

**PERANAN EKONOMI KREATIF MELALUI MODEL BISNIS
PEMANFAATAN PRODUK KULIT HEWAN SAPI BERBASIS
MAQASHID SYARIAH DI KECAMATAN WARUNGASEM
KABUPATEN BATANG**



**PASCASARJANA PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2025**

**PERANAN EKONOMI KREATIF MELALUI MODEL BISNIS
PEMANFAATAN PRODUK KULIT HEWAN SAPI BERBASIS
MAQASHID SYARIAH DI KECAMATAN WARUNGASEM
KABUPATEN BATANG**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)



Oleh:

IFFA BINTA HERISANDA
NIM. 5421013

Pembimbing:

Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag.
NIP. 19710115 199803 1 005

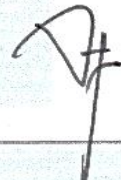
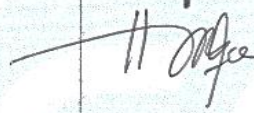
Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.
NIP. 19850405 201903 1 007

**PASCASARJANA PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Iffa Binta Herisanda
NIM : 5421013
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Judul Tesis : PERANAN EKONOMI KREATIF MELALUI
MODEL BISNIS PEMANFAATAN PRODUK
KULIT HEWAN SAPI BERBASIS MAQASHID
SYARIAH DI KECAMATAN WARUNGASEM
KABUPATEN BATANG

Tesis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian
Tesis program Magister.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Pembimbing 1	Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. NIP. 19710115 199803 1 005		27/11/2025
Pembimbing 2	Dr. Ali Muhtarom, M.H.I. NIP. 19850405 201903 1 007		27/11/2025

Pekalongan, 27 November 2025

Mengetahui:
a.n. Direktur,
Ketua Program Studi
Magister Ekonomi Syariah,



Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.
NIP. 19850405 201903 1 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan Judul “PERANAN EKONOMI KREATIF MELALUI MODEL
BISNIS PEMANFAATAN PRODUK KULIT HEWAN SAPI BERBASIS MAQASHID
SYARIAH DI KECAMATAN WARUNGASEM KABUPATEN BATANG” yang disusun
oleh:

Nama : Iffa Binta Herisanda

NIM : 5421013

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada tanggal 01 Desember 2025.

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Sidang	Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. 19710115 199803 1 005		29/12/2025
Sekretaris Sidang	Dr. Ali Muhtarom, M.H.I. 19850405 201903 1 007		29/12/2025
Penguji Utama	Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. 19750211 199803 2 001		24/12/2025
Penguji Anggota	Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I. 19870311 201908 1 001		29/12/25



Mengetahui:

Direktur

Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag.

NIP. 19710115 199803 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister), baik di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekalongan, 20 November 2025

Yang membuat pernyataan,



Iffa Bintia Herisanda

NIM. 5421013

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Š	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Waw	W	We
هـ	ha'	Ha	Ha
ء	hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بهنّ = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل: ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *susul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئىء ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.

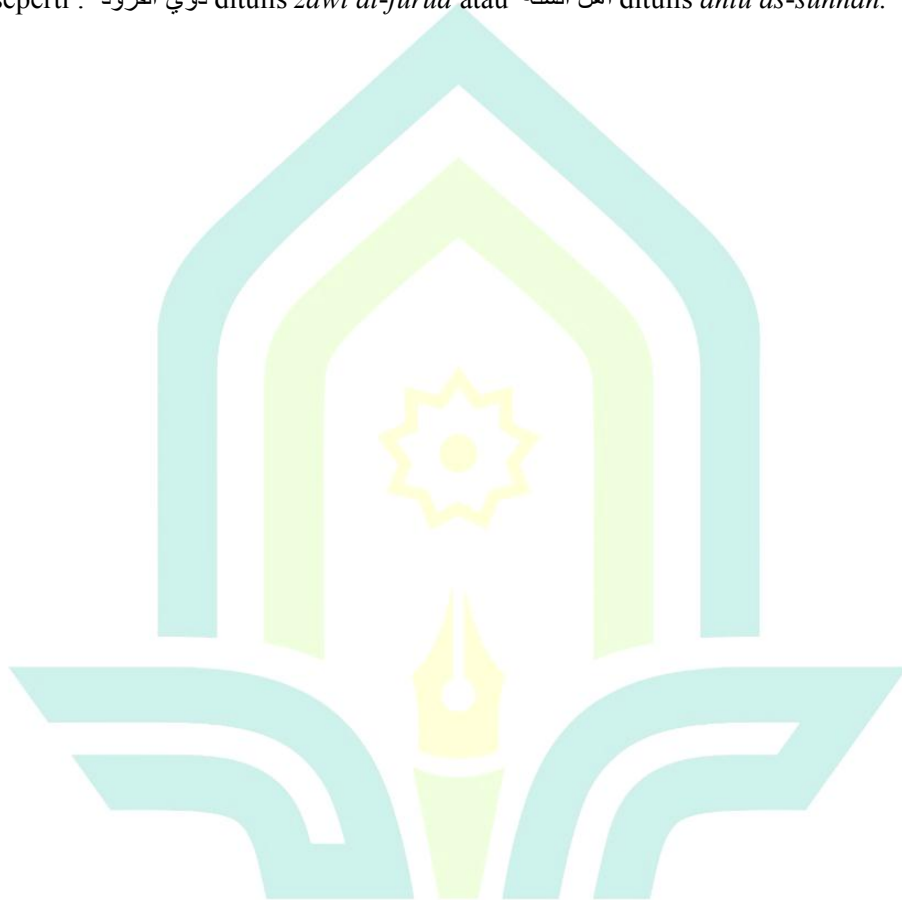
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa* '.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.



MOTTO

“Kreativitas Lahir Dari Hati Yang Lapang Dan Pikiran Yang Jernih.
Keduanya Adalah Anugerah Yang Harus Digunakan Untuk Kebaikan”.
(Imam Ibn Qayyim Al-Jauziyyah)

PERSEMBAHAN

Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dalam usaha dan ketenangan dalam setiap doa, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian tesis ini. Semoga rahmat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi inspirasi dalam setiap langkah bahwa menuntut ilmu adalah ibadah dan amal yang mulia. Dengan segenap ucapan terima kasih, penelitian tesis ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Ibu Siti Nur Badriyatul Istiqomah dan Bapak Hermawan Jatmiko, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang tanpa batas, semangat, dan menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah.
2. Keluarga besar saya, yang senantiasa memberikan dukungan moral dan semangat hingga selesainya penelitian tesis ini.
3. Kepada Dosen Pembimbing I, Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., dan Dosen Pembimbing II, Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I., atas segala bimbingan, arahan, waktu, dan ilmu bermanfaat yang telah diberikan dalam proses penyusunan tesis ini. Semoga segala kebaikan dan keikhlasan menjadi pahala yang berlipat di sisi Allah SWT.
4. Seluruh dosen program studi Magister Ekonomi Syariah atas segala ilmu, motivasi, dan bimbingannya selama masa perkuliahan. Semoga setiap ilmu yang diberikan menjadi amal kebaikan yang terus mengalir pahalanya.
5. Seluruh karyawan Pascasarjana, yang telah memberikan pelayanan terbaik dalam membantu proses kelancaran akademik saya.
6. Rekan-rekan seperjuangan Angkatan 4 program studi Magister Ekonomi Syariah, yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, dan inspirasi untuk terus belajar dan berbuat baik.

