

2022

JURNAL AKUNTANSI MUHAMMADIYAH

P - ISSN 2087-9776

E - ISSN 2715-3134

JAM

Vol. 12 No. 2

Edisi: Juli – Desember 2022



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

1. PENGARUH PENERAPAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA TERHADAP AKUNTABILITAS KINERJA INSTANSI PEMERINTAH PADA DINAS PERTANIAN TANAMAN PANGAN DAN HORTIKULTURA KABUPATEN ACEH BARAT
Silfia Sari & Noviyana
2. PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PERTANIAN TANAMAN PANGAN HORTIKULTURAL KABUPATEN ACEH BARAT
Sri Wahyuni & Noviyana
3. AKUNTABILITAS DAN TRANPARANSI PENGELOLAAN ANGGARAN DESA STUDI DI GAMPONG KUTA ALAM KOTA BANDA ACEH
Adnan & Muhammad Ichsan
4. ANALISIS PERENCANAAN PAJAK TERHADAP PENYUSUTAN PADA PT.X
Maksalmina
5. ANALISIS RASIO PROFITABILITAS DAN RASIO SOLVABILITAS DALAM MENILAI KINERJA KEUANGAN PADA BPJS KESEHATAN CABANG MEULABOH
Linda Wati & Rina Maulina
6. POTENSI EKONOMI KREATIF BERBASIS TEKNOLOGI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI ACEH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
Seri Murni & Rini Khairuni
7. ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERN DALAM RANGKA MENJAGA DAN MENGELOLA BARANG MILIK NEGARA PADA BALAI HARTA PENINGGALAN KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK AZAZI MANUSIA DKI JAKARTA
Cut Fitrika Syawalina, Elviza & Eva Susanti
8. ANALISIS PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN SAK-ETAP PADA KOPERASI UNIT DESA UJUNG RAJA TAHUN 2018-2020
Rusnaldi & Siska Azizah
9. ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI ANGGARAN BELANJA PADA DINAS PANGAN ACEH TAHUN 2018-2020
Fathul Khaira, Zulkifli Umar, Tarmizi Gadeng & Cindi Yola
10. PENGARUH RASIO HUTANG TERHADAP RENTABILITAS PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018 – 2020
Intan Rizkia Chudri, Irmawati & Hasliza Razali

JAM

VOLUME
12

NOMOR
2

HALAMAN
117 - 226

BANDA ACEH
2022

P-ISSN 2087-9776
E-ISSN 2715-3134

DEWAN REDAKSI

PEMBINA

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Para Wakil Rektor Unmuha
3. Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha

Penanggungjawab:

Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh

Ketua Penyunting:

H. Zulkifli Umar, SE., M.Si., Ak., CA.

Wakil Ketua Penyunting:

Eva Susanti, SE., M.Si., Ak., CA.

Penyunting Pelaksana:

1. **Dr. Dwi Cahyono, M.Si. Akt.** (Univ. Muhammadiyah Jember)
2. **Dr. Ramli Gadeng, M.Pd.** (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh)
3. **Dr. H. Aliamin, SE., M.Si., Ak.** (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh)
4. **Dr. Sri Suyanta, M.Ag.** (UIN Ar-Raniry Banda Aceh)
5. **Taufik A Rahim, SE., M.Si., Ph.D.** (Univ. Muhammadiyah Aceh)
6. **Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si. MM.** (Univ. Muhammadiyah Aceh)

Staf Pelaksana

1. Editor : **Irmawati, SE., M.Si., Ak.**
2. Adm. & Keuangan : **Rusnaldi, SE., M.Si.**
3. Distribusi & Pemasaran : **Elviza, SE., M.Si.**
4. Pengelola IT : **Devi Kumala, S.Si., M.Si.**

Diterbitkan oleh:

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh**

Jl. Muhammadiyah No. 91 Desa Batoh
Kecamatan Lueng Bata – Kota Banda Aceh

SEKAPUR SIRIH

REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Eksistensi dan identitas sebuah Universitas dapat diukur dan dipahami dari kreasi ilmiah dari setiap elemen di universitas tersebut. Makin banyak dan berbobot karya ilmiah yang dihasilkan, makin tinggi pula eksistensi, pemahaman dan penghargaan orang terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Kreasi Ilmiah diwujudkan dalam bentuk jurnal. Jurnal adalah sebagai alat komunikasi efektif dengan Stakeholder.

Salah satu kreasi ilmiah yang akan menjadi barometer bagi eksistensi, pemahaman dan penghargaan terhadap sebuah universitas adalah publikasi ilmiah baik yang dipublikasikan di berbagai jurnal maupun dalam bentuk *text book* yang dapat menjadi acuan bagi para mahasiswa dan siapapun yang berminat untuk memahami suatu fenomena ilmiah yang ditulis oleh civitas akademika universitas tersebut.

Berdasarkan perspektif inilah dan ditengah kelangkaan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melahirkan karya ilmiah berupa dalam bentuk Jurnal yang bernama Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM), kami amat apresiatif kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Tim Redaksi dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah mampu melahirkan salah satu karya yang cukup penting dalam rangka memberi dorongan dan motivasi untuk pengembangan wawasan para staf pengajar dalam penelitian-penelitian ke depan. Jurnal ini, disamping memperkaya khazanah keilmuan juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam studi ilmu akuntansi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Aceh akan tetapi juga diseluruh Universitas di Indonesia dan di luar negeri.

Rektor

Dr. Aslam Nur., M.A

SEKAPUR SIRIH

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Pertama sekali tidak henti-hentinya secara tulus kita panjatkan puji dan syukur keharibaan Allah SWT yang telah memberi taufik, hidayah dan petunjukNya kepada kita semua sehingga dapat berbuat sesuatu yang selalu mendapat bimbingan sepenuhnya dari Allah SWT. Selanjutnya selawat beiring salam khusus kita persembahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah mengajar dan mendidik ummat manusia sehingga mampu membuka mata hati kita semua dalam melaksanakan berbagai usaha dan kegiatan yang bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.

Pada Tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui melalui surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0230/1991 tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) program studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan terakhir perpanjangan Izin Operasional Program Studi Akuntansi berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional No. 1630/D/T/K-I/2009 Tanggal 27 Maret 2009. Selanjutnya pada tahun 2015 Program Studi Akuntansi memperoleh hasil akreditasi "B" dari Badan Akreditasi Nasional berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 004/BAN-PT/Akred/S/I/2015 Tanggal 09 Januari 2015.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas,Program Studi Akuntansi membuat suatu program pengembangan penelitian staf pengajar/dosen dalam bentuk jurnal yang dinamakan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) dengan nomor P.ISSN 2087-9776 dan E.ISSN 2715-3134 yang dikeluarkan oleh PDII-LIPI serta diterbitkan 2 (dua) kali dalam setahun yaitu edisi Januari-Juni dan Juli-Desember.

Dalam rangka penerbitan Jurnal ini, kami selalu membuka diri untuk menerima tulisan-tulisan bermutu, guna dapat kami muat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim pengelola dan semua penulis yang telah menyumbangkan karya terbaiknya di jurnal ini sehingga Jurnal Akuntansi volume 12 no.2 Edisi Juli-Desember 2022 ini bisa terbit sebagai kelanjutan dari edisi sebelumnya. Diharapkan terbitan selanjutnya rekan-rekan dari perguruan tinggi Ekonomi khususnya Program Studi Akuntansi se-Indonesia agar dapat menyumbangkan hasil karyanya untuk dapat dimuat pada Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Semoga karya para penulis semuanya menjadi ilmu yang menginspirasi kebaikan dan kemanfaatan di dunia ilmu akuntansi.

Sebagai penghargaan perkenankanlah kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pengelola Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) yang telah bekerja keras melakukan semua proses penerbitan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh, sehingga jurnal ini tampil dalam bentuk dan isi yang berkualitas. Dan akhir kata semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayahNya kepada kita semua sehingga kita mampu menerbitkan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh dengan sebaik-baiknya.

