

POTENSI INDUSTRI EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS KAWASAN MAKAM KH. MUHAMMAD ZAINI BIN ABDUL GHANI SEKUMPUL MARTAPURA)

Yuliani¹, Iman Setya Budi², Abdul Wahab³
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Studi Islam
Universitas Islam Kalimantan MAB

ABSTRAK

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Tujuan dari penelitian adalah untuk Mengetahui potensi Industri Ekonomi Kreatif dan Mengetahui peningkatan Potensi Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, kemudian untuk subjek dalam penelitian ini adalah PT. Al-Zahra, Abaya by sholehah dan Gamis Aljar Exclusive, dan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Potensi Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura memiliki potensi sangat besar yaitu potensi industri fashion yang merupakan industri yang cukup banyak peminatnya. Industri ini juga merupakan industri yang menciptakan peluang kerja yang lumayan banyak dan Peningkatkan Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan adanya Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul membuat orang tertarik berdatangan dan itu merupakan peluang besar untuk produk, tidak hanya itu peningkatan juga mengalami tingkatan yang sangat tinggi saat hari-hari besar terutama saat haul KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul.

Kata kunci : ekonomi kreatif, industri kreatif, makam religi, potensi.

ABSTRACT

Creative industries are industries that come from the use of creativity, individual skills and talents to create prosperity and employment by producing and exploiting the individual's creative and creative abilities. Creative economy is a form of efforts to find sustainable development through creativity, where sustainable development is an economic climate that is competitive and has reserves of renewable resources. The purpose of this research is to find out the potential of the Creative Economy Industry and to know the potential increase of the Creative Economy Industry in the Tomb Area KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura. This research uses descriptive research with descriptive research type, then for the subjects in this study are PT. Al-Zahra, Abaya by sholehah and Gamis Aljar Exclusive. and the data used are observation, interview and documentation. The results of this study are the Potential of the Creative Economy Industry in the Graveyard KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura. has a huge potential namely the potential of the fashion industry which is an industry that is quite a lot of enthusiasts. This industry is also an industry that creates quite a lot of employment opportunities and Improves the Creative Economy Industry in the Tomb Area KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura experienced a significant increase in the presence of the Tomb KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul make people interested in coming and it's a great opportunity for the product, not only that the increase is also experiencing a very high level on major holidays, especially during haulan KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul.

Keywords: Creative Economy , Creative Industry, Religious Tombs, Potential

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran yang dihadapi bangsa dewasa ini diakibatkan oleh jumlah penduduk yang tidak seimbang dengan keterbatasan lapangan pekerjaan sehingga mengakibatkan sebagian orang tidak memiliki pekerjaan dan penghasilan tetap

Saat ini, perekonomian tengah memasuki era industri gelombang keempat, yaitu industri ekonomi kreatif (*creative economic industry*). Usaha industri ekonomi kreatif diprediksi akan menjadi industri masa depan sebagai *fourth wave* industri (industri gelombang keempat), yang menekankan pada gagasan dan ide kreatif. Hal ini bukan tanpa alasan, mengingat industri ekonomi kreatif telah mampu mengikat pasar dunia dengan jutaan kreativitas. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia semakin meningkat dibanding tahun-tahun sebelumnya sehingga pemerintahan memberikan perhatian pada bidang industri kreatif. Sektor Industri Kreatif di Indonesia memberikan kontribusi pada perekonomian dengan angka cukup signifikan, hal tersebut dapat dilihat pada tahun 2012, dimana Industri Kreatif memberikan kontribusi terhadap Product Domestic Bruto (PDB) yang mencapai 574 triliun atau sekitar 7%, dengan menyerap tenaga kerja sebesar 3,8 juta tenaga kerja. Namun ini hanya terpaku pada sektor fashion. Kontribusi Ekonomi Kreatif yang cukup tinggi pada perekonomian nasional maka dari itu Ekonomi Kreatif perlu dikembangkan dan di dukung untuk lebih berkembang dan lebih maju.