ABSTRAK

Iffa Binta Herisanda, 2025, Peranan Ekonomi Kreatif Melalui Model Bisnis Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Berbasis Maqashid Syariah Di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: I. Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. II. Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Kulit Hewan Sapi, Maqashid Syariah.

Ekonomi kreatif merupakan pertumbuhan melalui kreativitas, inovasi, dan nilai-nilai budaya, termasuk sektor kriya berbahan kulit. Kecamatan Warungasem, Kabupaten Batang memiliki potensi besar terkait proses penyamakan kulit hewan sapi dan sentra pembuatan kerajinan kulit hewan sapi di Desa Masin dan produksi kerupuk kulit hewan sapi di Desa Sijono. Namun masih mengalami kendala mengenai dalam pemanfaatan digital, peningkatan nilai tambah, dan penguatan model bisnis. Penerapan *maqashid syariah* diperlukan agar pengembangan produk kulit menjadi produktif, beretika, dan berkelanjutan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi berbasis *maqashid syariah* di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang dan untuk menganalisis aspek keberlanjutan peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi berbasis *maqashid syariah* di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa usaha produk penyamakan kulit hewan sapi “CV. Bahagia Kulit”, usaha produk kerupuk kulit hewan sapi “Rambak Cahaya”, dan usaha produk kerajinan kulit hewan sapi “Karya Remaja” di Kecamatan Warungasem, Kabupaten Batang, secara sinergis membentuk ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Usaha produk penyamakan kulit hewan sapi menyediakan bahan baku berkualitas, usaha produk kerupuk kulit hewan sapi mengolah limbah menjadi produk bernilai, dan usaha produk kerajinan kulit hewan sapi menghasilkan produk kreatif. Ketiganya berkontribusi dari segi *profit* (ekonomi), *people* (sosial), dan *planet* (lingkungan) yang selaras dengan prinsip *maqashid syariah*.

ABSTRACT

Iffa Binta Herisanda, 2025, The Role of the Creative Economy Through a Maqashid Sharia-Based Cowhide Product Utilization Business Model in Warungasem District, Batang Regency. Thesis, Master of Sharia Economics Study Program, Postgraduate, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Supervisors: I. Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. II. Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.

Keywords: *Creative Economy, Cowhide, Maqashid Sharia.*

The creative economy grows through creativity, innovation, and cultural values, including the leather craft sector. Warungasem District in Batang Regency has significant potential in leather tanning activities, the leather craft center in Masin Village, and the production of cowhide crackers in Sijono Village. However, challenges remain in digital adoption, increasing value added, and strengthening business models. The implementation of maqashid sharia principles is necessary to ensure that the development of leather products is productive, ethical, and sustainable.

The purpose of this study is to analyze the role of the creative economy through a business model for utilizing cowhide products based on maqashid sharia in Warungasem District, Batang Regency, and to examine the sustainability aspects of this role within the same maqashid sharia-based framework.

This study employed field research using a qualitative research approach. The data sources consisted of both primary and secondary data. The data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The data were analyzed using descriptive techniques, including data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification.

Based on the results of this study, the cowhide tanning business “CV. Bahagia Kulit”, the cowhide cracker business “Rambak Cahaya”, and the cowhide craft business “Karya Remaja” in Warungasem District, Batang Regency, synergistically form a sustainable creative economic ecosystem. The cowhide tanning business provides high-quality raw materials, the cowhide cracker business transforms waste into valuable products, and the cowhide craft business produces creative goods. Together, these three businesses contribute to profit (economic), people (social), and planet (environmental) aspects, in alignment with the principles of maqashid sharia.

KATA PENGANTAR

Asslamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan kemudahan yang tak terhingga kepada kita semua. Semoga rahmat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, junjungan dan teladan kita, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umat yang setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul **“Peranan Ekonomi Kreatif Melalui Model Bisnis Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Berbasis Maqashid Syariah Di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang”**, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta kritik yang membangun hingga proses penyelesaian tesis ini.

5. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I., selaku Pembimbing II atas segala saran, meluangkan waktu, dan memberikan motivasi, untuk membantu penulis dalam menyempurnakan aspek-aspek penting dalam penelitian tesis ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Pascasarjana Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Kedua orang tua, saudara, teman-teman saya yang telah memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis berkaitan dengan proses pembuatan tesis ini yang tidak disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan dan penulis berharap semoga tesis ini dapat menjadi sumber inspirasi dan bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 November 2025

Penulis



IFFA BINTA HERISANDA
NIM.5421013

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL PERTAMA	i
LEMBAR JUDUL KEDUA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 <i>Grand Theory</i>	15
2.1.1 Teori Ekonomi Kreatif.....	15
2.2 <i>Middle Theory</i>	17
2.2.1 Teori Keberlanjutan (<i>Triple Bottom Line</i>)	17
2.2.2 Maqashid Syariah.....	19

2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Berpikir	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Latar Penelitian	30
3.3 Data dan Sumber Data Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Keabsahan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data	36

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
4.1.1 Kabupaten Batang	39
4.1.2 Kecamatan Warungasem	40
4.1.3 Desa Masin	42
4.1.4 Desa Sijono	44

BAB V DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

5.1 Usaha Produk Penyamakan Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit”	46
5.1.1 Profil Usaha “CV. Bahagia Kulit”	46
5.1.2 Lokasi Usaha “CV. Bahagia Kulit”	47
5.1.3 Bentuk Produk Usaha “CV. Bahagia Kulit”	47
5.1.4 Omzet dan Keuntungan Usaha “CV. Bahagia Kulit”	48
5.1.5 Pengelolaan Limbah Usaha “CV. Bahagia Kulit”	48
5.1.6 Identitas Responden Penelitian Usaha Produk Penyamakan Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit”	49
5.2 Usaha Produk Kerupuk Kulit Hewan Sapi “Rambak Cahaya”	50
5.2.1 Profil Usaha “Rambak Cahaya”	50
5.2.2 Lokasi Usaha “Rambak Cahaya”	50

5.2.3 Bentuk Produk Usaha “Rambak Cahaya”	51
5.2.4 Omzet dan Keuntungan Usaha “Rambak Cahaya”	52
5.2.5 Pengelolaan Limbah Usaha “Rambak Cahaya”	52
5.2.6 Identitas Responden Penelitian Usaha Produk Kerupuk Kulit Hewan Sapi “Rambak Cahaya”	52
5.3 Usaha Produk Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja”	53
5.3.1 Profil Usaha “Karya Remaja”	53
5.3.2 Lokasi Usaha “Karya Remaja”	54
5.3.3 Bentuk Produk Usaha “Karya Remaja”	54
5.3.4 Omzet dan Keuntungan Usaha “Karya Remaja”	54
5.3.5 Pengelolaan Limbah Usaha “Karya Remaja”	55
5.3.6 Identitas Responden Penelitian Usaha Produk Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja”	55

BAB VI PEMBAHASAN

6.1 Peranan Ekonomi Kreatif Melalui Model Bisnis Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Berbasis <i>Maqashid Syariah</i> Di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang.....	57
6.1.1 Peranan Ekonomi Kreatif Dalam Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang...	57
6.1.2 Model Bisnis Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang	69
6.1.3 Penerapan <i>Maqashid Syariah</i> Dalam Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang...	75
6.2 Aspek Keberlanjutan Peranan Ekonomi Kreatif Melalui Model Bisnis Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang	84
6.2.1 Aspek <i>Profit</i> (Ekonomi)	84
6.2.2 Aspek <i>People</i> (Sosial)	86
6.2.3 Aspek <i>Planet</i> (Lingkungan)	88

