

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi kreatif telah lama dicanangkan sebagai gerakan ekonomi yang bersumber dari masyarakat lokal sebagai pelaku ekonomi, sehingga masyarakat dituntut untuk memiliki kreativitas dan ketekunan yang optimal untuk dapat mencapai tujuan pertumbuhan nasional. Selama ini produk ekonomi kreatif dikembangkan oleh UMKM yang diupayakan oleh pemerintah sebagai pewarisan jati diri bangsa. Sumbangan sektor ekonomi kreatif bagi pembangunan perekonomian Indonesia antara lain berupa peningkatan PDB, penyerapan tenaga kerja, peningkatan ekspor, pembukaan lapangan usaha baru dan terbarukan serta menciptakan dampak bagi sektor lainnya. Secara universal, pengaruh sosial ada sebab adanya ekonomi kreatif. Pengaruh sosial tersebut antara lain adanya kesejahteraan hidup yang meningkat, kesejahteraan yang merata keseluruh plosok, serta adanya penerimaan sosial. Dampak yang lain yang ditimbulkan oleh ekonomi kreatif adalah menciptakan pembaharuan sumber daya yang berbasis pengetahuan, komunitas dan *green community*.¹

Melihat perkembangan aktivitas kreatif yang semakin marak digulirkan di berbagai wilayah disertai dengan semakin tingginya antusias berbagai kota dan daerah untuk menjadi kota kreatif turut mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif telah mengambil peran dalam aktivitas perekonomian nasional. Setiap daerah/wilayah pada umumnya memiliki potensi produk yang bisa di angkat dan dikembangkan termasuk di dunia pendidikan. Keunikan atau kekhasan produk lokal itulah yang mesti menjadi intinya lalu ditambah unsur kreatifitas dengan sentuhan teknologi. Selain itu perlu ada pelatihan khusus yang bisa meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan idenya.²

Salah satu yang perlu dikembangkan untuk menyambut ekonomi kreatif adalah pelabelan halal pada produk kuliner kemasan, minuman, produk kecantikan, produk sehat maupun produk

¹ Rianto Alexandro, dkk, “Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 6, No. 1, (Juni 2020): 12.

² Rianto Alexandro, dkk, “Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 6, No. 1, (Juni 2020): 13.

lainnya yang dipakai untuk kebutuhan harian warga negara Indonesia. Pemerintah telah mengatur dan menjamin bahwa produk yang diedarkan telaaah memenuhi ketentuan haalal yang ditetapkan jaminan produk halal yang telah ditetapkan pada Undang-undang Republik Indonesia No. 33 tahun 2014 dan selain itu pelaksanaannya telah diatur sedemikian rupa pada Undang-undang Republik Indonesia No.31 tahun 2014. Maka dengan diberlakukannya peraturan negara terkit kehalaln produk, seluruh produk kemasan yang berlabel halal dan menjadi kebutuhan harian sudah dilindungi oleh hukum baik produsen maupun penggunanya. Adapun tanggung jawab produk halal ini sudah menjdi tanggung jawab bersama, baik pribadi pemakai, produsen, ulama, dan pemerintah yang dipercayakan pada Kemenag RI yaaitu BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).³

Makanan dan minuman bagi umat Islam tidak terpisahkan dari ketaatan kepada Allah. Dalam keadaan normal, umat Islam hanya diperbolehkan mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan dilarang mengonsumsi yang haram. Di masa lalu, ketika industri makanan dan minuman belum berkembang, halal dan haram tidak mudah diidentifikasi. Hal ini disebabkan oleh kemungkinan dicampurnya produk olahan dengan bahan-bahan tambahan agar produk tersebut terasa lebih lezat, enak, renyah, awet, dan seterusnya. Bahan tambahan untuk tujuan tersebut bukan tidak mungkin berasal dari bahan yang tidak halal. Apabila produsen seorang muslim, ia akan memikirkan kehalalan produk makanan olahan yang dihasilkannya. Bila produsen nonmuslim maka bukan tidak mungkin aspek ini tidak menjadi pertimbangan, meski produk yang dihasilkannya akan dikonsumsi oleh umat Islam. Kenyataannya, banyak produsen hanya memikirkan bagaimana agar produknya terasa lezat, enak, dan awet sehingga laris di pasaran dan perusahaan mendapat keuntungan yang optimal. Dalam situasi demikian, umat Islam sebagai konsumen terbesar di Indonesia memerlukan jaminan makanan dan minuman yang dibeli harus halal adanya.⁴