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan

mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian karena di jaman sekarang akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi.

Ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, seperti ide, talenta dan kreatifitas.

Ekonomi kreatif digerakkan oleh kapitalisasi kreativitas dan motivasi dalam menghasilkan produk dan jasa dengan kandungan kreatif. Kata kunci dari ekonomi kreatif ini adalah era ekonomi baru yang berfokus pada kreativitas dan informasi dengan modal utama yang diperlukan adalah wawasan luas dan ide yang dimiliki sumber daya manusia (SDM). Kedua factor tersebut menjadi modal utama yang digunakan manusia dalam menghadapi era ekonomi kreatif saat ini. Kreativitas yang diciptakan tergantung pada pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman sumber daya manusianya, karena semakin baik *intellectual capital* maka inovasi yang diciptakan akan semakin tinggi dalam meningkatkan kemampuan bersaing. Belakangan ini pemerintah sedang gencar mengembangkan ekonomi kreatif dalam masyarakat sehingga secara objektif penelitian ini ditulis dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif.

Manusia harus mengoptimalkan segala potensi dalam dirinya yang telah

diberikan oleh Allah SWT. Potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (*intelektualita*).

Kota Martapura merupakan ibu kota Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan, memang sudah sejak lama dikenal oleh masyarakat, terkenal dengan julukan sebagai kota intan, kota santri, dan juga serambi Mekkah. Martapura dikenal sebagai kota intan, karena menjadi pusat pengolahan dan perdagangan batu permata yang sangat indah, yaitu intan atau berlian. Pengolahan batu mulia yang bernama intan di Martapura memang sudah dikenal sejak lama, namanya penggosokan intan dan kota Martapura disebut-sebut sebagai salah satu daerah penghasil batu mulia berkualitas terbaik di dunia.

Kota Martapura juga terkenal sebagai kota santri di Kalimantan, karena terdapat puluhan pesantren di kota ini, salah satu pesantren yang terkenal di Martapura adalah Pesantren Darussalam. Martapura sering juga disebut sebagai kota serambi Makkah karena di kota ini banyak santri-santri yang berpakaian putih-putih yang hilir mudik untuk menuntut ilmu agama dan selain itu juga kota ini terkenal sebagai kota agamis.

Industri yang ada di Kota Martapura yaitu kerajinan tangan seperti kerajinan Manik, Pukaha, Tasbih, Tikar Purun, Tas Purun, Kain Sasirangan, Tarbang dan Intan. Tidak hanya kerajinan tangan di Kota Martapura juga mempunyai produk home industri yaitu Sagu, Kerupuk Singkong, Bolu H. Enong dan Kellelepon H. Bukhari yang biasanya banyak masyarakat menjual di pinggir jalan atau sekitar lampu merah di Kota Martapura.

Dulu, sekitar tahun 1980-an, belum dikenal nama Sekumpul oleh masyarakat di Martapura dan sekitarnya, apalagi Kalimantan Selatan. Namun, sejak tahun 1990-an, nama Sekumpul mulai dikenal oleh masyarakat, khususnya umat Islam di Kabupaten Banjar. Daerah Sekumpul dulunya berada di Kelurahan Tanjung Rema Kecamatan Martapura Kabupaten Banjar, kemudian sejak pindahannya

pengajian K.H.Ahmad Zaini Ghani, atau Guru Ijai dari rumah orangtua beliau di Kelurahan Keraton Martapura ke tempat yang kemudian dinamai Sekumpul tersebut.

Nama Sekumpul menambah nama terkenal kota Martapura ini Keagungan dan kharismatik K.H.Ahmad Zaini Ghani atau dikenal dengan sebutan Guru Ijai, atau Abah Guru Sakumpul, makin menambah kebanggaan nama besar Kota Martapura. Sekumpul menjadi ikon baru yang menambah keharuman dan kebanggaan nama Kota Martapura, selain sebagai kota intan dan serambi Mekkah.

