e-ISBN: 978-602-450-211-9
p-ISBN: 978-602-450-210-2

PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF MELALUI PEMBERDAYAAN ETIKA BISNIS YANG ISLAMI

Moh. Indra Bangsawan[1*], Resky Gustiandi Candra Imansyah[2]
[1]Faculty of Law, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia.
[2]Faculty of Law, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia.
[*] E-mail: mibsambi@gmail.com

ABSTRAK

Islam adalah agama yang didalamnya mengatur berbagai etika bisnis sebagai tolak ukur untuk menjalankan sebuah strategi perusahaan atau usaha bisnis lainnya. Dengan adanya etika bisnis yang Islami yang bercirikan ethics, diharapkan dapat hadir sebagai solusi bagi sistem dan aktivitas perekonomian melalui perwujudan aspek-aspek nilai etis. Permasalahan yang akan muncul disini adalah bagaimana peran penting agama Islam dalam pemberdayaan etika bisnis yang Islami serta pemberdayaan etika bisnis tersebut guna mengembangkan bisnis industri kreatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah studi kepustakaan. Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk menegaskan perlunya 1). peran agama, dalam hal ini agama Islam dalam pemberdayaan etika bisnis yang Islami, sehingga dapat mengembangkan bisnis industri kreatif di Indonesia, 2). Mendeskripsikan gambaran pertumbuhan industri kreatif di Indonesia. 3). Memberikan gambaran pengembangan bisnis industri kreatif melalui pemberdayaan etika bisnis yang Islami

Kata kunci : etika bisnis, industri kreatif, pemberdayaan etika bisnis Islami.

ABSTRACT

Islam is a religion which regulates a wide range of business ethics as a benchmark to run a corporate strategy or other business ventures. With the existence of ethical business ethics that is characterized by ethics, is expected to be present as a solution for the system and economic activity through the realization of aspects of ethical value. The problems that will arise here is how the important role of Islam in the empowerment of Islamic business ethics and empower it to develop the business of creative industries. The research method used in this paper is literature study. The purpose of this study is to confirm the need for 1). the role of religion, in this case Islam through empowerment of Islamic business ethics, so as to develop the business of creative industries in Indonesia, 2). to describe the growth of creative industry in Indonesia. 3). provide an overview of creative industry business development through empowering Islamic business ethics.

Keywords : business ethics, creative industries, empowering Islamic business ethics

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan populasi 237 juta orang mencapai pertumbuhan rata-rata ekonomi 5,9% selama tahun 2008-2014 (Kementerian koordinator bidang perekonomian; 2013). Pada Bulan September Tahun 2015, pemerintah Indonesia telah membuat 12 paket kebijakan ekonomi. Rangkaian paket kebijakan ekonomi tersebut bertujuan untuk menggairahkan kembali perekonomian di Indonesia. Beberapa paket kebijakan dibuat antara lain untuk menyederhanakan birokrasi, menghapus peraturan yang menghambat, menurunkan tarif, menyesuaikan dengan praktik internasional, serta memberikan insentif

kepada UMKM. Sehingga diharapkan pertumbuhan ekonomi tahun 2017 diperkirakan mencapai 5,3 persen.