BAB VII SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

7.1 Simpulan.....	92
7.2 Implikasi	94
7.3 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA.....	96
----------------------------	-----------

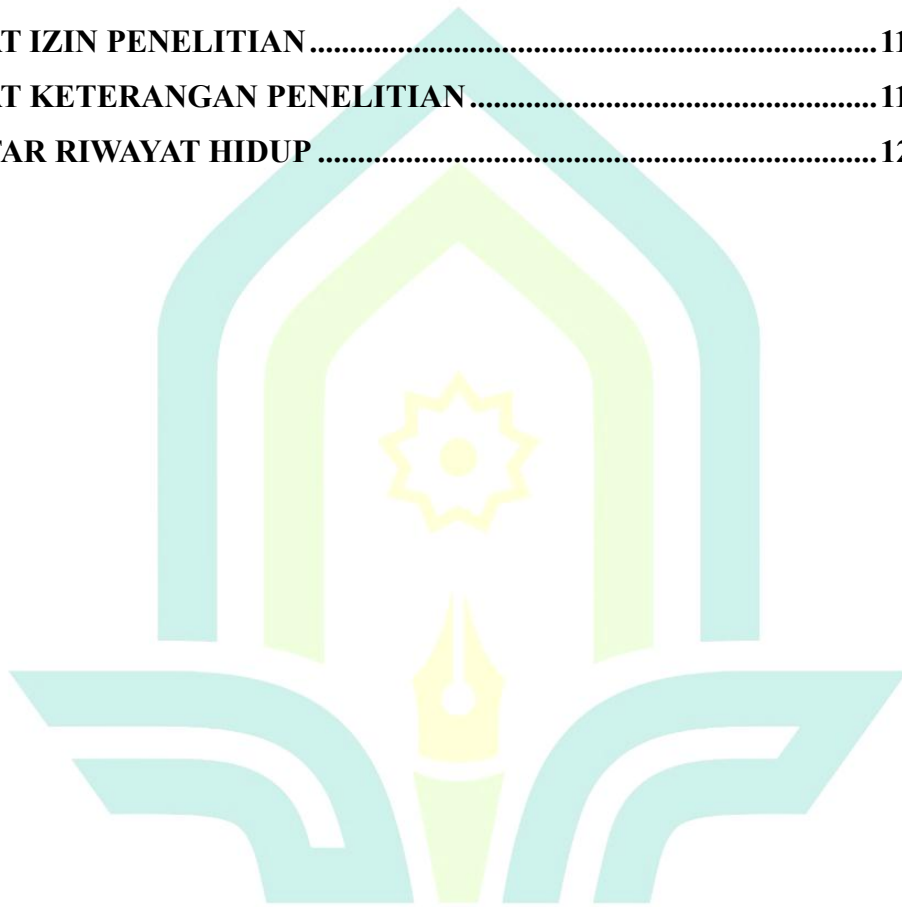
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105
--------------------------------	------------

DOKUMENTASI GAMBAR	110
---------------------------------	------------

SURAT IZIN PENELITIAN	116
------------------------------------	------------

SURAT KETERANGAN PENELITIAN	118
--	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121
-----------------------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Perkembangan Komoditas Nilai Ekspor Pengolahan Non Migas Di Indonesia Tahun (2021-2024).....	6
5.1	Identitas Responden Penelitian Usaha Produk Penyamakan Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit”	49
5.2	Identitas Responden Penelitian Usaha Produk Kerupuk Kulit Hewan Sapi “Rambak Cahaya”	53
5.3	Identitas Responden Penelitian Usaha Produk Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja”	56
6.1	Tabel Penerapan <i>Maqashid Syariah</i> Pada Usaha Produk Penyamakan Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit”	77
6.2	Tabel Penerapan <i>Maqashid Syariah</i> Pada Usaha Produk Kerupuk Kulit Hewan Sapi “Rambak Cahaya”	80
6.3	Tabel Penerapan <i>Maqashid Syariah</i> Pada Usaha Produk Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja”	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir	27



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Pedoman Wawancara Untuk Pemilik Usaha Produk Kulit Hewan Sapi	106
2.	Pedoman Wawancara Untuk Pengrajin Produk Kulit Hewan Sapi (Bagian Penyamak Kulit Hewan Sapi)	108
3.	Pedoman Wawancara Untuk Pengrajin Produk Kulit Hewan Sapi (Bagian Pengukir)	109
4.	Dokumentasi Usaha Penyamakan Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit”	110
5.	Dokumentasi Usaha Kerupuk Kulit Sapi “Rambak Cahaya”	112
6.	Dokumentasi Usaha Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja” ..	114
7.	Surat Izin Penelitian Dari Universitas Untuk Pemilik Usaha Produk Kulit Hewan Sapi	116
8.	Surat Izin Penelitian Dari Universitas Untuk Pengrajin Produk Kulit Hewan Sapi	117
9.	Surat Keterangan Penelitian Dari Pemilik Usaha Produk Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit”	118
10.	Surat Keterangan Penelitian Dari Pemilik Usaha Produk Kerupuk Kulit Hewan Sapi “Rambak Cahaya”	119
11.	Surat Keterangan Penelitian Dari Pemilik Usaha Produk Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja”	120

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

John Howkins pertama kali memperkenalkan gagasan mengenai ekonomi kreatif dalam bukunya yang terbit pada tahun 2001 berjudul “*The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*”. Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi dengan dibangun berdasarkan potensi lingkungan, nilai-nilai budaya, dan kreativitas untuk menyediakan landasan bagi pertumbuhan di masa depan. Dalam hal ini, nilai ekonomi dihasilkan dari kapasitas untuk menciptakan nilai tambah dengan kreativitas dan inovasi dengan faktor-faktor lingkungan dan budaya. Produktivitas sebagian besar didorong oleh individu-individu inovatif yang mengandalkan pengetahuan ilmiah (Firdausy, 2017a).

Pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, gagasan ekonomi kreatif semakin dikenal di Indonesia. Hal ini ditandai dengan diterbitkannya Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Dalam kebijakan ekonomi kreatif dipahami sebagai kegiatan ekonomi yang berbasis pada kreativitas, kemampuan, keterampilan individu, serta menghasilkan karya ekonomi yang bernilai. Upaya ini dilakukan untuk mendorong peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia secara menyeluruh (Firdausy, 2017b).

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif, meliputi: 1) fesyen; 2) pengembangan permainan; 3) musik; 4) kuliner; 5) desain produk; 6) seni rupa; 7) periklanan; 8) desain interior; 9) kriya; 10) aplikasi; 11) film, animasi, dan video; 12) arsitektur; 13) desain komunikasi visual (DKV); 14) seni pertunjukan; 15) fotografi; 16) penerbitan; 17) televisi dan radio (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2025).

Mencakup segala hal terkait ekonomi kreatif mulai dari seni dan desain hingga teknologi dan media, telah muncul sebagai pendorong utama inovasi dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Ekonomi kreatif di Indonesia juga unik karena menggabungkan warisan budaya dengan inovasi modern, menghasilkan produk dan layanan yang tidak hanya bernilai jual tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya (Farina, 2024).