Sejak pengajian K.H.Ahmad Zaini Ghani, atau Guru Ijai di Sekumpul inilah, maka tempat tersebut menjelma menjadi pemukiman yang padat dan ramai dikunjungi orang, karena pengajian rutin dilaksanakan setiap Sabtu dan malam Senin pada setiap minggunya. Perkembangan daerah Sakumpul ini demikian pesat, sehingga akhirnya kini menjadi sebuah kelurahan tersendiri yang bernama Kelurahan Sekumpul. Kemudian masyarakat, khususnya umat Islam Kalimantan Selatan, sampai sekarang menyebut almarhum K.H.Ahmad Zaini Ghani, dengan sebutan Abah Guru Sekumpul atau Guru Sekumpul.

Sekarang daerah Sekumpul menjadi kelurahan tersendiri dan masuk Kecamatan Martapura Kota seiring dengan perkembangan masyarakat dan wilayah yang sangat pesat. Pusatnya eakumpul itu adalah bekas tempat tinggal atau rumah, dan tentunya juga makam almarhum K.H.Ahmad Zaini Ghani, atau lebih dikenal dengan sebutan Abah Guru Sekumpul atau Guru Sekumpul. Pezairah dari segenap pelosok Kalimantan Selatan, atau bahkan dari luar Pulau Kalimantan datang silih berganti ke Sekumpul untuk berziarah ke makam ulama yang sangat kharismatik, yaitu K.H.Ahmad Zaini Ghani, Abah Guru Sakumpul, atau Guru Sakumpul tersebut.

Namun tidak lengkap jika berwisata tanpa buah tangan khas lokasi, wisata kuliner dan wisata edukasi yang berada di Martapura. Perlunya peran pemerintah kota khususnya

pengelola kawasan wisata religi makam KH. Muhammad Zaini bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura, untuk mengetahui kondisi dan potensi lokasi sehingga mampu membenahi kekurangan, mengembangkan dan memaksimalkan potensi yang ada.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian dengan melakukan analisis serta interpretasi teks dan hasil interview dengan maksud untuk menemukan makna dari suatu fenomena. Informan adalah orang yang menjadi sumber data dalam penelitian. Informasi dalam sebuah penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bagaimana Potensi Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura Potensi Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura ada beberapa sektor ekonomi kreatif dan yang berkembang industri fashion yang disekitar kawasan makam.

Sesuai dengan observasi dan wawancara yang dilakukan dengan beberapa industri fashion yang ada di sekitas Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura. Industri ekonomi kreatif yang berada disekitar makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura memiliki Potensi yang sangat besar

Setelah melakukan penelitian dilapangan maka penulis dapat

mensajikan data-data hasil penelitian sebagai berikut :

“...Toko PT. Al-Zahra (toko busana muslim) yang beralamat di Jl. Sekumpul No. 99 Martapura, kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan...”.

Industry ekonomi kreatif yang berada disekitar makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura memiliki Potensi yang sangat besar untuk dikembangkan karena merupakan salah satu sektor industri kreatif yang cukup banyak peminatnya.

Hasil wawancara dari salah satu pemilik industry ekonomi kreatif bidang fashion :

“...awal mula toko ini buka karena ingin berinvestasi dengan kelebihan uang yang ada dan itu tuntunan dari Abah Guru Sekumpul. Selain itu diharapkan toko ini menjadi tempat untuk menjual baju muslim pagi para jamaah yang berdatangan...”.

“...melihat potensi banyaknya penjiarah yang berdatangan di makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul saya melihat peluang usaha, jadi itu ada keinginan pakaian yang saya jual dijadikan oleh-oleh baju busana muslim...”.

