,
- 13) Televisi & Radio (broadcasting) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi
- 14) Riset dan Pengembangan (Research and Development) kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi,
- 15) Kuliner Kegiatan kreatif dengan usaha inovatif yang menawarkan produk-produk kuliner yang menarik, mulai dari penyajian, cara pembuatan, sampai dengan komposisi makanan atau minuman yang disajikan.

#### **4. Kopi Muria**

Salah satu varian produk kopi lokal di Indonesia adalah Kopi Muria yang berasal dari Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Usaha ini merupakan bentuk dari pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Kudus yang memanfaatkan potensi lokalnya berupa tanaman kopi yang dikembangkan di Gunung Muria.

Sementara, keberadaan kopi Muria sendiri berawal dari sejarah yang panjang di era kolonial. Beragam literatur menunjukkan kopi mulai ditanam di lereng pegunungan Muria saat diberlakukannya sistem tanam paksa di tahun 1825 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda Johannes Graaf Van Den Bosch. Tahun 1910 pemerintah kolonial menghapuskan program tanam paksa dan menetapkan bagian hutan di lereng Muria sebagai kawasan hutan. Setelah terbit keputusan tersebut, mulai 1920 tiap petani yang memiliki lahan kopi di



tanah milik negara diberi hak memungut hasil selama 5 tahun, yang dikenal dengan Koffie Met Plukrecht (KMP).

Pada 1925 KMP seharusnya dihapus, namun faktanya di Colo dan Japan masih ada. Bahkan mulai 1942 lahan tanaman kopi makin luas sehingga muncul sengketa tanah hutan di dua desa itu. Pada era kemerdekaan, tahun 1972 terbit surat keputusan Gubernur Jateng untuk menetapkan hutan di Colo dan Japan berfungsi sebagai hutan lindung. Namun, keberadaan tanaman kopi sudah terlanjur menjadi nafas kehidupan masyarakat.

Rasa kopi Muria mantap, berbeda dari kopi daerah lain. Kopi yang ditanam di lereng gunung pada ketinggian sekitar 800-1000 mdpl itu ditanam turun-temurun berjenis Robusta dan sedikit jenis Arabica. Kopi Muria memiliki cita rasa khas yang berbeda dari daerah lain. Aroma kopi Muria wangi dan ada rasa rempah-rempah serta akar-akaran.

Sayangnya, kopi Muria masih diolah secara tradisional. Meski kualitas kopi Muria tergolong cukup baik, namun jika pengolahannya tidak maksimal, nilai ekonomisnya menjadi kurang.

Beberapa waktu sebelumnya, petani menjual kopi Muria dalam bentuk biji kopi basah (belum dikeringkan atau diolah) sekitar Rp 550 ribu per kuintal. Kebanyakan petani menjual dalam bentuk biji kopi basah ke tengkulak. Namun, kini kopi Muria sudah mulai diolah dan dikemas terlebih dahulu hingga harganya pun menjadi lebih tinggi. Kopi muria sekarang menjadi salah satu ekonomi kreatif yang gencar didagangkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.<sup>25</sup>

Areal kebun kopi di kawasan Pegunungan Muria saat ini menempati lahan milik warga, juga menggunakan tanah milik negara yang dikelola Perhutani Jawa Tengah. Petani menanam kopi di bawah tegakan pohon-pohon besar di kawasan hutan lindung itu.

---

<sup>25</sup> Wawancara dengan Bapak Perkimin petani kopi di Desa Colo, 14 april 2023

## 5. Islam Muamalah

Kata muamalah dalam etimologi bahasa Arab diambil dari kata (العمل) yang merupakan kata umum untuk semua perbuatan yang dikehendaki mukallaf. Kata muamalah dengan wazan (فَاعِلٌ مَعَلٌ) dari kata (عَامِلٌ) yang (مُعَامَلَةٌ) bergaul bermakna (التَّعَامُلُ). Adapun dalam terminologi ahli fikih dan ulama syariat, kata muamalah<sup>26</sup> digunakan untuk sesuatu di luar ibadah, sehingga ,muamalah membahas hak-hak makhluk dan ibadah membahas hak-hak Allah.<sup>26</sup> Muamalah adalah peraturan-peraturan Allah subhanahu wa ta'ala yang harus diikuti dan ditaati dalam hidup bermasyarakat. Contoh muamalah dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan definisi ini meliputi interaksi hidup bertetangga atau berteman.