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang berpotensi mendorong perekonomian negara secara signifikan dengan mendorong perkembangan ekonomi kreatif. Munculnya ekonomi kreatif menuntut masyarakat untuk terus berinovasi dan berpikir kreatif, sehingga diperlukan sumber daya manusia yang tinggi untuk berkontribusi secara aktif di dalamnya. Untuk memaksimalkan potensi lokal dalam menghasilkan nilai ekonomi berkelanjutan, ekonomi kreatif sangat bergantung pada daya cipta dan kecerdasan masyarakat (Munajat et al., 2022).

Ekonomi kreatif memiliki peranan penting dalam memperkuat ekonomi nasional, terutama untuk meningkatkan pendapatan, penyediaan lapangan kerja, peningkatan ekspor, kemajuan teknologi, serta pengembangan aset kekayaan intelektual. Dengan beragam kontribusi ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai kekuatan utama di balik pertumbuhan ekonomi nasional (Suryana, 2023).

Pertumbuhan ekonomi mengacu pada peningkatan pendapatan negara yang tidak selalu sebanding dengan laju pertumbuhan jumlah penduduk. Kemakmuran ekonomi suatu negara dan pertambahan penduduk sering kali memiliki keterkaitan dengan perkembangan ekonomi suatu negara. Perekonomian suatu negara dianggap bertumbuh apabila hasil aktual dari pemanfaatan faktor produksi pada tahun tertentu lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penggunaan indikator untuk menilai tingkat pertumbuhan ekonomi adalah laju peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) (Harahap, 2024).

Sektor ekonomi kreatif mengalami perkembangan yang pesat dalam perekonomian nasional, seiring dengan munculnya peluang dan potensi baru di berbagai bidang industri. Data dari Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia terkait Produk Domestik Bruto (PDB), tercatat adanya peningkatan yang signifikan dari Rp1.191,00 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp1.388,81 triliun pada tahun 2024 (Kompasiana, 2025).

Penyerapan tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif telah meningkat secara signifikan. Jumlah tenaga kerja mencapai 14 juta pada tahun 2013, dan

mengalami peningkatan menjadi 26,47 juta pada tahun 2024. Menunjukkan peningkatan sekitar 89% selama 11 tahun, yang menunjukkan kemampuan sektor ini dalam menciptakan lapangan kerja (Merdeka, 2025).

Terdapat dua kategori utama tantangan dalam pengembangan ekonomi kreatif. Kategori pertama, tantangan yang bersumber dari faktor internal, seperti kurangnya misi, visi, dan perencanaan strategis. Pengembangan ekonomi kreatif memiliki ciri-ciri berikut: (1) masih banyak yang dikelola secara kekeluargaan; (2) penggunaan teknologi yang sederhana; (3) kualitas sumber daya manusia yang masih terbatas; (4) akses terhadap pembiayaan yang rendah; dan (5) belum adanya pemisahan antara modal usaha dan kebutuhan pribadi. Kategori kedua, tantangan yang bersumber dari faktor eksternal, seperti kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia akan potensi sektor ekonomi kreatif, minimnya informasi tentang potensi dan operasional usaha kreatif di berbagai daerah, serta permasalahan kebijakan fiskal, non fiskal, dan sistem keuangan. Pemerintah pusat maupun daerah berperan penting sebagai pengarah, pengatur, dan pendukung utama dalam memperkuat sektor ekonomi kreatif. Upaya pemerintah yang perlu diprioritaskan meliputi: (1) peningkatan mutu sumber daya manusia yang produktif, kreatif dan berinovasi; (2) penguatan potensi inovatif berbasis keunggulan lokal mampu bersaing di pasar global; (3) penyusunan regulasi yang tegas dan didukung oleh penegakan hukum; (4) pemberian insentif untuk mendorong perluasan produk kreatif; dan (5) perluasan pasar melalui kegiatan promosi seperti pameran. Pembangunan ekonomi daerah memiliki

keterkaitan erat dengan pembangunan nasional, sehingga diperlukan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah untuk menghasilkan langkah-langkah strategis yang bermanfaat bagi para pelaku ekonomi kreatif. Pengakuan dan dukungan dari masyarakat menjadi faktor penting meningkatkan daya saing daerah melalui penciptaan ekonomi kreatif yang berkelanjutan (Firdausy, 2017c).

Kerangka kebijakan dalam mewujudkan ekonomi berkelanjutan memiliki peran yang sangat penting untuk menjawab berbagai tantangan global saat ini. Pertumbuhan ekonomi yang dicapai harus selaras dengan upaya menjaga kelestarian lingkungan serta meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Dalam menghadapi persoalan seperti perubahan iklim, berkurangnya keanekaragaman hayati, dan meningkatnya ketimpangan sosial ekonomi, diperlukan strategi yang menyeluruh dan terpadu agar penggunaan sumber daya serta aliran investasi dapat lebih berorientasi pada keberlanjutan. Kebijakan yang diterapkan tidak sekedar menitikberatkan pada aspek efisiensi dan produksi, tetapi juga berupaya menjaga keberlanjutan lingkungan dan memastikan manfaat pertumbuhan ekonomi terdistribusi secara adil di seluruh lapisan masyarakat. Dalam penyusunannya, berbagai aspek perlu diperhatikan, seperti inovasi teknologi, tata kelola sumber daya alam, pendidikan, serta peningkatan kesadaran publik. Pengembangan kebijakan yang menyeluruh dan terarah membutuhkan partisipasi aktif seluruh pihak-pihak yang memiliki kepentingan, baik pemerintah, sektor swasta, maupun masyarakat. Diharapkan semua pihak dapat menjalin kerja

sama untuk menciptakan kerangka kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan yang tidak hanya memecahkan masalah saat ini tetapi juga bermanfaat bagi generasi mendatang (Embang, 2025).

Kerajinan dalam ekonomi kreatif mempunyai peranan penting dalam mendorong pertumbuhannya dan telah menjadi ciri khas budaya Indonesia. Kerajinan adalah kegiatan yang mencakup produksi benda fisik dengan menggunakan keterampilan manual. Indonesia memiliki beragam kerajinan, beberapa di antaranya bahkan telah dikenal secara internasional. Kerajinan kulit mengalami perkembangan pesat dan mengalami peningkatan keragaman produk dalam beberapa tahun terakhir. Dalam kerajinan kulit, istilah ini merujuk pada kulit hewan. Kulit hewan merupakan bahan baku yang relatif melimpah di Indonesia, dan dimanfaatkan secara luas dalam kerajinan kulit dan seni. Kulit terbuat dari hewan ternak, oleh karena itu selama manusia terus menggunakan dan mengonsumsi daging ternak, kulit hewan akan tetap tersedia (Darmawan & Setiawan, 2019).