Dekan

Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM.

DAFTAR ISI

Dewan Redaksi	i
Sekapur Sirih Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh	ii
Sekapur Sirih Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh	iii
Daftar Isi	iv
Pedoman Penulisan	v

Jurnal

1. PENGARUH PENERAPAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA TERHADAP AKUNTABILITAS KINERJA INSTANSI PEMERINTAH PADA DINAS PERTANIAN TANAMAN PANGAN DAN HORTIKULTURA KABUPATEN ACEH BARAT <i>Silfia Sari & Noviyana</i>	117-128
2. PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PERTANIAN TANAMAN PANGAN HORTIKULTURAL KABUPATEN ACEH BARAT <i>Sri Wahyuni & Noviyana</i>	129-138
3. AKUNTABILITAS DAN TRANPARANSI PENGELOLAAN ANGGARAN DESA STUDI DI GAMpong KUTA ALAM KOTA BANDA ACEH <i>Adnan & Muhammad Ichsan</i>	139-146
4. ANALISIS PERENCANAAN PAJAK TERHADAP PENYUSUTAN PADA PT.X <i>Maksalmina</i>	147-156
5. ANALISIS RASIO PROFITABILITAS DAN RASIO SOLVABILITAS DALAM MENILAI KINERJA KEUANGAN PADA BPJS KESEHATAN CABANG MEULABOH <i>Linda Wati & Rina Maulina</i>	157-166
6. POTENSI EKONOMI KREATIF BERBASIS TEKNOLOGI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI ACEH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM <i>Seri Murni & Rini Khairuni</i>	167-182
7. ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERN DALAM RANGKA MENJAGA DAN MENGELOLA BARANG MILIK NEGARA PADA BALAI HARTA PENINGGALAN KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK AZAZI MANUSIA DKI JAKARTA <i>Cut Fitrika Syawalina, Elviza & Eva Susanti</i>	183-194
8. ANALISIS PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN SAK-ETAP PADA KOPERASI UNIT DESA UJUNG RAJA TAHUN 2018-2020 <i>Rusnaldi & Siska Azizah</i>	195-208
9. ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI ANGGARAN BELANJA PADA DINAS PANGAN ACEH TAHUN 2018-2020 <i>Fathul Khaira, Zulkifli Umar, Tarmizi Gadeng & Cindi Yola</i>	209-216
10. PENGARUH RASIO HUTANG TERHADAP RENTABILITAS PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018 – 2020 <i>Intan Rizkia Chudri, Irmawati & Hasliza Razali</i>	217-226

METODE PENULISAN

BENTUK NASKAH

Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh menerima naskah dalam bentuk hasil penelitian (*Research Paper*) atau artikel ulasan (*Review*) dan resensi buku (*Book Review*), baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

CARA PENGIRIMAN NASKAH

Penulis mengirimkan 2 (dua) eksemplar naskah serta CD berisi naskah tersebut ke alamat redaksi: Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Jl. Muhammadiyah No. 91 Banda Aceh 23245, Telepon 0651-21023, Fax. 0651-21023, e_mail: jurnalfeunmuha@yahoo.com.

FORMAT NASKAH

Naskah yang dikirim terdiri atas 15 s/d 20 halaman kuarto (A4) dengan spasi 1,5, huruf Times New Roman font 12. Naskah dilengkapi dengan biodata penulis. Semua halaman naskah, termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, dan sumber kutipan. Naskah dibuat dalam bentuk 2 kolom kecuali abstrak. Naskah diserahkan dalam bentuk hardcopy (*print out*) dan softcopy dalam CD. Sistematika penulisan disesuaikan dengan kategori artikel yang akan dipublikasikan di Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Naskah yang masuk dikategorikan kedalam tiga kategori, artikel hasil penelitian, artikel ulasan dan artikel resensi buku. Sistematika penulisan untuk masing-masing kategori artikel adalah sebagai berikut:

A. Sistematika Naskah Artikel Hasil Penelitian

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia lebih kurang 200 kata, dan disertai kata kunci (*key word*), maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan.

II. KAJIAN KEPUSTAKAAN

Berisikan referensi yang berhubungan dengan penelitian

III. METODE PENELITIAN

Berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, antara lain meliputi spesifikasi penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknis pengolahan data, dan analisis data.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap hasil penelitian

V. KESIMPULAN DAN SARAN

B. Sistematika Naskah Artikel Ulasan

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dan disertai dengan kata kunci (*key word*) maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

II. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap permasalahan yang dikaji dalam naskah

III. KESIMPULAN DAN SARAN

C. Sistematika Naskah Artikel Resensi Buku

Naskah ditulis di atas kertas kuarto (A4), terdiri dari 5 s/d 7 halaman, dengan spasi ganda.

Naskah dilengkapi dengan sac sampul buku dirensensi.

Sumber Kutipan

1. Sumber kutipan ditulis menyesuaikan sistem catatan perut (*bodynote atau sidenote*).
2. Sumber kutipan yang berasal dari website ditulis dengan susunan sebagai berikut: Nama penulis, judul tulisan (“...”), nama website, alamat artikel, tanggal dan waktu download.

Daftar Pustaka

Penulisan daftar Pustaka disusun alfabetis dengan susunan publisitas.

**POTENSI EKONOMI KREATIF BERBASIS TEKNOLOGI TERHADAP
PERTUMBUHAN EKONOMI DI ACEH DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Seri Murni¹, Rini Khairuni²

^{1,2} *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Aceh*
serimurni.fathan@gmail.com, rinihairuni@gmail.com

ABSTRACT

The creative economy is currently being developed along with the many initiatives from community groups to create a valuable product or work. However, this is an obstacle for the creative economy in Aceh, namely the development of a technology-based creative economy that is still experiencing obstacles such as low mastery of science and technology and inadequate educational background and experience. This creative economy research was conducted in order to see what the potential of the creative economy if it is technology-based towards economic growth in Aceh province by looking at it from an Islamic economic perspective. This qualitative research uses primary data with the interview method so that the results show that the technology-based creative economy in Aceh has good potential to develop because the community has been competing to create creative businesses by producing a variety of unique and interesting products ranging from daily necessities. until the food is made in such a way to make it look attractive. This potential has been put to good use by the community and assisted by the ease of technology. For example, some people use technology to market products via online including through Instagram, e-commerce, Facebook, and other social media.

Keywords : Creative Economy Potential, Creative Economy, Technology, Economic Growth.

ABSTRAK

Ekonomi kreatif saat ini terus dikembangkan seiring dengan banyaknya inisiatif dari kelompok masyarakat untuk menciptakan sebuah produk atau karya yang bernilai. Namun, inilah yang menjadi kendala bagi ekonomi kreatif di Aceh yaitu perkembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi masih mengalami kendala seperti rendahnya penguasaan IPTEK serta latar belakang pendidikan dan pengalaman yang masih kurang memadai. Penelitian ekonomi kreatif ini dilakukan guna untuk melihat seperti apa potensi ekonomi kreatif jika berbasis teknologi terhadap pertumbuhan ekonomi di provinsi Aceh dengan melihat dari segi perspektif ekonomi Islam. Penelitian kualitatif ini menggunakan data primer dengan metode wawancara sehingga hasilnya menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis teknologi di Aceh memiliki potensi yang bagus untuk berkembang karena masyarakat telah berlomba-lomba menciptakan usaha kreatif dengan memproduksi beragam produk unik dan menarik mulai dari barang-barang kebutuhan sehari-hari sampai makanan yang dibuat sedemikian rupa agar terlihat menarik. Potensi ini ternyata telah dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat dan dibantu oleh kemudahan teknologi. Contohnya sebagian masyarakat menggunakan teknologi untuk memasarkan produk via online diantaranya melalui instagram, e-commerce, facebook, dan media sosial lainnya.