Perkembangan pembangunan industri kreatif di Indonesia masuk sebagai salah satu strategi pembangunan ekonomi nasional. Industri kreatif menciptakan kegiatan ekonomi yang disebut ekonomi kreatif. Dalam perkembangannya, industri kreatif semakin berpotensi dan trend kebutuhan pasar semakin meningkat hal tersebut dibuktikan konstribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional dengan pertumbuhan ekonomi kreatif rata-rata di atas pertumbuhan ekonomi nasional yaitu 5.76%, share Produk Demestik Bruto (PDB) 7.05 %, dan penyerapan tenaga kerja sebesar 10.7% pada tahun 2013 (Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015-2019). Indonesia dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan bisnis industri kreatif bukanlah sebuah kemustahilan, hal ini didasarkan atas peluang Indonesia dalam pengembangan industri kreatif, yaitu : 1). Bonus Demografi Hingga Tahun 2035, Pada tahun 2030, jumlah penduduk usia produktif diperkirakan di atas 60% dan 27% di antaranya adalah penduduk muda dengan rentang usia 16-30 tahun. Penduduk muda Indonesia berpotensi menjadi Creative Class. 2). Perkembangan Gaya Hidup Digital, akses teknologi informasi dan komunikasi sudah menjangkau lebih dari 90% populasi Indonesia. 3). Peningkatan Jumlah Kelas Menengah, Pada tahun 2030, diperkirakan 135 juta penduduk Indonesia akan memiliki penghasilan bersih (net income) di atas US$ 3.600 sebagai konsumen ekonomi kreatif. 4). Meningkatnya Permintaan Produk Kreatif, Peningkatan di pasar global terutama produk berbasis media dan ICT (content industry). 5). Potensi Kekayaan Alam dan Budaya, Indonesia memiliki international cultural heritage, serta kekayaan dan keindahan alam sebagai "bahan baku" ekonomi kreatif.

Akan tetapi, perkembangan di bidang industri, teknologi produksi, informasi, dan manajemen tidak dapat mencapai hasil yang maksimal apabila tidak diikuti kesadaran moral dan intelektual pelakunya. Sebagai contoh, sejak 1970-an dunia menyaksikan berbagai skandal bisnis dan kontroversi sebagai dampak beroperasinya bisnis, terutama bisnis skala besar, yang sangat merugikan masyarakat. Berbagai forum dan gerakan yang menyuarakan moralitas dalam berbisnis pun makin nyaring terdengar. Sejalan dengan itu, etika bisnis sebagai bidang studi berkembang dengan cepat, dimulai di AS dan beberapa tahun ini mulai ke Indonesia. Krisis yang dialami oleh bangsa Indonesia dewasa ini pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai krisis kredibilitas yang berakar pada krisis integritas moral. Kepercayaan masyarakat dan dunia luar terhadap elite politik dan elite ekonomi orde baru dan sisa-sisanya menjadi berkurang karena perilaku kurang bertanggung jawab yang telah menimbulkan kerugian amat besar pada masyarakat dan dunia luar. Krisis ekonomi dan krisis

e-ISBN: 978-602-450-211-9
p-ISBN: 978-602-450-210-2

multidimensi di Indonesia yang terjadi sejak 1997 sebenarnya bersumber kepada satu hal, yaitu tidak dirumuskannya "etika" dimana etika memegang peran sentral sebagai paradigma praktik penyelenggaraan negara salah satunya dalam bidang ekonomi yaitu dalam bisnis. Kredibilitas dan kesuksesan bangsa Indonesia dalam bisnis internasional juga ikut ditentukan oleh sejauh mana bisnis kita memahami dan mengantisipasi perkembangan itu. Dengan kata lain, usaha keluar untuk keluar dari badai krisis yang sedang dialami oleh bangsa Indonesia dewasa ini melibatkan pula peningkatan kinerja etis dalam perilaku bisnis.

Peranan agama di Indonesia memiliki andil yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini dinyatakan secara jelas dalam Pancasila sebagai ideologi bangsa Indonesia sila pertama "Ketuhanan Yang Maha Esa". Peranan agama sehubungan dengan perkembangan kehidupan manusia, Djatmoko tidak ragu-ragu menyatakan agama merupakan faktor utama yang berperan dalam mewujudkan pola-pola persepsi dunia bagi manusia persepsi-persepsi itu ikut mempengaruhi perkembangan dunia dan jalannya sejarah. Sebaliknya sejarah juga melaksanakan perubahan dan penyesuaian terus-menerus terhadap pola-pola persepsi tadi, utamanya di lingkungan masyarakat yang sedang berubah dengan pesat. Tentunya, persepsi itu ada relevansinya dengan aktivitas keduniaan yang dimotivasi oleh sistem keyakinan agama (Asifudin, dkk, 2004).