Tabel 1.1 Data Perkembangan Komoditas Nilai Ekspor Pengolahan Non Migas Di Indonesia Tahun (2021-2024)

No	Uraian Komoditas	2021 (Persen)	2022 (Persen)	2023 (Persen)	2024 (Persen)
1	Olahan dari daging, ikan, dan sebagainya	19,23	-4,75	-8,16	1,94
2	Kakao dan olahan kakao	-3,00	4,38	-4,92	120,84
3	Olahan dari sereal, tepung, pati atau susu	9,17	13,59	4,83	9,27
4	Olahan dari sayuran, buah, kacang	21,82	5,69	-11,66	19,88
5	Bermacam-macam olahan yang dapat dimakan	14,61	8,50	2,54	8,06
6	Minuman, alkohol dan cuka	31,97	9,18	1,10	18,15

7	Barang fotografi atau sinematografi	-20,00	33,33	6,25	29,41
8	Plastik dan barang dari padanya	11,18	0,67	-4,22	0,02
9	Karet dan barang dari padanya	26,63	-10,12	-20,31	8,07
10	<i>Skin</i> mentah dan <i>Hide</i> (selain kulit berbulu) dan kulit samak	40,19	23,25	-15,83	-4,23
11	Barang dari kulit samak	57,74	25,48	-7,00	14,66
12	Kulit berbulu dan bulu artifisial	66,67	180,00	14,29	-56,25
13	Kayu dan barang dari kayu	29,93	-5,49	-14,41	-0,24
14	Gabus dan barang dari gabus	-100,00	0,00	50,00	100,00
15	Barang dari jerami, rumput, nyaman	34,00	-9,32	-25,51	6,75
16	Buku, koran, cetakan	57,70	-42,91	0,30	44,78
17	Pakaian rajutan	31,16	5,82	-17,63	8,15
18	Pakaian bukan rajutan	13,17	18,59	-13,51	1,55
19	Barang tekstil sudah jadi lainnya	-39,80	-13,50	-13,91	-14,46
20	Alas kaki, pelindung kaki dan sejenisnya	28,73	25,06	-16,81	13,13
21	Barang dari batu, plester, semen	23,70	-2,83	7,62	17,64
22	Produk keramik	36,09	-9,54	-19,47	9,93
23	Kaca dan barang dari kaca	11,29	7,76	4,70	1,63
24	Barang logam tidak mulia	19,17	2,42	-8,49	2,40
25	Mesin dan perlengkapan elektrik	27,56	23,54	-1,35	5,67
26	Instrumen, optik, medis, dan sebagainya	14,18	15,10	3,35	3,13
27	Jam dan arloji	2,30	-7,08	-11,07	3,89
28	Instrumen musik	35,21	5,33	-18,88	-5,25
29	Perabotan	31,90	-2,74	-22,06	6,55
30	Mainan dan perlengkapan olahraga	24,58	19,98	-9,47	16,81
31	Karya seni, barang kolektor	4,69	-10,45	-18,33	42,86
32	Piranti lunak, barang digital	-71,54	51,41	-33,95	-21,78

Sumber: Badan Pusat Statistik, Diolah Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan

Penjelasan data tabel di atas, bahwa industri kulit, barang dari kulit, dan alas kaki merupakan komoditas nilai ekspor pengolahan non migas di Indonesia. Hal ini berkaitan erat dengan *skin* mentah dan *hide* (selain kulit berbulu) dan kulit samak, barang dari kulit samak, kulit berbulu dan bulu artifisial, dan alas kaki, pelindung kaki, dan sejenisnya. Disebabkan oleh dinamika pertumbuhan yang fluktuatif, tetapi terus beradaptasi dengan perubahan pasar global. Para pelaku usaha harus menyusun rencana strategis jangka panjang untuk menjamin keuntungan berkelanjutan dan reputasi yang baik. Sangat penting untuk melakukan analisis pasar secara mendalam, mempelajari konsumen, harga, dan promosi, sambil mempertimbangkan faktor sosial dan demografi konsumen. Semua upaya ini didukung oleh modernisasi, penerapan teknologi canggih, dan peningkatan kemampuan ekspor (Otakhonovich, 2024). Salah satu fondasi utama ekspor pengolahan non migas di Indonesia dengan meningkatkan inovasi produk, pengelolaan bahan baku yang berkelanjutan, dan mendorong kebijakan industri dan perdagangan yang terintegrasi.

Sektor kulit berkontribusi signifikan terhadap perekonomian dunia melalui ekspor dan nilai tambah, sekaligus memenuhi permintaan pasar global akan produk berbahan dasar kulit berkualitas tinggi. Oleh karena itu, sektor kulit tidak hanya penting bagi proses produksi, tetapi juga untuk membangun pengetahuan bisnis dan strategi kompetitif dalam skala global (ER, 2021).

Di era digital saat ini, para pelaku usaha kerajinan kulit hewan harus menerapkan digitalisasi untuk meningkatkan upaya pemasaran dan kesuksesan usaha. Digitalisasi memungkinkan usaha untuk meningkatkan produk, meningkatkan komunikasi dengan pembeli, dan menyederhanakan proses transaksi. Suatu usaha yang menggunakan saluran digital seperti situs web dan media sosial dapat menjangkau pembeli yang lebih luas dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Terlepas dari keterbatasan pemasaran digital, seperti kurangnya keterampilan teknis dan kesadaran digital, banyak pemilik usaha tetap optimis akan manfaat digitalisasi. Agar tetap bisa bersaing dengan pelaku usaha lain yang semakin kompetitif, pelaku usaha kerajinan kulit hewan harus terus meningkatkan kemampuan dan strategi pemasaran (Sari & Widoretno, 2025).

Sentra kerajinan kulit di Kecamatan Warungasem memanfaatkan kulit hewan sapi, yaitu binatang ternak yang dipelihara dan dibesarkan agar bisa dimakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Bobot dan ukuran tubuh hewan sapi yang lebih besar dibandingkan hewan lain, seperti domba atau kambing. Kulit hewan sapi hanya dikonsumsi sebagai pendamping hidangan makanan, bukan sebagai menu inti. Kulit hewan sapi umumnya diolah menjadi kerupuk kulit, yang nilai ekonominya jauh lebih rendah dari pada tas kulit. Bahan kulit hewan sapi merupakan hasil pengulitan saat penyembelihan, yang berarti merupakan produk sampingan atau terbuang dalam proses konsumsi makanan (Rahardja et al., 2021).

Melalui program KaTa (Kabupaten/Kota) kreatif, pada tahun 2023 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia memberikan penghargaan untuk sub sektor kriya kepada Kabupaten Batang. Penghargaan ini mengapresiasi komitmen dan efektivitas Kabupaten Batang dalam upaya memajukan sektor ekonomi kreatif dan meningkatkan kemampuan bersaing daerah di kancah nasional maupun internasional (Kanal Berita Pemkab Batang, 2023).

Kabupaten Batang memiliki dua desa dengan potensi ekonomi kreatif yaitu Desa Masin dan Desa Sijono di Kecamatan Warungasem. Keduanya memiliki potensi besar dalam pengolahan kulit hewan sapi, baik sebagai bahan baku produk kerajinan kulit hewan sapi maupun kuliner khas. Desa Masin merupakan sentra produksi kerajinan kulit hewan sapi. Masyarakat setempat memanfaatkan keterampilan penyamakan dan pengolahan kulit hewan sapi untuk membuat berbagai produk seperti tas, dompet, sepatu, ikat pinggang, dan sandal (Website Resmi Pemerintah Kabupaten Batang, 2020b). Sementara itu, Desa Sijono terkenal dengan produksi kerupuk rambak kulit sapi, salah satu kuliner khas Kabupaten Batang (Website Resmi Pemerintah Kabupaten Batang, 2020c).