Penelitian yang dilakukan oleh oleh Rianto Alexandro, dkk, menemukan bahwa pengembangan ekonomi kreatif oleh-oleh kuliner khas Kalimantan Tengah di MEFs Food & Snacks berjalan dengan

³ Sukoso, *Ekosistem Industri Halal*, (Jakarta:Departemen Ekonomidan Keuangan Syariah Bank Indonesia,2020), 29.

⁴ Badan Litbang Diklat Kementerian Agama RI, *Makanan dan Minuman dalam Perspektif Al-Qur'an dan Sains*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2013), 135.

baik dan berpotensi unggul di tengah persaingan yang ketat terutama dengan kuliner modern. Selain itu, hal ini berimplikasi pada perilaku ekonomi produsen yaitu semakin termotivasi untuk mengeksplor makanan khas Kalimantan Tengah yang dapat di angkat dan diperkenalkan ke luar daerah.⁵

Hariani dan Dinitri dalam penelitiannya juga menemukan bahwa wisatawan lokal sangat tertarik dengan wilayah Bangbarung yang dinyatakan dengan wisata halal karena telah memenuhi unsur kehalalan dan telah menerima sertifikat halal antara lain; hidangan makanan maupun minuman yang diperjual belikan, kios pakaian yang memenuhi fashion halal dari segi bahan, pembuatan, hingga bentuk baju yang tertutup, pelayanan yang sesuai dengan koridor islami serta terdapat ruang tempt wudlu, kamar mandi, dan musholla. Meskipun begitu, masih terdapat kendala yang dihadapi yaitu masih terdapatnya restoran yang tidak memiliki sertifikat halal namun mengklaim makanan yang disajikan halal sehingga masih diragukan kehalalan makanannya. Perlu aadany ketegasan dari pemerintah daerah sehingga permasalahan tersebut bisa diatasi sehingga pengunjung muslim semakin meningkat dan tidak meragukan kehalalan makanan di objek wisata ini.⁶

Selain itu, hasil penelitian Zul Asfi A.D memperoleh hasil mengenai perkembangan ekonomi kreatif pada sub bagian skill ada pada urutan ketiga dibawah industry makanan dan pakaian. Hubungan yang ideal dari ketiga pemeran yaitu (produsen, pemerintah, dan pembelajar jenjang perguruan tinggi/university) perlu melakukan kerjasama yang saling menguntungkan satu sama lain untuk mempersiapkan dan memperluas cakupan ekonomi kreatif melalui langkah-langkah yang dilakukan. Adapun rangkaian langkah yang digunakan disebut dengan strategi agresif atau strategi S-0 dimana perlu penggunaan daya agar dapat memanfaatkan kesempatan.⁷

Salah satu pengembangan ekonomi kreatif yang peneliti pilih dalam penelitian ini adalah pada Caffé Warkoba Kudus. Caffé

⁵ Rianto Alexandro, dkk, “Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 6, No. 1, (Juni 2020): 11.

⁶ Hariani dan Dinitri, “Strategi Pengembangan Wisata Halal Kota Bogor dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif”, *Jurnal Syarikah* 6, No. 2, (Desember 2020): 124.

⁷ Zul Asfi Arroyhan Daulay, “Strategi Pengembangan Eknomi Kreatif dengan Metode *Triple Helix* (Studi pada UMKM Kreatif di Kota Medan)”, *Jurnal Tansiq* 1, No. 2, (Juli-Desember 2018): 169.