Indonesia dalam upaya memperbaiki moralitas khususnya dibidang bisnis industri kreatif, mestinya perlu dikaitkan dengan usaha memperbaiki moralitas bangsa, karena dalam kegiatan bisnis membutuhkan kesadaran moral yang semakin tinggi, tidak hanya untuk kepentingan pihak-pihak yang langsung terlibat dalam kegiatan bisnis, tetapi bagi kesejahteraan dan keadilan antar bangsa, untuk generasi sekarang maupun masa mendatang atau pembangunan berkelanjutan bagi seluruh bangsa dan negara, yaitu salah satunya dengan memberdayakan etika bisnis yang Islami berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai *the way of life* yang memberikan arah, petunjuk, dan aturan-aturan (syariat) pada semua bidang kehidupan, termasuk pada ekonomi dalam hal ini bisnis industri kreatif sebagai bagian dari muamalah, sebagaimana yang difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 185 yang memiliki arti bahwa Al-Qur'an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang haq dan yang bathil).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk menegaskan perlunya 1). peran agama, dalam hal ini agama Islam dalam pemberdayaan etika bisnis yang Islami, sehingga dapat mengembangkan bisnis industri kreatif di Indonesia, 2). Mendeskripsikan gambaran pertumbuhan industri kreatif di Indonesia. 3). Memberikan

gambaran pengembangan bisnis industri kreatif melalui pemberdayaan etika bisnis yang Islami.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kajian pustaka berdasarkan data atau bahan yang didapat dari perpustakaan terdiri dari sumber acuan umum yang terdiri atas teori-teori yang berbentuk buku-buku, ensiklopedia dan lain-lain, serta sumber acuan khusus yaitu teori-teori yang berbentuk penelitian jurnal dan lain sebagainya. Tipe kajian dalam peneltian ini bersifat deskriptif, karena bermaksud untuk menggambarkan secara jelas tentang berbagai hal yang terkait dengan objek yang diteliti, yaitu industri kreatif di Indonesia. langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu: pertama, mengindentifikasi literatur sepertu buku, jurnal dan hasil penelitian ilmiah lain yang relevan dengan topik yang dibahas. Kedua, membuat peta konsep dengan mencermati konten dari sumber data hasil indentifikasi dan mencatatnya. Ketiga, adalah mengorganisir data yang tersedia untuk dipaparkan secara lengkap dalam sebuah karya tulis yang sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Penting Agama Islam dalam Pemberdayaan Etika Bisnis yang Islami

Bidang ekonomi merupakan tempat asal sekularisasi terutama dalam sektor-sektor perokonomian yang sedang dibentuk oleh proses-proses kapitalistik dan industrialisasi (Ainun, 1995). Di Indonesia, khususnya di lingkungan pelaku ekonomi, keberadaan etika bisnis tampaknya masih merupakan suatu konsep. Menurut I.S Susanto, dimensi etik di kalangan bisnis sangat tipis bahkan terabaikan (Susanto, 1995). Dalam suatu negara yang masyarakatnya beragama, mempunyai ideologi Pancasila dan masih menjunjung nilai moral kondisi tersebut nampak sangat memprihatinkan. Ada beberapa hal yang menyebabkan makin pentingnya peranan agama Islam terhadap etika bisnis yang diterapkan secara benar, termasuk didalamnya sektor publik atau pemerintah, maupun sektor korporat pada umumnya (Latief, 2006) Hal-hal tersebut meliputi:

1. Merosotnya Moralitas Bangsa-Bangsa;

   Menilai praktik bisnis yang dijalankan selama ini masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerapkali diwarnai praktik-praktik bisnis tidak terpuji atau moral hazard. Korupsi, kolusi, dan nepotisme yang semakin meluas di masyarakat yang sebelumnya hanya di tingkat pusat dan sekarang meluas sampai ke daerah-daerah, dan meminjam istilah guru bangsa yakni Gus Dur, korupsi yang sebelumnya di bawah meja,

e-ISBN: 978-602-450-211-9
p-ISBN: 978-602-450-210-2

sekarang sampai ke meja-mejanya dikorupsi adalah bentuk moral hazard di kalangan elit politik dan elit birokrasi. Hal ini mengindikasikan bahwa di sebagian masyarakat kita telah terjadi krisis moral dengan menghalalkan segala macam cara untuk mencapai tujuan, baik tujuan individu memperkaya diri sendiri maupun tujuan kelompok untuk eksistensi keberlanjutan kelompok (Rukmana, 2004). Dalam Islam dikenal yang namanya maqashid larangan Risywah atau Suap. Pada umumnya Risywah tersebut dalam bentuk melakukan sesuatu yang dilarang oleh hukum yang berlaku atau untuk mempercepat mendapatkan sesuatu yang seharusnya didapatkan kemudian, suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai tindakan Risywah jika dilakukan kedua belah pihak secara sukarela. Jika hanya salah satu pihak yang meminta suap dan pihak lain tidak rela atau dalam keadaan terpaksa atau hanya untuk memperoleh haknya maka itu bukan termasuk Risywah melainkan tindakan pemerasan. Risywah diharamkan menurut Islam sesuai dengan nash dalam Al-Quran surah Al-Nisa ayat 29, yang artinya "Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu" (Achmad, 2005).

2. Peran Kegiatan Bisnis Makin Penting;

   Dengan semakin berkembangnya kegiatan bisnis di Indonesia ditambah pesatnya arus globalisasi membutuhkan berlakunya hukum positif, juga diperlukan standar moral yang jelas, agar terdapat keseimbangan antara pelaku bisnis yang kuat dengan pelaku bisnis yang lemah. Oleh karena itu, Solusi yang ditawarkan dalam konsep Islam adalah kerjasama mudharabah, musyarakah ataupun murabahah (Oktariani, 2013) yang pembagian keuntungannya didasarkan kerja nyata, bukan prediksi berupa dipastikannya keuntungan sesuai dengan berjalannya waktu dengan persentase tertentu, seperti instrumen interest (bunga) dalam ekonomi konvensional. Sistem ekonomi Islam lebih bercirikan ethics, dimana dalam sistem ekonomi seperti ini, Seluruh aktivitas ekonomi berkaitan dengan perwujudan aspek-aspek nilai etis tersebut, juga ketika dihadapkan dengan tantangan-tantangan ekonomi (Jusmaliani, 2008).

3. *Trust* Sebagai Syarat Utama;

   Trust atau saling mempercayai merupakan syarat utama dalam kegiatan bisnis, Para pemeran bisnis telah lama menyadari bahwa pada kenyataannya hubungan bisnis tidak akan berjalan baik bila tidak ada cukup sikap saling mempercayai. Bahkan munculnya kalangan-kalangan pelaku bisnis eksklusif berdasarkan penggolongan etnis bermula pada hubungan saling percaya yang telah dijalin dengan hubungan hutang budi di masa-

masa sebelumnya (Robby, 1995). Trust atau kepercayaan akan sangat menghemat biaya produksi dan distribusi barang dan jasa/efisiensi biaya yang termasuk bagian penting untuk meningkatkan daya saing. Dalam Islam Nabi Muhammad Saw mengajarkan bahwa kepercayaan merupakan modal utama dalam berbisnis karena ia memulai bisnisnya dengan modal kerja tanpa bermodalkan harta benda. Etika transedental banyak ditemukan dalam ajaran Islam dan tak terkecuali beberapa Bahasan tentang kepercayaan, karena risalah Islam disebarkan di atas nama besar al-amin yang melekat dalam diri Muhammad Saw (Yunia, 2013).