Namun dalam praktik usaha masih dijumpai beberapa kendala seperti pelaku usaha cenderung menggunakan pola usaha tradisional karena belum memanfaatkan secara optimal terkait media digital sebagai sarana penjualan produk, pelaku usaha menghadapi tantangan dalam mengembangkan nilai tambah produk dari bahan kulit hewan sapi, model bisnis yang dilakukan oleh

pelaku usaha perlu diarahkan agar lebih sesuai dengan konsep ekonomi kreatif, penerapan prinsip *maqashid syariah* dalam kegiatan usaha masih menjadi ruang yang perlu diperluas pemahamannya.

Peranan ekonomi kreatif tidak hanya berfokus pada peningkatan nilai ekonomi melalui ide-ide inovatif dan kreatif, tetapi juga aspek moral dan sosial yang sejalan dengan ajaran Islam. Artinya, setiap proses usaha, mulai dari produksi, pengelolaan bahan baku, hubungan dengan pembeli, dan para pekerja, harus dilakukan dengan cara yang halal, jujur, adil, dan tidak merugikan pihak mana pun. Selain itu, ekonomi kreatif juga diharapkan memberi manfaat bagi masyarakat, seperti membuka lapangan kerja, memberdayakan potensi lokal, dan menjaga keberlanjutan lingkungan. Penerapan unsur pokok syariah sangat penting agar setiap kegiatan usaha memberikan manfaat dan keberkahan bagi masyarakat. Dalam hal ini, *maqashid syariah* dijadikan perspektif untuk melihat praktik ekonomi kreatif. Komponen *maqashid syariah* adalah tujuan utama mencapai *maslahah* (manfaat) dan *falah* (kenikmatan). Dalam kehidupan sehari-hari, kemajuan ekonomi dan kesejahteraan merupakan tujuan utama. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi dan *maqashid syariah* saling terkait erat. *Maqashid syariah* terdiri dari lima unsur pokok yaitu menjaga agama (*Hifdz ad-Din*), menjaga jiwa (*Hifdz an-Nafs*), menjaga akal (*Hifdz al-Aql*), menjaga keturunan (*Hifdz an-Nasl*), dan menjaga harta (*Hifdz al-Mal*). Dengan demikian, ekonomi kreatif yang didasarkan pada unsur pokok *maqashid syariah* akan menciptakan kegiatan usaha yang tidak hanya mengejar

keuntungan semata, tetapi sebagai alat untuk menciptakan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang membawa manfaat dan keberkahan bagi masyarakat secara luas (Masruroh & Suprianik, 2023).

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Peranan Ekonomi Kreatif Melalui Model Bisnis Pemanfaatan Produk Kulit Hewan Sapi Berbasis Maqashid Syariah di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Model bisnis dijalankan oleh pelaku usaha masih memerlukan penguatan agar lebih kreatif untuk menghasilkan berkelanjutan pertumbuhan.
2. Penerapan prinsip *maqashid syariah* dalam kegiatan usaha masih menjadi ruang yang perlu diperluas pemahamannya.
3. Masih rendahnya kemampuan pelaku usaha untuk memanfaatkan akses media digital sebagai media promosi penjualan produk kulit hewan sapi yang dapat berdampak pada peningkatan kemampuan produk agar lebih unggul di pasar lokal maupun di pasar global.
4. Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang adalah salah satu daerah sentra ekonomi kreatif yang memiliki potensi dalam pemanfaatan produk dalam pengolahan kulit hewan sapi, baik sebagai bahan baku produk usaha kerajinan kulit hewan sapi maupun kuliner khas.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, maka peneliti melakukan pembatasan masalah guna pengkajian tetap fokus terkait permasalahan yang ingin dianalisis. Pembatasan masalah penelitian ini mencakup:

1. Fokus pada penerapan model bisnis yang dijalankan para pelaku usaha ekonomi kreatif dalam mengelola, memasarkan, dan mengembangkan produk kulit hewan sapi.
2. Pemahaman para pelaku usaha ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi terhadap penerapan *maqashid syariah* di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi berbasis *maqashid syariah* di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang?
2. Bagaimana aspek keberlanjutan peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi berbasis *maqashid syariah* di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang.

2. Untuk menganalisis aspek keberlanjutan peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi berbasis *maqashid syariah* di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoretis

1. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai sumber pengetahuan, dasar perbandingan penelitian, serta sumber rujukan untuk pihak lain yang bersedia melakukan penelitian lanjutan, baik dari segi metode penelitian, cara analisis, maupun hasil penelitiannya.
2. Hasil penelitian dapat menambah ilmu pengetahuan bidang ekonomi secara khusus mengenai peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi berbasis *maqashid syariah*.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian berfungsi sebagai informasi, sumber rujukan, dan wawasan dalam pengambilan kebijakan untuk menangani permasalahan di daerah tersebut.
2. Hasil penelitian memberikan gambaran mengenai peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi berbasis *maqashid syariah* di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang.

BAB VII

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

7.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian pada tiga objek penelitian yaitu usaha produk penyamakan kulit hewan sapi “CV. Bahagia Kulit”, usaha produk kerupuk kulit sapi “Rambak Cahaya”, dan usaha produk kerajinan kulit hewan sapi “Karya Remaja” dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Peranan ekonomi kreatif melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal dengan menciptakan nilai tambah dari pengolahan kulit hewan sapi yang sebelumnya dianggap limbah. Melalui pengolahan yang kreatif dan inovatif, kulit hewan sapi dihasilkan menjadi berbagai produk bernilai ekonomi, seperti penyamakan kulit hewan sapi, kerupuk kulit hewan sapi, dan kerajinan kulit hewan sapi. Aktivitas ekonomi ini tidak hanya meningkatkan nilai guna bahan baku lokal, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi kreatif berbasis potensi daerah. Dalam pelaksanaannya, para pelaku usaha secara keseluruhan telah menerapkan prinsip *maqashid syariah*, yang tercermin dalam upaya menjaga agama (*Hifdz ad-Din*) melalui praktik usaha halal dan etika Islam, menjaga jiwa (*Hifdz an-Nafs*) dengan menyediakan lapangan kerja yang layak, menjaga akal (*Hifdz al-Aql*) melalui pengembangan keterampilan dan inovasi, menjaga keturunan (*Hifdz an-Nasl*) dengan keberlanjutan usaha keluarga,

dan menjaga harta (*Hifdz al-Mal*) melalui pemanfaatan sumber daya secara produktif dan bertanggung jawab.

2. Aspek keberlanjutan peranan ekonomi melalui model bisnis pemanfaatan produk kulit hewan sapi di Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang tercermin melalui integrasi tiga pilar utama aspek keberlanjutan, yaitu aspek *profit* (ekonomi), *people* (sosial), dan *planet* (lingkungan). Dari aspek *profit* (ekonomi), model bisnis ini meningkatkan pendapatan rumah tangga, memperkuat perputaran ekonomi lokal, dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, sehingga berdampak positif terhadap kesejahteraan pekerja dan komunitas lokal. Dari aspek *people* (sosial) usaha kulit hewan sapi memberikan kesempatan kerja bagi tenaga lokal, termasuk perempuan dan pemuda, serta dijalankan dengan prinsip keadilan, etika, dan kerja sama yang harmonis antara pelaku usaha dan tenaga kerja. Sementara itu, dari aspek *planet* (lingkungan), proses penyamakan kulit hewan sapi, produksi kerupuk kulit hewan sapi, dan pembuatan kerajinan kulit hewan sapi menunjukkan praktik yang semakin sadar lingkungan melalui pemanfaatan limbah kulit sebagai bahan baku utama, pengurangan penggunaan bahan kimia berbahaya, serta penerapan pengelolaan dengan konsep *zero waste*. Dengan demikian, model bisnis ini tidak hanya berkelanjutan secara ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