Kata Kunci : Potensi Ekonomi Kreatif, Ekonomi Kreatif, Teknologi dan Pertumbuhan Ekonomi.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif dikenal sebagai konsep pengembangan ekonomi yang mengutamakan kreativitas dalam menciptakan produk. Ekonomi kreatif saat ini terus dikembangkan seiring dengan banyaknya inisiatif dari kelompok masyarakat untuk menciptakan sebuah produk atau karya yang bernilai seni dan juga dapat menghasilkan pendapatan untuk masyarakat. Berdasarkan hasil riset antara Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) dan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 922.59 miliar rupiah atau sebesar 7.44% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional.

UMKM menjadi sebagian besar pelaku ekonomi kreatif yang secara perlahan membangun kembali kehidupan ekonomi Indonesia yang mengalami penurunan akibat krisis ekonomi global. Pemerintah telah memposisikan ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar ekonomi nasional, hal ini dibuktikan dengan perubahan dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Menurut Sunanik (2013) Ekonomi Kreatif diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah, Yaitu :

- a. Relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% pertahun).
- b. Masih tingginya pengangguran (9-10%).
- c. Tingginya tingkat kemiskinan (16-17%).
- d. Rendahnya daya saing industri di Indonesia.

Aceh merupakan provinsi yang telah menjalankan ekonomi kreatif dan menghasilkan produk-produk yang membawa ciri khas Aceh. Namun, dikarenakan Aceh adalah Provinsi yang menerapkan kebijakan syariah maka ekonomi

kreatif di Aceh benar-benar berprinsip sesuai syariah dengan mengutamakan produk-produk yang bernilai Islami. Produk ekonomi kreatif di Aceh terdiri dari Berbagai jenis kerajinan tangan yang sangat banyak di Aceh, seperti kerajinan rotan, anyaman tikar, berbagai karya dari batok kelapa dan lainnya. Tidak ketinggalan aneka kuliner, seperti Mie Aceh, keumamah, asam keueung, timpan, keukarah, bolu eungkot dan sebagainya. Dalam bidang seni, karya seni dari Aceh sudah banyak yang mendunia, seperti tari saman yang telah mendapat pengakuan dari UNESCO, selain itu ada Tari seudati, tari ranup lampuan, rapa'i geleng, didong dan berbagai seni lainnya yang banyak mengundang decak kagum dunia.

Ekonomi kreatif di Aceh selain membahas tentang produk kreatif yang bernuansa budaya lokal juga harusnya membahas tentang teknologi dalam pengembangan produk ekonomi kreatif, pengembangan produk kuliner melalui teknologi pangan, *entrepreneurship*, meningkatkan penjualan produk ekonomi kreatif melalui *digital marketing*, *packaging* produk dan inovasi dalam pengembangan desain produk ekonomi kreatif. Hal ini patut dilakukan dan dikembangkan dengan baik agar ekonomi kreatif di Aceh dapat menyeimbangkan dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang di masyarakat.

Namun, inilah yang menjadi kendala bagi ekonomi kreatif di Aceh yaitu perkembangan ekonomi kreatif berbasis digital atau teknologi masih banyak mengalami kendala seperti rendahnya penguasaan IPTEK serta latar belakang pendidikan dan pengalaman yang masih kurang memadai. Padahal berdasarkan Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 2 Tahun 2006

tentang pemberdayaan masyarakat di bidang teknologi informasi dan sistem komunikasi Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, mengatakan bahwa penerapan teknologi informasi dan sistem informasi di lingkungan pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam merupakan satu wujud dari upaya mencerdaskan kehidupan masyarakat di berbagai bidang ilmu.

Jika dilihat dari pertumbuhan ekonomi di Aceh baru-baru ini yaitu pada 2020 Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2020) Pada sektor migas, pertumbuhan ekonomi Aceh mengalami penurunan sebesar 1,82 % pada triwulan II-2020 dibanding triwulan II-2019. Adapun sektor yang mengalami pertumbuhan, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Sektor Yang Mengalami Pertumbuhan
Ekonomi di Aceh Tahun 2020

No	Sektor	Persentase (%)
1	Konstruksi	23,94
2	Pertambangan dan Penggalian	23,32
3	Informasi dan Komunikasi	17,26
4	Pengadaan Listrik dan Gas	4,61
5	jasa keuangan	4,04
6	jasa pendidikan	1,57
7	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	0,54

Sumber: BPS, Tahun 2020.

Sedangkan sektor yang mengalami penurunan ekonomi di Aceh dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Sektor Yang Mengalami Penurunan Ekonomi
di Aceh Tahun 2020

No	Sektor	Persentase (%)
1	Transportasi dan pergudangan	50,68
2	Penyediaan akomodasi dan makan minum	15,38
3	Perdagangan besar dan eceran turun	9,38

Sumber: BPS, Tahun 2020.

Kemudian untuk melihat kontribusi ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Produk
Domestik Bruto (Triliunan Rupiah)

No	Tahun	Kontribusi terhadap PDB
1	2013	708,27
2	2014	784,87
3	2015	852,56
4	2016	922,59
5	2017	1.009
6	2018	1.105
7	2019	1.200
8	2020	1.100

Sumber: Lokadata.id (2020).

Dari sektor ekonomi kreatif yang ada di Aceh diharapkan dapat membantu perekonomian Aceh untuk terus mengalami pertumbuhan dengan menciptakan inovasi maupun kreativitas yang berasal dari masyarakat/para wirausaha ekonomi kreatif sekaligus membuka peluang usaha serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat Aceh. Pada tahun 2016 ekonomi kreatif di Aceh berdasarkan subsektor ekonomi kreatif telah digambarkan dalam statistik pada tabel 1.4 berikut:

Tabel 1.4
Statistik Ekonomi Kreatif Nanggroe Aceh
Darussalam Tahun 2016 Total
Berdasarkan Subsektor EKRAF

No	SUBSEKTOR	Persentase (%)
1	Kuliner	68,40
2	Kriya	8,96
3	Fesyen	19,81
4	TV & Radio	0,13
5	Penerbitan	1,08
6	Musik	0,36
7	Arsitektur	0,40
8	App & Games	0,03
9	Periklanan	0,04
10	Fotografi	0,52
11	DKV	0,00
12	Seni Pertunjukan	0,08
13	Desain Produk	0,02
14	Seni Rupa	0,14
15	Film, Animasi & Video	0,02
16	Desain Interior	0,01

Sumber: BPS, Tahun 2016.

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa yang menyumbang nilai persentase untuk ekonomi kreatif terbanyak di Aceh yaitu dalam bidang Kuliner sebanyak 68,40%. Aceh memang sekarang ini sedang berlomba-lomba untuk memperkenalkan masakan-masakan khas keluar daerah, kuliner yang memang melekat di Aceh adalah kuliner yang bernuansa sangat kental dengan adat dan budaya di Aceh serta selalu mempertahankan kuliner yang bernuansa islami atau kuliner halal.

Selanjutnya diikuti dengan fesyen sebanyak 19,81 %, ini bisa dilihat dari daerah Aceh adalah daerah yang menerapkan hukum syariah dimana pakaian dan mode yang dipakai harus sesuai dengan ketentuan syariah, maka dari itu Aceh sekarang ini sedang mengembangkan fesyen bernuansa syariah dan menjadi salah satu kiblat fesyen busana muslim di Indonesia. Selanjutnya di posisi terakhir ada DKV (Desain Komunikasi Visual) yang tidak ada sama sekali di Aceh (0,00%).