4. Bisnis Mempertaruhkan Segalanya;

   Kegiatan bisnis mempertaruhkan segalanya, harga diri, nama baik, selain tentunya menguntungkan baik dalam arti materi non materi. Pembangunan di Indonesia diarahkan pada pemunculan kantong-kantong ekonomi yang dikuasai oleh pihak tertentu (konglomerasi) yang diharapkan akan memberikan tetesan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat atau sektor ekonomi yang ada dibawahnya (trickle down effect) ternyata hanya isapan jempol belaka. Justru sektor bisnis yang besar dan maju tersebut semakin menumpuk modal bahkan menyerap modal dari masyarakat kelas bawah dan menengah untuk melakukan investasi dalam industri yang dikuasai oleh jaringan bisnis yang mereka kuasai. Memang teorema dalam dunia ekonomi selalu berlaku bahwa sekali manusia berhasil menguasai kegiatan ekonomi tertentu dan berhasil mencapainya dengan baik, maka ia akan selalu mengulanginya di masa-masa yang akan datang. Sama halnya dengan teorema yang dinyatakan oleh Lord Acton yang berkaitan dengan kekuasaan: kekuasaan cenderung korup dan kekuasaan yang absolut maka korupsi juga akan terjadi secara absolut. Berbeda halnya dalam pelaku bisnis muslim, tatkala terlibat dalam bisnis mereka sedang terlibat dealing dengan dua pihak: sesamanya (sesama manusia), yang membeli dan menjual serta Sang Khalik, yang menghadirkan padanya prinsip-prinsip equalitas dan keadilan dalam semua tindakan transaksi bisnisnya. Kaum muslimin diharuskan untuk selalu sadar akan adanya sebuah fakta bahwasannya semua investasi dan usaha mereka adalah sarana untuk membuahkan hasil dan keuntungan jangka pendek, yakni keuntungan yang bersifat duniawi, dan keuntungan sikap panjang, yakni yang bersifat ukhrawi (Mustaq, 2003).

5. Etika bisnis di tingkat global;

   Perekonomian global sekarang ini terstruktur dalam *Multi Natioal Corporation* (MNC), kapitalis kaliber transnasional dan kultur ideologi konsumerisme. Jelas sekali bahwa sistem ekonomi neo-liberal penuh dengan berbagai kekurangan yang dapat diikuti

e-ISBN: 978-602-450-211-9
p-ISBN: 978-602-450-210-2

dalam sejarah perkembangan ekonomi dunia sejak tahun 1950-an sampai sekarang ini. Lebih-lebih melihat realita di hampir semua negara khususnya negara berkembang, bahwa kebijakan pembangunan yang mendasarkan konsep liberal membawa banyak malapetaka. Bahwa model pembangunan seperti yang dipromosikan secara besar-besaran oleh IMF dan Bank Dunia dan semua institusi ekonomi dunia kahir-akhir ini tidak sesuai untuk sebagian orang. Aturan main globalisasi dengan paham Neoliberal yang garang terutama berasal dari ajaran "Konsensus Washington" telah menyudutkan peranan negara-negara berkembang termasuk Indonesia. KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme) merupakan jalan pintas para pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan secara tidak bermoral yang merasuk pada birokrasi yang berciri semi-feodal. Bertolak belakang dengan etika bisnis modern, Islam senantiasa memperkuat ajaran-ajaran persaudaraannya dan persamaan sosial bagi semua dengan suatu sistem sosioekonomi yang memenuhi kebutuhan semua orang dengan melihat status mereka sebagai khalifah Allah di muka bumi. Hal itu menuntut adanya suatu distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata serta menegakkan nilai-nilai kehidupan yang harmonis dengan tujuan-tujuannya. Semua sumber daya yang tersedia termasuk deposito Bank, merupakan suatu amanah dari Allah dan harus dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan semua orang: kaya maupun miskin. Promosi konsumsi pamer atau pemenuhan keinginan-keinginan yang tidak dijamin harus diberantas disiplin yang akan diperkenalkan oleh ajaran-ajaran Islam akan mendorong kehidupan dalam nilai-nilai dan secara substansial akan mengurangi keperluan bagi pinjaman publik dan swasta untuk konsumsi pamer dan prestise. Dengan demikian ekspansi moneter dapat dikontrol begitu juga keseimbangan yang lebih baik akan dapat dicapai antara sumber-sumber daya dan penggunaannya tidak saja akan terkawal dari tekanan inflasioner tetapi juga meletakkan fondasi yang lebih kokoh bagi pertumbuhan gradual, tetapi tidak tercela, yang di disain untuk mengurangi pengangguran dan mendorong kesejahteraan umum yang rill (Chapra, 2000).