7.2 Implikasi

7.2.1 Implikasi Teoritis

1. Menegaskan relevansi dan keberlakuan teori keberlanjutan (*triple bottom line*) dalam konteks peranan ekonomi kreatif yang berbasis pada pemanfaatan sumber daya lokal. Bahwa pendekatan keberlanjutan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi dapat diterapkan secara nyata dalam aktivitas ekonomi kreatif masyarakat.
2. Menunjukkan bahwa prinsip *maqashid syariah* dapat dijadikan sebagai landasan etika syariah sekaligus kerangka operasional dalam pengelolaan ekonomi kreatif, khususnya pada usaha yang berbasis bahan baku alami. Penerapan *maqashid syariah* mampu mengarahkan aktivitas ekonomi agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai keadilan, kemaslahatan, dan keberlanjutan.
3. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ekonomi kreatif berbasis syariah dengan mengintegrasikan aspek *profit* (ekonomi), *people* (sosial), dan *planet* (lingkungan) dalam satu kerangka yang saling terkait. Integrasi ini memperkaya perspektif keilmuan ekonomi kreatif dengan pendekatan yang tidak hanya ekonomis, tetapi juga sosial dan ekologis sesuai dengan nilai-nilai Islam.

7.2.2 Implikasi Praktis

1. Bagi Pelaku Usaha: Memberikan panduan strategis bagi pelaku usaha kulit hewan sapi dalam mengembangkan inovasi produk, memperluas

jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi dan kualitas proses produksi secara berkelanjutan.

2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendukung: Menjadi dasar pertimbangan dalam perumusan kebijakan pemberdayaan ekonomi kreatif, pengembangan program keterampilan, penyediaan fasilitas pengolahan limbah, serta pemberian insentif bagi usaha yang menerapkan prinsip ramah lingkungan dan berkelanjutan.
3. Bagi Masyarakat: Menjadi contoh nyata pemberdayaan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan kapasitas dan keterampilan, serta penguatan kesadaran terhadap pentingnya menjaga lingkungan dalam aktivitas ekonomi.

7.3 Saran

Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya:

1. Melakukan penelitian kuantitatif untuk mengkaji pengaruh ekonomi kreatif berbasis kulit hewan sapi terhadap ketahanan ekonomi keluarga dan peningkatan pendapatan masyarakat lokal.
2. Menganalisis dampak lingkungan jangka panjang dari proses penyamakan kulit, produksi kerupuk kulit, dan pembuatan kerajinan kulit guna mengidentifikasi praktik yang paling ramah lingkungan dan berkelanjutan.
3. Melakukan studi komparatif antar daerah yang memiliki industri sejenis untuk memperdalam pemahaman mengenai penerapan ekonomi kreatif berbasis *maqashid syariah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Marotina, R. N., Jannah, N. K., Rohmah, Hidayah, N., Happy, F., Muhammad, A., Asrofi, Adlha, Z., Habibi, A., & Chalimi, M. A. (2022). *Ekonomi Kreatif: Konsep Peluang, dan Strategi Pengembangan* (pp. 58–59). Scientis IAIN Pekalongan.
- Ahman, E., Machmud, A., Sumawidjadja, R. N., & Herlinawati, E. (2020). Model of The Competitive Advantage of Creative Industries in Indonesia Based on Helix Quadruple, Creativity and Innovation Capability. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(8), 516–532. <https://www.ijicc.net/index.php/ijicc-editions/2020/159-vol-11-iss-8>
- Aini, R., & Wati, F. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia. *Josee: Journal of College Student's Intellectual*, 1(2), 25–32. <https://ejournal.mannawasalwa.ac.id/index.php/josee/article/view/206>
- Aisah, N., Rizkiawan, K., Rofifudin, F. M., & Rahmawati, N. (2025). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Syariah Untuk UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. *Progresif: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 5(1), 61–68. <https://journal.steipress.org/index.php/progresif/article/view/139>
- Al-jabari, M., Sawalha, H., Pugazhendhi, A., & Rene, E. R. (2021). Cleaner Production and Resource Recovery Opportunities In Leather Tanneries: Technological Applications and Perspectives. *Bioresource Technology Reports*, 16, 100815. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2589014X21001936>
- Andani Asmara, Rudi Rinaldo, Muhammad Afriusnaldi, Ananda Enda Nadicca, & Iko Marsela. (2025). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dari Bahan Limbah (Kain Perca) Melalui Platform Digital. *Keat: Kajian Ekonomi Dan Akuntansi Terapan*, 2(3), 64–78. <https://ejournal.areai.or.id/index.php/KEAT/article/view/1523>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (p. 114). Rineka Cipta.
- Ayu, A. S., Dwihantoro, P., & Lokantara, I. G. W. (2020). Understanding Creative Economy Concept through Innovation Adopters Perspective. *Jurnal Komunikator*, 12(1), 11–23. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/8394>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Batang. (2025). *Kecamatan Warungasem Dalam*

Angka 2024.
<https://batangkab.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/4909870f94823f61d793c395/kecamatan-warungasem-dalam-angka-2024.html>

- Budi, A. S., Supardi, & Elwardah, K. (2024). Pendampingan Pemasaran Syariah Pada Home Industry Kerupuk Kulit Sapi Di Desa Sawah Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Provinsi Sumatera Selatan. *Community Engagement & Emergence Journal*, 5, 135–145. <https://journal.yrpioku.com/index.php/ceej/article/view/4521>
- Dahlia, P., & Sembiring, S. B. (2023). Keberadaan Industri Penyamakan Kulit Nabati Secara Tradisional Di Kota Padang Panjang. *Jurnal Deskovi: Art and Design Journal*, 6(1), 42–47. <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/deskovi/article/view/10672>
- Darmawan, A., & Setiawan, T. (2019). *Sentra Kerajinan Kulit Di Kemang*. 1(2), 1061–1072. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jstupa/article/view/4447>
- Darmi, T., Nuryakin, & Mujtahid, I. M. (2022). Social Capital Analysis in Small and Micro Enterprises (SMEs) Management during the Covid - 19 Pandemic. *JKAP: Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik*, 26, 47–58. <https://jurnal.ugm.ac.id/jkap/article/view/67459>
- Dharmawan, S. E., Setiawan, T., & Luckianto, M. (2025). Enhancing The Local Sustainability Through Creating Shared Value (Locus Of Research On Garut Leather Handcraft). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 18(2), 256–271. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/8296>
- Dzikron, M., Primiana, I., Kaltum, U., & Wibisono, D. (2020). Design of The Competitiveness Model in Leather Tanning Industry. *Journal Development Management*, 18(2), 1–8. <https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/development-management/issue-362/design-of-the-competitiveness-model-in-leather-tanning-industry>
- Elfena, L., Nurhadi, & Nurcahyono, O. H. (2020). Arena Produksi Kultural Kerajinan Kulit Di Surakarta Dalam Tren Ekonomi Kreatif. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 7(2), 121–133. <http://socius.ppj.unp.ac.id/index.php/socius/article/view/244>
- Embang, A. E. (2025). *Pembangunan Berkelanjutan Perspektif Sosiologi Dan Tantangan Global* (Cetakan Pe, p. 167). PT Media Penerbit Indonesia.
- ER, H. (2021). Academic Aspect of the Leather Industry: An Interpretation from the Perspective of Business Science. *Prizren Social Science Journal*, 5(1), 11–43. <https://prizrenjournal.com/index.php/PSSJ/article/view/205>