Sasaran program dan produk ekonomi kreatif ditujukan kepada beberapa kelompok yaitu:

1. Akademisi guna pendampingan pengenalan produk untuk dapat dilakukan penelitian serta dapat berupaya mengoptimalisasikan IPTEK dalam bidang pengolahan dan penjaminan kualitas sebuah produk.
2. Dunia bisnis yang dapat menjadikan ekonomi kreatif ini sebagai sumber pendapatan yang tinggi jika ekonomi kreatif dapat berkembang pesat.
3. Komunitas atau masyarakat agar mampu melakukan pengelolaan dan pengembangan inovasi produk yang kreatif dan siap dipasarkan.

4. Pemerintah, dengan adanya ekonomi kreatif pemerintah dapat mengenalkan potensi perkembangan sebuah daerah yang disebabkan oleh ekonomi kreatif, meningkatkan pendapatan daerah, dan menekan angka pengangguran.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai ekonomi kreatif di Aceh dengan mengambil judul **“Potensi Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

KAJIAN KEPUSTAKAAN

Ekonomi Kreatif yaitu sebuah konsep di era ekonomi baru berlandaskan informasi dan kreativitas dengan memakai ide serta *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang menjadi faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Perkembangan ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai dampak dari struktur perekonomian dunia yang sedang mengalami gelombang transformasi teknologi dengan laju yang cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari awalnya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) kemudian berubah menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), dari era genetik dan ekstraktif kemudian masuk ke era manufaktur dan jasa informasi serta diikuti dengan perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif (Binus University, 2012).

Ekonomi kreatif adalah konsep yang berkembang dan dibangun di atas interaksi antara kreativitas dan ide manusia dan kekayaan intelektual, pengetahuan dan teknologi. Pada dasarnya ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi

berbasis pengetahuan yang menjadi dasar 'industri kreatif'. Industri kreatif yang meliputi periklanan, arsitektur, seni dan kerajinan, desain, mode, film, video, fotografi, musik, penerbitan, penelitian, seni pertunjukan, & pengembangan, perangkat lunak, permainan komputer, penerbitan elektronik, dan TV/radio adalah darah kehidupan ekonomi kreatif. Mereka juga dianggap sebagai sumber nilai komersial dan budaya yang penting (UNCTAD, 2020).

Berdasarkan Inpres No. 6 Tahun 2009, tanggal 5 Agustus 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, Ekonomi kreatif diklasifikasikan ke dalam 15 jenis: periklanan; arsitektur; pasar seni dan barang antik; kerajinan; desain; fashion (mode); film, video, dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; radio dan televisi; riset dan pengembangan, dan kuliner. Adapun Pengertian dari masing-masing jenis ekonomi kreatif tersebut adalah sebagai berikut (Purnomo, 2016):

1. Periklanan: Kegiatan kreatif terkait dengan jasa periklanan, yaitu komunikasi satu arah dengan bantuan media dan sasaran tertentu.
2. Arsitektur: Kegiatan kreatif yang terkait dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik itu dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) maupun sampai level mikro (detail konstruksi).
3. Pasar Barang Seni: Kegiatan kreatif yang terkait dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka yang mempunyai nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi.
4. Kerajinan: Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dalam prosesnya dihasilkan oleh tenaga pengrajin.
5. Desain: Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

6. Fesyen (*fashion*): Kegiatan kreatif terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.
7. Video, Film dan Fotografi: Kegiatan kreatif terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film.
8. Permainan Interaktif (*game*): Kegiatan kreatif berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi permainan komputer ataupun android serta iOS maupun video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
9. Musik: Kegiatan kreatif berhubungan dengan kegiatan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
10. Seni Pertunjukkan (*showbiz*): Kegiatan kreatif dengan adanya usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan.
11. Penerbitan dan Percetakan: Kegiatan kreatif dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita.
12. Layanan komputer dan piranti lunak (*software*) atau Teknologi Informasi: Kegiatan kreatif yang berhubungan dengan pengembangan teknologi informasi.
13. Televisi & Radio (*broadcasting*): Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi.
14. Riset dan Pengembangan (*Research and Development*): Kegiatan kreatif menyangkut dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta terdapat manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.
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.

Dengan adanya ekonomi kreatif pastinya sangat berdampak baik bagi sebuah negara. Ekonomi kreatif bisa menciptakan dan memadukan ide, seni, inovasi, serta kreativitas

berbasis teknologi dan budaya yang telah ada di kalangan masyarakat.

Industri kreatif menjadi penyumbang pertumbuhan PDB yang semakin penting. Data menunjukkan, selama 15 tahun terakhir, bahwa ekonomi kreatif tidak hanya salah satu sektor ekonomi dunia yang tumbuh paling pesat, tetapi juga transformatif dalam menghasilkan pendapatan, lapangan kerja, dan ekspor.

Ekonomi Islam adalah sistem yang mengaplikasikan prinsip ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam, bagi setiap kegiatan ekonomi yang bertujuan menciptakan barang & jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Ekonomi Islam bukan hanya merupakan praktik kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu dan komunitas muslim yang ada, namun juga merupakan perwujudan perilaku ekonomi yang didasarkan pada ajaran Islam dan mencakup cara pandang permasalahan ekonomi dalam menganalisis dan mengajukan alternatif solusi atas berbagai permasalahan ekonomi (Maharani, 2018).

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam berbagai aspek dari agama Islam. Islam merupakan *way of life* dimana Islam telah menyediakan perangkat aturan lengkap bagi kehidupan manusia termasuk dalam ekonomi.

Menurut Iljas (2007) adapun tujuan dari Ekonomi Islam meliputi:

1. Mencapai kebahagiaan dan kemenangan di dunia dan di akhirat kelak.
2. Menjadikan distribusi sumber-sumber ekonomi, kekayaan dan pendapatan wajar serta merata (*fair and equitable distribution of wealth*). Islam melarang konsentrasi harta dan kekayaan di tangan beberapa orang/kelompok saja; dan mendorong sirkulasinya di antara anggota masyarakat.

3. Memenuhi kebutuhan pokok misalnya makanan, pakaian, dan tempat tinggal kepada semua anggota masyarakat.
4. Membangun dan mengembangkan keadilan sosial ekonomi bagi seluruh anggota masyarakat.
5. Membangun dan mengembangkan persaudaraan (*brotherhood*) dan persatuan (*unity*) di antara sesama Muslim.
6. Pengembangan moral dan material dalam masyarakat Islam (*moral and material development*). Pencapaian tujuan ini dilakukan melalui sistem perpajakan dan manajemen fiskal, khususnya melalui zakat. Zakat mencegah penumpukan dan mendorong sirkulasi harta kekayaan.
7. Mencegah penumpukan harta dan menjaga agar harta selalu berputar (*circulation of wealth*).
8. Menghapuskan eksploitasi (*eradication of exploitation*) manusia atas manusia lainnya. Agar mendapatkan tujuan ini, Islam telah mengambil banyak langkah yang efektif. Salah satu yang paling penting di antaranya adalah menghapuskan bunga atau riba yang merupakan instrumen eksploitasi manusia yang paling buruk.

Jika dilihat jenis dan bentuk muamalah yang berkembang dan maju di zaman kontemporer mencakup kreasi serta pengembangannya sekarang ini sudah dapat diterima sebagai kegiatan ekonomi yang sah. Dalam permasalahan-permasalahan muamalah yang terpenting dan paling utama adalah substansi makna yang terkandung dalam suatu bentuk muamalah serta sasaran yang akan dicapainya, Jika muamalah yang dilakukan dan dikembangkan itu sejalan dengan prinsip dan kaidah yang ditetapkan syara', serta tujuannya untuk kemaslahatan umat manusia dan dapat menghindarkan kemudaratan mereka, maka jenis muamalah tersebut dapat diterima (Mursal & Suhadi, 2015).