Peran Pemberdayaan Etika Bisnis yang Islami dalam Pengembangan Bisnis Industri Kreatif.

Indonesia dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan bisnis industri kreatif bukanlah sebuah kemustahilan, hal ini didasarkan atas peluang Indonesia dalam pengembangan industri kreatif (Kemenparekraf, 2014) yaitu:

1. Bonus Demografi Hingga Tahun 2035

Pada tahun 2030, jumlah penduduk usia produktif diperkirakan di atas 60% dan 27% di antaranya adalah penduduk muda dengan rentang usia 16-30 tahun. Penduduk muda Indonesia berpotensi menjadi Creative Class.

2. Perkembangan Gaya Hidup Digital

   Akses teknologi informasi dan komunikasi sudah menjangkau lebih dari 90% populasi Indonesia.

3. Peningkatan Jumlah Kelas Menengah

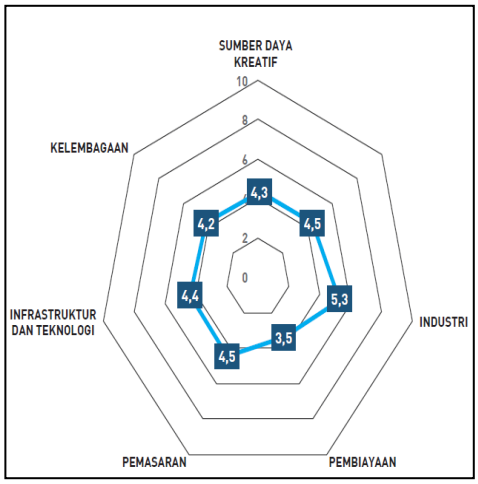
   Pada tahun 2030, diperkirakan 135 juta penduduk Indonesia akan memiliki penghasilan bersih (net income) di atas US$ 3.600 sebagai konsumen ekonomi kreatif.

4. Meningkatnya Permintaan Produk Kreatif

   Peningkatan di pasar global terutama produk berbasis media dan ICT (content industry).

5. Potensi Kekayaan Alam dan Budaya

   Indonesia memiliki international cultural heritage, serta kekayaan dan keindahan alam sebagai "bahan baku" ekonomi kreatif.



Peluang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan industri kreatif yang dimiliki Indonesia di masa yang akan datang akan mengalami keterhambatan karena dimensi daya saing ekonomi kreatif di Indonesia masih lemah. Daya saing ekonomi kreatif nasional masih lemah, yang ditunjukkan oleh rendahnya skor pada tujuh dimensi ekosistem ekonomi kreatif, (Skor tertinggi sebesar 5,3 yaitu pada dimensi pengembangan industri dan terendah sebesar 3,5 yaitu pada dimensi pembiayaan).

Konsep etika bisnis adalah konsep yang didalamnya mengandung prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip tidak berbuat jahat, prinsip keadilan dan prinsip hormat kepada diri sendiri (Keraf, 1993). Konsep etika bisnis dapat dilakukan melalui pemberdayaan Etika Bisnis yang dapat diterapkan dengan pendekatan Etika Bisnis yang Islami. Yang mana poin-poin penting pemberdayaan etika bisnis yang Islami untuk mengembangkan bisnis industri kreatif melalui:

e-ISBN: 978-602-450-211-9
p-ISBN: 978-602-450-210-2

1. Pengaturan Sistem Ekonomi;

   Setiap sistem memiliki aturan-aturan mainnya, jadi pengusaha-pengusaha yang masuk di situ dengan sendirinya mempunyai komitmen terhadap aturan-aturan yang berlaku. Berpegang pada aturan-aturan main itu merupakan suatu syarat untuk mencapai sukses (Berttens, 2003), terutama dalam mengembangkan usaha dibidang industri kreatif. oleh karena itu, dimuatnya aspek spritualitas (Islam) dalam sistem ekonomi neoklasik maupun ekonomi sosialis menyebabkan visi sejahtera yang membentuk keduanya akan bersumber pada aspek materialis dan spritualitas yang artinya spritualitas akan menjadi bahan pertimbangan. Dan berperan sebagai value judgement yang akan menciptakan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Dengan demikian etika bisnis yang Islami harus benar-benar menjadi landasan bagi pelaku usaha dalam upaya untuk memberdayakan para pelaku bisnis.
2. Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis yang Islami pada Praktik-praktik dalam Bisnis;

   Bisnis dituntut untuk mengatur dirinya sendiri. Menurut Gunardi Endro, upaya paling tepat untuk mengatasi persoalan tersebut adalah meredefinisi bisnis sehingga bisnis merupakan tindakan yang bisa dilakukan dengan baik dan persoalan etika diselesaikan justru dari dalam bisnis itu sendiri. Islam menawarkan konsep ekonomi dan perdagangan yang dilandasi nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama (religion based value) yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. Seorang orientalis berkebangsaan Perancis, Raymond Charles, mengatakan bahwa ekonomi Islam telah menggariskan jalan kemajuan tersendiri. Di bidang produksi sangat memuliakan kerja dan mengharamkan segala bentuk eksploitasi. Di bidang distribusi ia menetapkan dua kaidah “bagi masing-masing menurut kebutuhannya”, dan “bagi masing-masing menurut hasil kerjanya”.

KESIMPULAN

Perkembangan pembangunan industri kreatif di Indonesia masuk sebagai salah satu strategi pembangunan ekonomi nasional. Industri kreatif menciptakan kegiatan ekonomi yang disebut ekonomi kreatif. Dalam perkembangannya, industri kreatif semakin berpotensi dan trend kebutuhan pasar semakin meningkat hal tersebut dibuktikan konstribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional. Akan tetapi, perkembangan di bidang industri, teknologi produksi, informasi, dan manajemen tidak dapat mencapai hasil yang maksimal apabila tidak diikuti kesadaran moral dan intelektual pelakunya. Peranan agama di Indonesia memiliki andil yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat karena agama merupakan faktor

utama yang berperan dalam mewujudkan pola-pola persepsi dunia bagi manusia persepsi-persepsi itu ikut mempengaruhi perkembangan dunia dan jalannya sejarah. Memberdayakan etika bisnis yang Islami berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai the way of life akan memberikan arah, petunjuk, dan aturan-aturan (syariat) pada semua bidang kehidupan, termasuk pada ekonomi dalam hal ini bisnis industri kreatif sebagai bagian dari muamalah. Beberapa hal yang menyebabkan makin pentingnya peranan agama Islam terhadap etika bisnis yang diterapkan secara benar antara lain: 1). Merosotnya moralitas bangsa-bangsa, 2). Peran kegiatan bisnis makin penting, 3). Trust Sebagai Syarat Utama, 4). Bisnis mempertaruhkan segalanya, dan 5). Etika bisnis di tingkat global. Oleh karena itu, pengaturan sistem ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang Islami pada praktik-praktik dalam bisnis akan mampu menghadirkan prinsip-prinsip equalitas dan keadilan dalam semua tindakan transaksi bisnis bukan hanya keuntungan jangka pendek yakni keuntungan yang bersifat duniawi, melainkan juga keuntungan jangka panjang, yakni yang bersifat ukhrawi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukurur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan anugerah dan karunianya sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini tentang *Pengembangan Industri Kreatif Melalui Pemberdayaan Etika Bisnis yang Islami*, yang pada hemat kami masih mengandung banyak kekurangan di dalamnya. Dan juga kami berterima kasih kepada panitia penyelenggara acara acara Seminar Nasional seri 7 dengan Tema "Menuju Masyarakat Madani dan Lestari". Kami sangat berharap tulisan ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan kita terutama dalam menggali nilai-nilai keislaman dalam kehidupan ssosial masyaarkat. Kami juga menyadari bahwa dalam tulisan ini ada kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kami berharap adanya kritik, saran dan usulan demi perbaikan penelitian yang telah kami buat di masa yang akan datang, mengingat tidak ada yang sempurna tanpa nasehat yang membangun.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Ali. 2005. "Keterpurukan hukum di indonesia (penyebab dan solusinya)". Bogor : PT. Ghalia Indonesia.