Warkoba Kudus adalah salah satu *caffe* anak muda yang didirikan oleh beberapa mahasiswa yang bergerak di bidang kuliner halal yaitu produk minuman kopi. Tidak hanya menyajikan unsur produk minuman saja, melainkan juga memunculkan kreasi baru yaitu menikmati minuman sambil membaca. Sehingga di *Caffe* tersebut disediakan beberapa bacaan yang bisa di baca oleh para pengunjung ketika ingin menikmati minuman di *Caffe* tersebut.

Namun demikian, dalam pengembangan usaha kuliner sangat perlu adanya kreatifitas dalam menjalankannya, maka diperlukan ide-ide kreatif yang menghasilkan ketidaksamaan antara usaha kuliner yang satu dengan yang lainnya. Sehingga dari masalah tersebut, bagaimana pelaku usaha itu dapat memberikan sesuatu yang konsumen tidak disajikan dengan menu yang menarik, akan tetapi terdapat *value* untuk pengembangan bisnis dan skill.

Sehingga dari fenomena masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menganalisisnya dalam skripsi yang berjudul, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Halal Berbasis Ekonomi Kreatif di *Caffe* Warkoba Kudus”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada dasarnya bertujuan untuk merumuskan suatu pembahasan agar lebih terarah terhadap suatu permasalahan yang akan dibahas. Adapun fokus penelitian dalam skripsi ini akan membahas mengenai bagaimanakah Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Halal Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus *Caffe* Warkoba Kudus).

C. Rumusan Masalah

Berhubungan dengan hal yang diuraikan di atas, maka penulis mengangkat permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di *Caffe* Warkoba Kudus?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di *Caffe* Warkoba Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan memberikan jawaban terhadap permasalahan yang telah penulis rumuskan:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di *Caffe* Warkoba Kudus.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di Caffe Warkoba Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian harus mempunyai kegunaan bagi pemecahan masalah yang diteliti. Untuk itu suatu penelitian setidaknya mampu memberikan manfaat, baik bagi penyusun maupun bagi pihak lainnya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Menambah khazanah dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan dalam bidang Ekonomi Syariah mengenai pengembangan ekonomi kreatif melalui kuliner halal.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan mengenai strategi pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif serta dapat dijadikan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

- b. Bagi Masyarakat

Menjadi masukan dan pandangan bagi wirausaha atau pemilik caffe pada umumnya untuk dapat mengembangkan usahanya ke dalam ekonomi kreatif.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberi gambaran secara menyeluruh mengenai penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan skripsi ini secara sistematis beserta penjelasan secara global.

Skripsi ini menggunakan sistematika penyusunan skripsi yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. Bagian awal

Pada bagian awal ini meliputi: Halaman Judul, Halaman Nota Pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Abstrak, Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi, Halaman Motto, Halaman Persembahan, Halaman Kata Pengantar, Halaman Pedoman Transliterasi Arab – Latin, dan Daftar Isi.

2. Bagian Isi

Bagian ini merupakan bagian inti skripsi. Pembahasan dalam bab ini dilakukan per bab, sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab II ini akan membahastinjauan pustaka yang berisikan tentang kerangka teori mengenai teori-teori yang terkait dengan judul, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini mengungkapkan metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, sumber data, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan metode analisa data.

BAB IV: PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV dalam tulisan ini akan membahas tentang Gambaran umum Caffe Warkoba Kudus, strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di Caffe Warkoba Kudus, serta faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan usaha kuliner halal berbasis ekonomi kreatif di Caffe Warkoba Kudus.

BAB V : KESIMPULAN

Merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi ini yang memuat tentang kesimpulan, saran, kata penutup.

3. Bagian akhir

Bagian ini meliputi Daftar Pustaka, Lampiran-Lampiran, Dokumen-dokumen, dan Daftar Riwayat Hidup.