Di dalam Al-Qur'an juga sudah dibahas mengenai ekonomi kreatif sebagaimana dijelaskan dalam beberapa ayat didalam Al-Qur';an, yaitu:

Q.S Al-Jasiah Ayat 13 :

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ
لَآيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

Artinya: *“Dan Dia menundukkan apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi untukmu semuanya (sebagai rahmat) dari-Nya. Sungguh, dalam hal yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir.*

Q.S Yunus Ayat 100

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ اَنْ تُؤْمِنَ اِلَّا بِاِذْنِ اللّٰهِ وَيَجْعَلِ الرِّجْسَ عَلٰى الَّذِيْنَ لَا
يُحْسِبُوْنَ

Artinya: *“Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak memperguna-kan akalunya.*

Q.S At-Taubah Ayat 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَاَسِيْرِيْ اللّٰهُ عَمَلِكُمْ وَرَسُوْلُهُ وَالْمُؤْمِنُوْنَ
وَسْتُرْدُوْا اِلٰى عَلِيْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ
تَعْمَلُوْنَ

Artinya: *“Dan katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”*

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif-kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta-fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena. Sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu melakukan wawancara secara langsung dengan Disperindag Aceh terkait objek penelitian. Adapun operasional variabel yang digunakan yaitu ekonomi kreatif, ekonomi kreatif berbasis teknologi, pertumbuhan ekonomi dan ekonomi Islam. Adapun sumber data sekunder diperoleh dari jurnal terkait dan berbagai artikel yang relevan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Potensi Perkembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi di Aceh

Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Ekonomi kreatif adalah konsep yang berkembang yang dibangun di atas interaksi antara kreativitas dan ide manusia dan kekayaan intelektual, pengetahuan dan teknologi.

Awal mula adanya produk dari ekonomi kreatif juga melalui beberapa proses untuk sampai ke tahap perkembangan yaitu:

1. Kreasi yang diciptakan dari ide masyarakat atau pelaku usaha ekonomi kreatif yang dengan ide tersebut dikembangkan menjadi inovasi dan kreatifitas untuk membuat sebuah produk.
2. Memproduksi secara perlahan dengan memilih bahan-bahan yang diperlukan dan memilih bahan yang terbaik untuk pembuatan sebuah produk ekonomi kreatif, selain itu juga memperhatikan SOP dari proses produksi yang higienis dan jika di Aceh juga memperhatikan produk yang berbasis syariah dan berlabel halal untuk mendukung visi dari Provinsi Aceh, selain itu juga memperhatikan entitas dan nilai keunikan produk untuk bisa masuk ke pasar dengan mudah.
3. Distribusi dengan melakukan perluasan informasi mengenai produk ekonomi kreatif yang sudah jadi dan siap dipasarkan tersebut menggunakan teknologi seperti media sosial, aplikasi, ataupun website serta mengencarkan penguatan akses distribusi produk antar kabupaten/kota.

4. Konsumsi dari masyarakat dan juga ini perlu adanya proses kolaborasi antara pelaku usaha dengan pemerintah untuk meningkatkan PDRB serta dapat menyerap tenaga kerja secara berkesinambungan.
5. Konservasi yang dilakukan dengan melakukan kerja sama dan kolaborasi antar pelaku usaha ekonomi kreatif agar produk kreatif yang mereka pasarkan dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perwakilan dari dinas perindustrian dan perdagangan provinsi Aceh yang menangani bidang ekonomi kreatif dan selanjutnya beberapa pelaku usaha ekonomi kreatif yang ada di Aceh. Peneliti melakukan wawancara dengan yang bersangkutan secara bertahap dalam beberapa hari.

Menurut Kepala Bidang Pengembangan Industri Menengah dan Aneka Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Aceh ibu Dra. Nila Kanti, M. Si ekonomi kreatif sangat baik untuk dikembangkan dan dapat berpotensi baik bagi pertumbuhan ekonomi di Aceh. Beliau juga mengatakan jika para pelaku ekonomi kreatif di Aceh mampu dan bersungguh-sungguh untuk terus berkarya di bidang industri ekonomi kreatif ini, maka akan sangat bagus untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang ada di Aceh serta dapat pula mengurangi angka pengangguran di Aceh.

Saat ini usaha ekonomi kreatif yang ada di Aceh menunjukkan jumlah yang besar yakni lebih dari 3000 usaha ekonomi kreatif yang ada di Aceh dan yang paling mendominasi adalah dari sektor kuliner. Apalagi tidak bisa dipungkiri bahwa kuliner di Aceh saat ini begitu pesat

perkembangannya dan para pelaku usaha ekonomi kreatif di sektor kuliner berlomba-lomba agar produknya bisa diakui untuk sertifikasi halal guna mendongkrak nilai jual produk yang ditawarkan. Mereka harus benar-benar meyakinkan bahwa produk makanan yang mereka pasarkan memang mengandung bahan-bahan yang halal mulai dari proses pemilihan bahan baku, produksi sampai pemasaran. (Wawancara dengan Nila Kanti, Kabid PIMA Disperindag Aceh, 25 Agustus 2021).

Jika dilihat sekarang ini industri ekonomi kreatif itu sangat beragam tidak hanya terpaku pada satu bidang saja, Ibu Nila Kanti juga mengatakan bahwa “Kreatif itu tidak mesti di produk-produk kerajinan bisa jadi di produk produk makanan yang diolah sekreatif mungkin” contohnya seperti hiasan cake yang semenarik mungkin, produk kopi yang sudah diolah dengan berbagai macam cara seperti Coffee Blend dan lain sebagainya. Oleh karena itu di masa yang serba modern sekarang ini seharusnya tidak ada lagi yang sulit untuk dibuat selagi pelaku usahanya mampu untuk berkarya dengan ide yang kreatif maka akan dapat menghasilkan produk-produk yang kreatif dan dapat dipasarkan dengan baik (Wawancara dengan Nila Kanti, Kabid PIMA Disperindag Aceh, 25 Agustus 2021).

Ibu Nila mengatakan bahwa untuk mengembangkan ekonomi kreatif masyarakat, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Aceh sering mengadakan pameran ekonomi kreatif yang dilaksanakan dengan tujuan agar ekonomi kreatif ini dapat dikenal dan diterima dengan baik di kehidupan masyarakat di Aceh. (Wawancara dengan Nila Kanti, Kabid PIMA Disperindag Aceh, 25 Agustus 2021).

Menurut Nila Kanti dalam pengembangan ekonomi kreatif di Aceh teknologi yang digunakan sudah terlihat angka yang lumayan banyak walaupun tidak keseluruhan yang sudah memakai kemudahan teknologi. Jika dipersenkan ada sekitar 70-80% masyarakat sudah memakai teknologi dalam memasarkan atau menjalankan usaha ekonomi kreatif ini. Sebagian masyarakat menggunakan teknologi ini seperti untuk memasarkan produk via online contohnya melalui instagram, e-commerce, facebook, dan media sosial lainnya. (Wawancara dengan Nila Kanti, Kabid PIMA Disperindag Aceh, 25 Agustus 2021).

Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi dapat Menunjang Pertumbuhan Ekonomi di Aceh

Berdasarkan pembahasan di atas, maka sejalan dengan Studi Ekonomi Kreatif yang dilakukan *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* pada tahun 2010 mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai “ *An evolving concept based and creative assets potentially generating economic growth and development* ” yaitu Aset kreatif dan berbasis konsep yang berkembang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dan juga sejalan dengan beberapa aspek diantaranya peningkatan pendapatan, terciptanya lapangan pekerjaan, dan pendapatan dari ekspor impor serta promosi kepedulian sosial, ragam budaya dan pengembangan manusia; terlibatnya ekonomi, sosial budaya kedalam teknologi, hak kekayaan intelektual, pariwisata yang dikembangkan; kegiatan ekonomi yang berbasis pengembangan pengetahuan dan keterkaitan lintas sektoral pada ekonomi mikro dan makro; strategi pengembangan

yang dipilih dengan kebutuhan aksi dari lintas kementerian serta kebijakan inovatif dan multi disiplin (Harjawati, 2020).