Ahmad Mustaq. 2003. "Etika Bisnis dalam Islam". Jakarta : PT. Pustaka Al-Kautsar.

Asifudin, Ahmad Janan. 2004. "Etos Kerja Islami". Surakarta: Muhammadiyah Press.

Chapra M. Umer. 2000. “Sistem Moneter Islam”. Jakarta : Gema Insani Press dan Tazkia Cendekia.

Dochak latief. 2006. “etika bisnis antara norma dan realitas”. Surakarta : Muhammadiyah University Press.

Faisal afif, 2012. ”Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif” (online), (http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Kewirausahaan-dan-Ekonomi-Kreatif.pdf, di akses pada tanggal 17 April 2017)

Fauzia Ika Yunia. 2013. ”Etika Bisnis Dalam Islam”. Jakarta : PT. Fajar Interpratama Mandiri.

Franz Magnis-Suseno, ”Sekitar Etika Bisnis”, makalah untuk kuliah Etika Bisnis, Institut Manajemen Prasetiya Mulia, Jakarta, Oktober 1991.

I.S Susanto.”Hukum, Etika Politik dan Etika Bisnis”. Kompas. 1 Juni 1995.

Jusmaliani, M.E. 2008. “Bisnis Berbasis Syariah”. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

K. Bertens, 1999. “Etika”. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

K. Berttens, 2003, Keprihatinan Moral, Telaah atas Masalah Etika, Yogyakarta, Kanisius.

Kementerian koordinator bidang perekonomian. 2013. “Pertemuan World Economic Leaders” (online), https://www.ekon.go.id/berita/print/pertemuan-world-economic.1366.html, diakses pada tanggal 17 Oktober 2017)

Marpuji, Ali. 2004. “Etika Bisnis Islami (Tinjauan Terhadap Praktik Monopoli di Indonesia)”. Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 7 No.2.

Nadjib, Emha Ainun. 1995. “Agama Sebagai Roh Bagi Industrialisasi”. Surakarta : Muhammadiyah University Press.

Oktariani, Yesi. 2013,*”Pengaruh pembiayaan musyarakah, mudharabah,* dan *Murabahah* terhadap profit abilitas (Studi kasus pasa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.) (online), *https://blognyaekonomi.files.wordpress.com/2013/06/083403106.pdf*, di akses pada tanggal 15 Oktober 2017).

Robby I. Chandra. 1995. “Etika Dunia Bisnis”., Yogyakarta : Kanisius Yogyakarta.

Rukmana. Etika Bisnis dalam Prinsip Ekonomi Syariah. Makalah Disajikan pada Seminar “Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam” yang Diselenggarakan oleh Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Bandung, sabtu 6 Maret 2004.

Sahroni Oni, Karim A. Adiwarwan. 2015.”Maqashid Bisnis & Keuangan Islam Sintesis dan Ekonomi”. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Sonny Keraf dalam Dochak latief, 2006, etika bisnis antara norma dan realitas, Surakarta, Muhammadiyah University Press UMS.

W. Lawrence Neuman, 2013, "Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitaf , Penerjemah lomloah Edina. T. Sofia, Jakarta : PT. Indeks.