“...industri yang sangat berkembang di daerah sekitar makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul iyalah industry pakaian dan itu adalah salah satu barang yang sering dicari. Karena, orang datang ke makam tidak hanya untuk mencari barokah tetapi ada juga sebagian masyarakat yang datang kemakam untuk mencari khas makanan sekumpul dan pakaian islami. Jadi itu yang membuat saya berkeinginan untuk membuka toko *fashion* di daerah makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul...”

Dari hasil tiga tempat yang saya wawancarai peneliti menyimpulkan potensi industri ekonomi kreatif bidang *fashion* memiliki potensi, potensi industri *fashion* islami sangat diminati masyarakat sekitar dan masyarakat yang berdatangan untuk berjariah, selain sebagai oleh-oleh para penjiarah *fashion* juga menjadi salah satu kebutuhan masyarakat di sekitar karena di Martapura khususnya Sekumpul terkenal dengan kota santri yang identik dengan berpakaian berbusana muslim.

Salah satu factor pendorong industry ekonomi kreatif adalah terciptanya peluang kerja baru bagi masyarakat sehingga merupakan pendorong masyarakat lebih produktif.

Hasil dari observasi peneliti yang digabungkan dengan wawancara kepada pihak toko

“...Ada beberapa factor yang menjadi alasan pemilik toko membuka tokonya di daerah makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul tujuan pertama mbuka usaha ingin membuka lapangan pekerjaan seluas-luasnya. Biaya transpot karyawan murah, dan lebih bisa dipercaya...”

Dari wawancara maka dapat di simpulkan, industri ekonomi kreatif ialah industri yang memberikan peluang lapangan kerja bagi masyarakat sekitar sehingga membantu perekonomian masyarakat di daerah disekitar.

Ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan.

“...Toko Galery Al-Zahra ini tidak hanya menjual pakaian muslim tetapi juga menjual sarung, mukena, sajadah, peci, dan beberapa hasil kerajinan tangan yang kerajinan asli dari masyarakat...”

“... toko Abaya By Sholeha hanya menjual pakaian muslimah untuk wanita dengan model

terbaru setiap harinya ...”.

“...toko Gamis Aljar Exclutive menjual gamis dan pakaian muslim...”

Jadi hasil observasi dan wawancara tersebut adalah toko-toko yang berada Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura menjual pakaian atau asesoris dari olahan masyarakat sekitar, selain menampilkan hasil dari kreatifitas masyarakat juga membantu masyarakat memasarkan produk yang dibuatnya.

2. Bagaimana Peningkatan Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura Peningkatan industri fashion pada perilaku ekonomi kreatif dihasilkan dari promosi dan barang yang cukup inovatif

“...peningkatan penjualan pada toko Galeri Al-Zahra dilakukan dengan promosi oleh keluarga dan karyawan melalui media sosial dan itu merupakan hal yang cukup efektif untuk menarik pelanggan...”

“...promosi pada toko Abaya By Sholehah dilakukan dengan menjual lewat shoopee tokopedia, instagram dan melakukan promosi online seperti memasang iklan online...”.

“...pada toko Gamis Aljar Exslutif melakukn promosi produk melalui sosial

media seperti instagram, facebook, shoopee, tokopedia dan toko ini juga ada *brand ambassador* produk untuk meningkatkan penjualan...”.

Kesimpulan dari peningkatan Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul. Ada beberapa toko fashion dalam meningkatkan penjualan menggunakan promosi yang dilakukan melalui media sosial dan itu cukup efektif dan ada juga toko yang menggunakan brand ambassador dalam meningkatkan penjualan.

Ada beberapa hari tertentu yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam hal penjualan yaitu pada hari raya idul fitri , hari raya idul adha dan haul Abah Guru Sekumpul ini juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh pemilik toko.

“...penjualan mengalami peningkatan pada hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Idul Adha dan haul Abah Guru Sekumpul. Ini merupakan kesempatan besar bagi toko-toko untuk menjual produknya. Karena banyak masyarakat berdatangan ke Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul...”