Urgensi dan keutamaan bermu'amalah dalam islam, ada beberapa hal yang menjadi landasan ummat islam harus bermuamalah sesuai syariah Pertama Muamalah adalah Sunnah Para Nabi. Kedua Fiqh Muamalah Ekonomi, menduduki posisi yang penting dalam Islam. Karena Hampir tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam aktivitas muamalah, karena itu hukum mempelajarinya wajib 'ain(fardhu) bagi setiap muslim Bahkan sebagian besar waktu yang dihabiskan seorang manusia adalah untuk kegiatan muamalah, Diantaranya. mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan diri, keluarga, bahkan negara. Ketiga. Dampak dan akibat tidak memahami Fiqh Muamalah tersebut terkait dengan Halal – haram nya sebuah transaksi.<sup>27</sup>

### B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu hal yang sangat penting bagi seluruh penelitian. Berdasarkan penelusuran penulis, penelitian ini bukan yang pertama dan sebelumnya sudah ada penelitian yang sejenis. Berikut beberapa kajian penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang ditulis Ahmad Rifki Hermawan dalam skripsi Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam tahun 2018 yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Di Desa Sungai Langka Kecamatan

---

<sup>26</sup> Wismanto Abu Hasan, *Fiqh Muamalah*, (Pekan Baru: Cahaya Firdaus Publishing and Printing, 2019), 1.

<sup>27</sup> Wismanto Abu Hasan, *Fiqh Muamalah*, (Pekan Baru: Cahaya Firdaus Publishing and Printing, 2019), 11

Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran". Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Penelitian ini diketahui menuntun kemandirian ekonomi pada pemberdayaan masyarakatnya. Berbagai cara pemberdayaan diberbagai sektor merupakan ciri khas dari penelitian ini. Kondisi pemberdayaan dan sektor usaha berbasis ekonomi kreatif Desa Sungai Langka, adanya pagelaran kesenian dan musik, adanya cinderamata, dan dibuatnya oleh-oleh makanan khas Desa Sungai Langka, dengan berdasarkan hasil tersebut dipastikan adanya proses pemberdayaan masyarakat. Dibidang musik: adanya sektor usaha dibidang musik, yaitu gamelan, angklung, dan hadroh. Dibidang seni pertunjukan: adanya sektor usaha di bidang seni pertunjukan kuda kepang, dan mawalan/hadroh. Dibidang kerajinan: adanya sektor usaha, yaitu anyaman piring lidi dan miniatur mobil-mobilan, dll. Dibidang fesyen (Fashion): adanya sektor usaha di bidang fesyen (Fashion), yaitu kain tapis Lampung dan aksesoris. Dibidang kuliner: adanya sektor usaha, yaitu keripik salak, keripik nangka, dodol labusiam, bubuk biji salak, bubuk coklat manja dan bubuk jahe manja, dll.<sup>28</sup>

Penelitian diatas memiliki kesamaan dalam penelitian yaitu sama-sama membahas tentang pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif. Namun terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti dengan penelitian diatas, penelitian diatas fokusnya pada pemberdayaan beberapa subsektor ekonomi kreatif, sedangkan penelitian peneliti fokus pada strategi pemberdayaan melalui ekonomi kreatif.