Selanjutnya peneliti telah melakukan wawancara dengan pelaku usaha ekonomi kreatif (usaha Box Hantaran di Kota Banda Aceh yang diberi nama DM Box Hantaran By: Mita Ajrina), hasilnya bahwa inspirasi usaha ini didapat dari usaha hantaran yang ada di Jakarta dan selanjutnya muncullah ide mita untuk menciptakan usaha box hantaran ini di Aceh. Awal mula merintis usaha box hantaran ini mita mengatakan agak sedikit sulit untuk memikirkan ide dikarenakan masih terbilang baru dan pada awal pembuatan box hantaran hampir memakan waktu 2 minggu untuk menyelesaikan box hantaran ini mulai dari konsep dan hiasannya. Mita mengatakan hambatan yang didapat dalam usaha box hantaran ini adalah karena di Aceh dari dulu sudah memakai hantaran dalam bentuk talam jadi untuk pemasaran box hantaran ini masih terbilang baru dan harus benar-benar sedikit demi sedikit untuk diperkenalkan kepada masyarakat. Mita mengatakan jika zaman sekarang adalah zaman milenial yang dimana orang-orang lebih mengedepankan kreativitas untuk membuat suatu produk atau usaha agar menarik perhatian masyarakat (Wawancara dengan Mita Ajrina, 26 Agustus 2021).

Pemasaran dari box hantaran ini dilakukan mita dengan menggunakan teknologi online seperti memasarkan lewat Instagram, Facebook, Whatsapp, dan sosial media lainnya. Menurut mita pemasaran melalui sosial media atau via online lebih terbantu untuk penjualan usaha ini, karena jangkauan yang diperoleh lebih luas dan lebih banyak orang yang dapat mengetahui usaha box hantaran ini.

Selanjutnya dari harga penjualan mita mengatakan untuk menaruh harga sesuai dengan keadaan di Aceh dimana orang tidak ingin jika terlalu mahal dan disesuaikan menurut jenis dan model dari box hantarnya. Pada awalnya mita hanya memasang harga Rp50000/box dan kemudian harga pun sudah disesuaikan karena sudah banyak inovasi dari hiasannya jadi yang paling penting untuk menyesuaikan harga yang terjangkau dan sesuai kualitas dari produknya. (Wawancara dengan Mita Ajrina, 26 Agustus 2021).

Maulina Irwandi yang memiliki usaha home industri di bidang fashion busana muslimah bernama Ma.eul Store yang bertempat di Aceh Tamiang tetapi usahanya yang juga bisa dilakukan secara online mampu menjangkau kawasan diseluruh Aceh bahkan diluar daerah Aceh. Maulina Irwandi memulai usahanya dengan terinspirasi dari tren busana muslimah yang sedang berkembang apalagi di Aceh. Maulina mendesign sendiri hijab dan baju yang dijualnya serta memilih kain yang berkualitas atau bagus untuk para pelanggannya. Menurut maulina yang mempengaruhi tingkat penjualan adalah brand dan produk yang menarik perhatian, oleh karena itu maulina sangat mengedepankan ide dan kreativitas yang baik untuk menciptakan sebuah produk usahanya (Wawancara dengan Maulina Irwandi, 26 Agustus 2021).

Selanjutnya bergerak ke daerah Kabupaten Pidie tepatnya di Kota Sigli ada salah satu usaha Ekonomi Kreatif bernama Kariyaflorist.id yang menjual berbagai macam Buket Bunga dan sejenisnya yang sangat diincar pembeli untuk memberikan hadiah spesial di hari-hari yang spesial. Semenjak membuka usaha ini banyak

sekali orderan yang datang per harinya bahkan pemilik kariyaflorist ini mengatakan pernah dalam sehari menerima orderan sampai 100 buket bunga. Selain itu ternyata kariya florist ini juga bisa mengantar buket bunga hingga ke Banda Aceh dikarenakan toko kariyaflorist ini memakai kecanggihan teknologi yakni dengan memiliki instagram yang dapat menjangkau hingga keluar area dari Kota Sigli dan pastinya menggunakan sistem jual online yang dapat memudahkan pembeli dalam membeli buket bunga ini. Kariyaflorist mengatakan ide untuk membuka usaha kreatif ini bermula ketika sekarang sedang marak-maraknya untuk memberikan hadiah pada kerabat atau keluarga di acara yang spesial seperti sidang, wisuda, ulang tahun dan acara spesial lainnya (Wawancara dengan Kriya Florist, 30 Agustus 2021).

Adapula wawancara dilakukan dengan beberapa karyawan dari Kariyaflorist ini yaitu yang pertama Miftah yang mengatakan bahwa usaha ini sangat bergantung pada keterampilan mulai dari keterampilan merangkai bunga sampai pengemasan bunganya semua butuh keterampilan. Miftah mengatakan bahwa dengan adanya usaha ekonomi kreatif ini sangat membantu untuk menambah penghasilannya dan juga meningkatkan keterampilan merangkai bunga yang sedari dulu sudah menjadi hobinya (Wawancara dengan Miftah, 30 Agustus 2021).

Kemudian karyawan Kariyaflorist yang kedua adalah Sari Maulida yang mengatakan bahwa diawal ia bekerja harus mengikuti pelatihan terlebih dahulu agar produk buket bunga yang dihasilkan akan sesuai dengan ciri khas yang ada dalam usaha Kariyaflorist ini. Sari Maulida juga mengatakan bahwa ia juga diajari caranya untuk memasarkan

atau mempromosikan usaha ini melalui media sosial atau secara online. (Wawancara dengan Sari Maulida, 3 September 2021).

Beberapa pelaku usaha diatas sangat memperhatikan dengan baik perkembangan teknologi karena menurut mereka dengan paham teknologi seperti media sosial untuk pemasaran membuat usaha atau produk yang mereka jual lebih mudah dikenal dan dipasarkan dengan jangkauan yang lebih luas. Hal tersebut sejalan dengan Penelitian Rachman (2019) berjudul "Pengembangan Industri Kreatif berbasis media digital di Surabaya dalam Perspektif Islam" yang menyimpulkan bahwa pemanfaatan media digital dalam industri kreatif sangat membantu masyarakat Surabaya dalam mengembangkan ide dan inovasi mereka sehingga dapat terciptalah suatu produk yang bernilai jual guna untuk meningkatkan penghasilan masyarakat Surabaya.

Sementara itu selain bermanfaatnya teknologi atau media digital dalam keberhasilan usaha ekonomi kreatif, ada pula hal yang tak kalah penting yang pastinya ini adalah awal mula dimulainya sebuah usaha ekonomi kreatif yakni ide, inovasi dan kreativitas seperti yang dilakukan oleh nabila dengan membuka usaha mini cake dapur nabila di Banda Aceh. Nabila mengatakan "bahwa yang pertama sekali harus dimiliki adalah ide yang kreatif untuk membuat sebuah cake dengan ukuran kecil dan dihias sedemikian rupa agar hasilnya cantik dengan nuansa minimalis".

Pembuatan cake ini juga dilakukan nabila dengan beberapa kerabatnya yang sama-sama membantu dalam membuka usaha tersebut dan belum membutuhkan pegawai atau karyawan tambahan untuk saat ini dikarenakan masih bisa dijangkau dengan teman-temannya. Selanjutnya

untuk pemasaran nabila tetap memakai media digital atau media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp, dan sebagainya. Menurutnya hal ini lebih memudahkan penjualan bahkan tanpa mereka harus membuka toko khusus dan bisa dilakukan di rumah (Wawancara dengan Nabila, 30 Agustus 2021).