Selain itu melakukan pengembangan kapasitas khususnya

bagi para pemangku kepentingan ekonomi kreatif dari berbagai jenis komoditas perdagangan sehingga menghasilkan ide dan pemikiran kreatif.

“...salah satu kegiatan yang dilakukan adalah *capacity building*. Itu adalah suatu kegiatan pengembangan kapasitas sehingga menghasilkan inovasi-inovasi produk yang menarik melalui ide-ide menarik dan kreatif. Sehingga para konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih produk karena produknya banyak dan beragam...”

Dari hasil wawancara diatas pengembangan kapasitas diharapkan perlu untuk memberikan ruang yang lebih besar lagi untuk barang-barang yang lebih inovatif

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang telah penulis lakukan berikut kesimpulan penulis :

1. Potensi Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura, industry yang memiliki potensi sangat besar ialah industri fashion yang merupakan industri yang cukup banyak peminatnya. Industry ini juga merupakan industri yang menciptakan peluang kerja yang lumayan banyak.
2. Peningkatkan Industri Ekonomi Kreatif di Kawasan Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul Martapura mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan adanya Makam KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul membuat orang tertarik berdatangan dan itu merupakan peluang besar untuk produk, tidak hanya itu peningkatan juga mengalami tingkatan yang sangat tinggi saat hari-hari besar terutama saat haul KH. Muhammad Zaini Bin Abdul Ghani Sekumpul.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arsyad Lincolin, (2015). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Chapra Umer, (1999). *Ekonomi Dan Tantangan Ekonomi, Islam Kontemporer*. Surabaya: Risalah Gusti.
- Departemen Pendidikan Nasional, (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ensiklopedi Indonesia, (1997). *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*, Jakarta: Pakhi Pamungkas.
- Mulyana Deddy, (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mudrajad Kuncoro, (2007). *Ekonomika Industri Indonesia..*
- Karim Adiwarmanto A, (2004). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kebutuhan (2010). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad Baqir Ash Shadr, (2008) *Buku Induk Ekonomi Islam Iqtishaduna*. Jakarta: Zahra.
- Mustafa Edwin Nasution, (2007). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- N.Gregory Mankiw, Euston Quah, Peter Wilson, (2012). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruslan Abdul Ghofur Noor, (2003). *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sitoyo Sandu, M. Ali Sodik, (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi. *Op.Cit*.

Jurnal

- Anggraini, Nenny, (2008 desember). "Industri Kreatif", Jurnal ekonomi Volume XIII No. 3 h. 144-151
- Budi Tri Siswanto, (2013). *Pengembangan High Order Skills Four Cs (HOS4C) Pendukung Industri Kreatif*, Laporan Penelitian.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, (2010, juni) *Jantra Jurnal Sejarah dan Budaya*, Volume V No.9.
- Departemen Perdagangan RI, (2008). *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan).
- Dina Mellita, Dani Erlansah, Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban

Di Kota Palembang. *Dalam Prosiding Seminar Nasional dan Call For Economic Globalization Trend and Risk For Developing Country*,

- I Gusti Lanang Suta Artatanaya, I Ketut Suarta, dan Nyoman Meirejeki, (20013, Maret) *Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar Prospektif Pemasaran dan Produksi (Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.9 No.1)
- M. Chatib Basri, DKK, (2012). *Rumah Ekonomi RUMAH Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia*, Cetakan Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Op.Cit*.
- Sutapa Mulyana, (2014) *Peningkatan Kapabilitas Inovasi,Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Melalui Pendekatan Quardruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor fashion, Jurnal Teknologi*, Vol.13, No.3.
- Veithzal Rivai, Andi Buchari, (2013). *Islamic Economics: Ekonomi Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Website

- Abi Hafiz,
<http://www.abihafiz.wordpress.com>, Mei,
 2013.