---

<sup>28</sup> Ahmad Rifki Hermawan, "*Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran*", Skripsi (Lampung : Universitas Negeri Raden Intan) diakses pada 28 september 2022. [http://repository.radenintan.ac.id/6391/1/PDF\\_FULL.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/6391/1/PDF_FULL.pdf)

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ela Hayati, dalam penelitian yang berjudul “Usaha Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Studi Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field Research*) dan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif untuk meningkatkan ekonomi masyarakat perspektif ekonomi islam . Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui kegiatan usaha ekonomi kreatif yang dijalankan oleh masyarakat Desa Totokaton dapat meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu Program pelatihan yang diberikan oleh aparatur desa dapat menambah pengalaman petani nanas.<sup>29</sup>

Kesamaan penelitian dilakukan Ela Hayati dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan jenis peneliti yang sama, deskriptif kualitatif. Penelitian diatas dengan penlitian yang bidahas eneliti sama-sama membahas ekonomi kreatif. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dan diangkat oleh peneliti yaitu tempat penelitian, fokus penelitian, obyek penelitian dan variabel penelitian yang berbeda, paling utama penelitian diatas fokus pada ekonomi kreatifnya saja sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti ini lebih kearah strategi pemberdayaan melalui ekonomi kreatif.

3. Penelitian yang dilakukan Minda Rani, dalam penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Kopi Muria Wilhelmina Kudus dalam Meningkatkan Volume Penjualan”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field Research*) dan menggunakan metode kualitatif. Penelitian yang dilakukan oleh Minda Rani merupakan penelitian dibidang ekonomi yang

---

<sup>29</sup> Ela Hayati, “*Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Mmenurut Prespektif Ekonomi Islam* “(Studi Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah), (Skripsi Sarjana; Pengembangan Masyarakat Islam: Bandar lampung, 2018) diakses pada 28 september 2022.  
[http://repository.radenintan.ac.id/1808/1/SKRIPSI\\_ELA\\_HAYATI.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/1808/1/SKRIPSI_ELA_HAYATI.pdf)

utamanya meneliti mengenai strategi promosi penjualan kopi muria dan juga membahas mengenai faktor pendukung dan penghambat kopi muria.<sup>30</sup>

Persamaan penelitian diatas sengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini sama-sama membahas mengenai kopi muria. Namun perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini adalah fokus dari pembahasannya yang berbeda, penelitian yang dilakukan Minda Rani merupakan penelitian yang berfokus pada promosi dan penjualan kopi muria sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini berfokus pada strategi pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif kopi muria.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana strategi pemberdayaan yang dilakukan masyarakat muslim melalui ekonomi kreatif kopi muria dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus, Dengan bagan sebagai berikut;

---

<sup>30</sup> Minda Rani, “*Analisis Strategi Promosi Kopi Muria Wilhelmina Kudus dalam Meningkatkan Penjualan*”, (Skripsi Sarjana, Manajemen Bisnis Syariah, 2019 ) diakses pada 20 Februari 2023. <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/3076>

**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**

Tingkat pengangguran yang meningkat sementara kesempatan kerja yang semakin menurun akan berdampak pada meningkatnya kemiskinan. Kemiskinan juga disebabkan karena berbagai jenis mata pencaharian yang ada di masyarakat belum sepenuhnya dimanfaatkan dan dikelola oleh masyarakat luas. Pada dasarnya kondisi ini dipengaruhi oleh rendahnya kualitas sumber daya manusia.

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu upaya untuk mengatasi permasalahan-permasalahan diatas. Pemberdayaan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan masyarakat, berarti memberikan daya kepada masyarakat, dalam hal ini agar masyarakat dapat mencapai tingkat ekonomi yang diinginkan. Salah satu usaha untuk mensejahterakan masyarakat adalah dengan adanya ekonomi kreatif kopi muria. Kopi Muria merupakan produk masyarakat islam di Colo yang mampu tumbuh dan berkembang secara dikelola dengan memberikan andil besar serta menduduki peran strategis dalam pembangunan ekonomi di Desa Colo.



Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat colo melalui ekonomi kreatif kopi muria dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus dapat dikatakan sebagai usaha yang tepat dalam pemeratakan pendapatan masyarakat dan membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