Dikarenakan usaha mini cake adalah salah satu usaha kuliner yang didirikan oleh nabila berada dikawasan Aceh yakni Banda Aceh sudah pasti terjaga dari segi kehalalannya, nabila juga mengatakan dia pasti akan memilih bahan-bahan untuk pembuatan kue ini yang terjamin kehalalannya dan memang di Aceh yang menjunjung tinggi nilai Islam jadi semua produk terutama makanan sudah pasti berlabel Halal dan sudah berbasis syariah. Namun hal ini berbeda dengan Penelitian Harjawati (2020) berjudul "Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten" yang menyimpulkan bahwa di Propinsi Banten, Perkembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah masih di tahap menyusun rancangan regulasi dan kebijakan kawasan industri Halal. Tapi secara tidak langsung sektor fashion (baju muslim) dan kuliner teknik pelaksanaannya sudah berjalan, meskipun belum berlabel halal dan belum ada payung regulasinya.

Putri Balqis dengan usaha ekonomi kreatifnya berjenis Dessert Box yang berada di kawasan kota Sigli kabupaten Pidie. Pada saat melakukan wawancara, Putri Balqis mengatakan bahwa "Awal mula ide membuka usaha dessert box ini adalah pada saat melihat banyaknya peminat dessert box sekarang ini apalagi di Instagram sudah banyak terdapat toko dessert box di berbagai daerah mulai dari dessert box rumahan

sampai dessert box mewah ala cafe, tetapi tidak dengan daerah yang ia tempati di kota sigli masih sangat minim yang menjual cake yang bernama dessert box ini jadi dengan tekad dan inisiatif sendiri putri balqis mencoba untuk membuka usaha dessert box tersebut yang telah dimulai sejak tahun 2019 sampai sekarang dan Alhamdulillah sudah banyak perkembangannya”. Untuk membuka usaha dessert box ini awalnya Putri Balqis merasa banyak tantangannya dikarenakan bahan-bahan dessert box yang terbilang cukup rumit dan terkadang ada beberapa bahan yang tidak ditemukan di daerah kota sigli sehingga harus memesan keluar daerah atau secara online. Hasil wawancara ini menyimpulkan bahwa usaha ekonomi kreatif yang dijalankan sangat membantu Putri Balqis untuk mendapatkan penghasilan tambahan dan juga bisa membantu mengembangkan usaha ekonomi kreatif yang ada di Aceh serta Poin penting dalam usaha kuliner ekonomi kreatif ini harus diingat bahwa ini adalah 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 (Wawancara dengan Putri Balqis, 30 Agustus 2021).

Kemudian beralih ke usaha ekonomi kreatif di bidang kerajinan (*craft*) dan desain. Kerajinan atau *craft* ini adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin. Biasanya berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Sedangkan desain adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas

perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Dalam hal ini ada beberapa usaha ekonomi kreatif mengenai kerajinan yang telah diwawancarai yang pertama ada sebuah usaha Gift Box by Cut Siska yang berlokasi di Banda Aceh tetapi pemasarannya bisa ke seluruh Aceh bahkan sampai keluar provinsi Aceh. Gift box ini juga sedang tren dikalangan masyarakat karena dengan adanya gift box ini kita tidak perlu susah payah untuk merangkai dan mempersiapkan hadiah untuk seseorang, hanya perlu memesan gift box dengan isi dan desain yang diinginkan maka akan dijadikan sebuah hadiah yang paling bermakna dan berkesan untuk orang-orang terdekat (Wawancara dengan Cut Siska, 02 September 2021).

Dalam membuat gift box ini Cut Siska mengatakan “awal mula dalam membuat gift box ini dibutuhkan keterampilan yang baik dan juga memerlukan banyak latihan untuk merangkai sebuah box menjadi gift box yang menarik dan indah. Hal yang utama yang paling penting adalah memiliki ide yang kreatif serta harus rajin-rajin latihan untuk mendesain model gift box agar beragam atau bervariasi untuk menghindari model gift box yang membosankan”. Berbeda dengan usaha kuliner gift box ini lebih mudah untuk dipasarkan ke berbagai daerah karena produk gift box ini terbilang produk yang bertahan lama hanya saja pada saat pengemasan harus dikemas seaman mungkin agar tidak mudah rusak ketika dalam proses pengiriman ke tempat tujuan. Cut Siska mengatakan “biasanya produk yang ada dalam gift box adalah produk seperti produk fashion, make up dan skincare, peralatan rumah tangga, dan produk lain yang sejenisnya”. Hasil

dari wawancara ini ialah usaha ekonomi kreatif membutuhkan keterampilan yang baik dan perlu adanya latihan sesering mungkin agar dapat terbiasa dalam menghasilkan produk yang hasilnya memuaskan, setelah itu semua didapatkan maka akan dengan mudah usaha ekonomi kreatif ini dijalankan dan dikembangkan sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya (Wawancara dengan Cut Siska, 02 September 2021).

Usaha ekonomi kreatif berikutnya yang telah dilakukan wawancara adalah usaha yang serupa dengan usaha gift box by Cut siska yaitu usaha Hampers yang dikelola oleh kak Rara. Usaha hampers ini bisa dibilang sama dengan gift box tetapi yang membedakannya adalah gift box biasanya diberikan kepada orang-orang terdekat sebagai hadiah sementara hampers biasa diberikan kepada keluarga atau orang-orang terdekat pada saat hari-hari besar seperti Idul Fitri, pernikahan, Maulid Nabi, dan sejenisnya. Hampers juga terbilang hadiah dalam bentuk besar dan untuk desain serta isi dari hampers lebih spesial dan harganya yang juga lebih mahal dari pada gift box tergantung isian dan desain yang diminta oleh pelanggan. Kak Rara mengatakan "Untuk membuat hampers awalnya lebih membutuhkan modal yang lumayan besar dikarenakan hampers desainnya yang lebih spesial dan mewah yang membuat harga hampers dari bahan-bahannya lebih mahal". Hampers yang tersedia di sini bisa dalam bentuk makanan seperti kue kering, cemilan coklat, barang-barang fashion, bahkan kebutuhan sehari-hari seperti sabun, shampo, dan sejenisnya juga bisa dijadikan sebagai hampers tergantung permintaan konsumen. Untuk pemasaran hampers kak Rara mengatakan "Usaha

hampers ini memang bertempat di Sigli dan Meulaboh akan tetapi tidak perlu khawatir karena bisa dijangkau untuk seluruh Aceh karena kami memiliki official instagram yang bisa langsung dipesan langsung melalui contact person yang tertera di instagram kami dan setelah proses perangkaian hampers selesai akan dikirimkan ke alamat tujuan" (Wawancara dengan Rara, 02 September 2021).

Selain melihat perkembangan yang ada pada ekonomi kreatif berbasis teknologi di Aceh, kita juga harus memperhatikan dan menerapkan strategi pada prinsip Syariah, dikarenakan di dalam agama Islam segalanya sudah diatur tidak terkecuali dalam hal perdagangan seperti usaha ekonomi kreatif ini yang juga memerlukan strategi dalam prinsip Islam.

Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi di Aceh Dengan Tetap Menerapkan Strategi Untuk Prinsip Syariah

Dari wawancara dengan pelaku usaha ekonomi kreatif dengan usaha gift box dan hampers terdapat kesamaan dari pendapat pemilik usaha tersebut yaitu dari strategi pengembangan barang yang mereka lakukan yaitu selalu mengganti ide-ide desain maupun produk-produk yang dipakai agar memiliki variasi dan tidak membosankan. Selain itu mereka juga selalu mengatur strategi untuk menghadapi persaingan di zaman teknologi ini. Sukirno (2004) dalam bukunya berjudul *Pengantar Bisnis* mengatakan untuk dapat menghadapi persaingan dan terus beroperasi, perusahaan atau pelaku usaha harus selalu memperhatikan kedudukan barang yang dipromosikannya, serta yang lebih penting bagian pemasaran harus memikirkan jenis barang baru

yang perlu diciptakan dan sesuai dengan perkembangan teknologi, perubahan keinginan konsumen, perubahan kegiatan ekonomi, dan peningkatan pendapatan.

Setelah selesai dengan strategi pengembangan barang, menurut pelaku usaha ekonomi kreatif yang telah peneliti wawancarai mereka mengatakan bahwa penting juga memperhatikan strategi pendistribusian barang apalagi dimasa yang serba teknologi seperti sekarang ini. Adanya konsep *marketing mix* yang didalamnya terdapat istilah *Place* yang bermakna barang yang didistribusikan ke berbagai tempat. Jenis perusahaan yang beraneka ragam atau pelaku usaha menghasilkan produk/jasa dimana pasarnya menyebar di berbagai pelosok kota, daerah, bahkan negara. Distribusi terhadap produk harus dilakukan secara efisien baik singkatnya waktu maupun minimnya biaya. Maka dari itu untuk mempermudah penjualan dan juga promosi produk yang dijual mereka memakai strategi pendistribusian barang dengan cara menggunakan teknologi dalam platform digital seperti website atau media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, dan lainnya).

Dalam menjalankan strategi tersebut yang juga perlu diperhatikan adalah penerapan syariahnya juga harus ada didalam melaksanakan strategi diatas. Para pelaku usaha ekonomi kreatif juga telah memperhatikan bahwa dalam memenuhi strategi pemasaran harus adanya kejujuran dalam menjalankan usaha yang dimana sesuai dengan yang telah dijelaskan dalam Q.S Asy-Syu'ara, ayat 181-184 dan Q.S Al-An'am Ayat 152:

Artinya: *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kalian merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kalian merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kalian dan umat-umat yang dahulu (Q.S Asy-Syu'ara, ayat 181-184).*

Artinya: *Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat (Q.S Al-An'am Ayat 152).*

Melihat Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi di Aceh dari Perspektif Syariah Islam

Perkembangan ekonomi kreatif seharusnya tidak hanya dilihat dari perkembangan usahanya saja tetapi akan lebih baik jika diterapkan lagi dalam nilai syariah agar usaha yang dijalankan diberikan keberkahan oleh Allah SWT. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Maidah ayat 88:

Artinya: *“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (Q.S Al-Maidah: 88).*

Ekonomi Islam yang ada di Aceh memang sudah bisa dikatakan sepenuhnya diterapkan didalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya. Hal ini dikarenakan Aceh sangat ketat dalam memberlakukan prinsip Syariah dibuktikan dengan adanya Qanun yang mengatur kehidupan

beragama Islam di Aceh, termasuk juga di lingkup ekonomi kreatif di Aceh yang memang harus mengikuti ketentuan-ketentuan syariah seperti kehalalan produk, terhindar dari unsur ketidakjelasan (gharar) dan riba, serta mengikuti petunjuk jual beli yang dianjurkan dalam Islam. Dalam wawancara yang sudah dilakukan dengan beberapa pelaku usaha ekonomi kreatif mengatakan hal yang sama bahwa mereka mempertahankan unsur Islami dalam mengelola usaha tersebut yaitu menghindari riba, berdagang dengan penuh kejujuran, menjamin kehalalan produk dan menghindari unsur ketidakjelasan, karena dengan begitu akan terhindar dari hal-hal yang buruk serta diberikan keberkahan oleh Allah SWT dalam mengelola usaha mereka serta dapat menerapkan prinsip maqashid syariah didalamnya yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga pikiran, menjaga harta, dan menjaga keturunan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif berbasis teknologi di Aceh memiliki potensi yang kuat untuk menunjang pertumbuhan ekonomi yang ada di Aceh, dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang sudah mulai menciptakan kreasi dengan ide dan inovasi kedalam sebuah usaha atau bisnis, hal ini tidak dilakukan oleh kalangan tertentu saja bahkan para muda-mudi sudah sangat banyak membuka usaha yang menarik dan banyak diantara mereka membuka bisnis kreatif ini dengan keadaan masih bersekolah atau kuliah. Kesempatan ini mereka pergunakan untuk membantu biaya pendidikan dan meringankan beban orang tua. Selain itu dengan adanya bisnis atau usaha dari ekonomi

kreatif ini dapat mengurangi angka pengangguran yang ada di Aceh jika ekonomi kreatif ini terus berkembang serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan membuka usaha yang didasarkan dari ide dan kreatifitas dari para pelaku usaha.

Dalam membangun sebuah bisnis atau usaha ekonomi kreatif oleh masing-masing pelaku usaha ekonomi kreatif yang ada di Aceh mereka selalu menerapkan prinsip-prinsip syariah yang telah dianjurkan dalam Islam mulai dari memproduksi, mengelola, hingga memasarkan produk para pelaku usaha ekonomi kreatif ini selalu berpedoman pada ketentuan-ketentuan syariah. Strategi yang selalu dibutuhkan dan sangat bagus untuk dikembangkan dalam membangun usaha ekonomi kreatif di Aceh adalah dengan menggunakan strategi pengembangan barang/ usaha dan strategi pendistribusian barang. Strategi tersebut telah mencakup keseluruhan dari usaha ekonomi kreatif berbasis teknologi yang ada di Aceh serta sangat membantu proses pengembangan usaha bagi para pelaku usaha ekonomi kreatif. Model pengembangan ekonomi kreatif dapat juga di kolaborasikan dengan strategi pengembangan usaha tersebut meliputi: Aspek industri, teknologi, Sumber Daya, Institusi, Lembaga Keuangan. Sedangkan strategi pendistribusian barang dapat dikolaborasikan dalam teknologi seperti proses mendistribusikan barang menggunakan platform atau media online dan sejenisnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Al-Qur'an dan terjemahannya. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro
- Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. (2016). *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Statistik Ekonomi Kreatif*. Nanggroe Aceh Darussalam: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Pertumbuhan Ekonomi Aceh Triwulan II-2020*. Aceh: Badan Pusat Statistik.
- Cut Siska, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 02 September 2021.
- Department Of Cultural, Media, and Sport (DCMS). (2014). *Creative Industries: Focus on Employment*.
- Dian Sari & Puput, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 27 Agustus 2021.
- Farah, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 30 Agustus 2021.
- Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten, *Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 187-206.
- Hidayat, AR. R. T., & Asmara, A. Y. (2017). Creative industry in supporting economy growth in Indonesia: Perspective of regional innovation system, *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 70 012031, 1-10.
- Kriya Florist, Usaha Ekonomi Kreatif, 30 Agustus 2021.
- Laksana, T. G. (2018). Rencana pemanfaatan teknologi informasi dalam menumbuhkan wirausaha kreatif berbasis nilai syariah di IT Telkom Purwokerto, seri 8, 311-319.
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). (2009). *Rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif 2009-2015*.
- Maulina Irwandi, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 26 Agustus 2021.
- Miftah, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 30 Agustus 2021.
- Mita Ajrina, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 26 Agustus 2021.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nabila, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 30 Agustus 2021.
- Nila Kanti, Kabid PIMA Disperindag Aceh, 25 Agustus 2021.
- Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 2 Tahun 2006. *Pemberdayaan masyarakat di bidang teknologi informasi dan sistem informasi Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam*.
- Rachman, R. F. (2019). Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital di Surabaya dalam Perspektif Islam, *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 10(2), 157-176.
- Rahma, Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif, 3 September 2021.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Sunanik. (2013). Penguatan ekonomi kreatif dan inovatif berbasis sumberdaya desa Besuki DI, Kecamatan Besuki Tulungagung, *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 1(1), 20-27.
- Turmudi, M. (2017). Produksi dalam perspektif ekonomi Islam, *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 18(1), 37-56.
- United Nations Conference On Trade and Development (UNCTAD). (2020). *Creative Economy Programme*.