- Erba, D. M. F., & Nofrianto, N. (2022). Implementation of Maqashid Syariah in Sharia Business Transactions. *Al-Falah: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 125. <https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/alfalah/article/view/3703>
- Farina, A. (2024). *Navigasi Ekonomi Kreatif: Perempuan Pembangun Inovasi Di Indonesia* (p. 10). CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Firdausy, C. M. (2017a). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Edisi Pert, p. 7). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firdausy, C. M. (2017b). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Edisi Pert, p. 12). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firdausy, C. M. (2017c). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Edisi Pert, pp. 136–140). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Fitriani, R., Nugraha, & Djamaludin. (2020). Strategi Pengembangan Sektor Industri Alas Kaki Berbahan Kulit dengan Metode Analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas. *SiTekIn: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 18(1), 34–42. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/11753>
- Fuadah, L. L., Yuliani, & Safitri, R. H. (2018). *Pengungkapan Sustainability Reporting Di Indonesia* (Edisi Pert, pp. 1–6). Citrabooks Indonesia.
- Giriyanto, S., Romdhoni, A. H., & Prastiwi, I. E. (2025). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(03), 240–249. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/17202>
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Edisi Pert, p. 178). Bumi Aksara.
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Rekontruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora* (p. 35). PT Literasi Nusantara Abadi.
- Harahap, S. (2024). Peran Ekonomi Syariah Dan Ekonomi Kreatif Sebagai Sumber Pertumbuhan Ekonomi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 12, 217–238. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Al-masharif/article/view/14905>
- Henisari. (2025). *Pekerja Kerupuk Kulit Hewan Sapi “Rambak Cahaya.”* Wawancara Pribadi.
- Ibrahim. (2021). *Menggerak Ekonomi Kreatif Desa* (Cetakan Pe, pp. 9–10). Literasi Nusantara Abadi.

- Kanal Berita Pemkab Batang. (2023). *Batang Ditetapkan Sebagai Kabupaten Kreatif, Menparekraf Beri Penghargaan.*
<https://berita.batangkab.go.id/?p=1&id=11859>
- Karmun. (2025). *Pekerja Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja.”* Wawancara Pribadi.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2025). *17 Subsektor Ekonomi Kreatif Di Indonesia.*
<https://pemasaranekraf.kemenparekraf.go.id/seputar-ekraf/?e-page-4f65ede=7>
- Khudri. (2025). *Pekerja Penyamak Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit.”* Wawancara Pribadi.
- Kompasiana. (2025). *Menguat! Ekonomi Kreatif Catat Kontribusi dalam PDB RI.*
<https://www.kompasiana.com/diahyunipurwati9478/6858319234777c52ae1658d2/menguat-ekonomi-kreatif-catat-kontribusi-dalam-pdb-ri>
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (p. 29). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- M. Zikwan. (2021). Konsep Maqashid Syariah Pada UMKM Dalam Upaya Mendukung Akselerasi Pangsa Ekonomi Syari’ah Jawa Timur. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 32–44.
<https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/idarrah/article/view/1419>
- Maslikha, H. (2025). *Pemilik Usaha Produk Penyamakan Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit.”* Wawancara Pribadi.
- Masruroh, N., & Suprianik, S. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Desa Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Analisis*, 13(2), 348–368.
<https://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/analisis>
- Maulana, M. F., Kurniati, R. R., & Anastuti, K. U. (2025). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kuliner Kopi Pringgitan Singaderma. *Jiagabi*, 14(1), 1–8.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/26856>
- Merdeka, P. (2025). *Fakta Menarik: Ekonomi Kreatif Indonesia Tumbuh 89% dalam 11 Tahun, Serap Jutaan Tenaga Kerja.*
<https://planet.merdeka.com/hot-news/fakta-menarik-ekonomi-kreatif-indonesia-tumbuh-89-dalam-11-tahun-serap-jutaan-tenaga-kerja-359704-mvk.html?page=3>
- Minarni, Yuliana, I., Nanik, W., & Sawitr, D. (2024). Strategi Pengembangan

Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah Dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(10), 3075–3086. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/15036>

Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 101). PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 26). Remaja Rosdakarya.

Munajat, Yuyun, P., Rahayu, P., Permata, F., Besse Dahliana, S. A., Sofyanty, D., Soni, A., Sri, K., Arfiani, S., Fiyul, Y., Sani, I. C., Retnaningdiah, D., Santoso, R., & Dewanto, I. J. (2022). *Ekonomi Kreatif Suatu Konsep Ekonomi Baru*. Eureka Media Aksara.

Munir, M. (2025). *Pekerja Kerajinan Kulit Hewan Sapi "Karya Remaja."* Wawancara Pribadi.

Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cetakan Pe, p. 170). CV. Harfa Creative.

Novie, M. (2024). Creative Marketing Strategies for Food SMEs: Enhancing Brand Visibility and Customer Loyalty in a Competitive Market and Economy. *International Journal of Economics Development Research*, 5(6), 5467–5482.

Nurfaiziya, S., Ningrum, S., Munajat, M. D. E., & Nurasa, H. (2023). Evaluasi Dampak Kebijakan Pengelolaan Lingkungan Bagi Masyarakat di Kawasan Industri Penyamakan Kulit Kabupaten Garut. *Jurnal Society*, 11(1), 112–128. <https://society.fisip.ubb.ac.id/index.php/society/article/view/478>

Otakhonovich, O. O. (2024). Directions For The Development Of The Leather Footwear Industry In The Development Of The Industrial Economy. *European International Journal Of Multidisciplinary Research And Management Studies*, 04, 289–295. <https://eipublication.com/index.php/eijmrms/article/view/2309>

Partinah. (2025). *Pekerja Kerupuk Kulit Hewan Sapi 'Rambak Cahaya'.* Wawancara Pribadi.

Perwitasari, Y. P., & Soetriono. (2020). Jurnal Peternakan Indonesia, Oktober 2020. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 22(3), 255–266. <https://jpi.faterna.unand.ac.id/index.php/jpi/article/view/588>

Purhantara, W. (2010a). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis* (Edisi Pert, p. 79). Graha Ilmu.

- Purhantara, W. (2010b). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis* (Edisi 1, p. 79). Graha Ilmu.
- Purhantara, W. (2010c). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis* (Cet. Ke-1, p. 102). Graha Ilmu.
- Purnomo, H., Kisanjani, A., Kurnia, W. I., & Suwanto, S. (2019). Pengukuran Kinerja Green Supply Chain Management Pada Industri Penyamakan Kulit Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 9, 161–169. <https://journals.ums.ac.id/jiti/article/view/8535>
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal (ISSJ)*, 3(1), 42–48. <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/iis/article/view/3517>
- Putri, P. H., & Purwanti, A. R. (2024). Strategi Digital Branding Produk Tas Kulit pada Sentra Kerajinan Khas Manding Sabdodadi Bantul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 3(1), 10–18. <https://ejournal.undar.or.id/index.php/dimas/article/view/325>
- Rahardja, I. B., Madusari, S., Ramadhan, A. I., Sriwana, I. K., Dyah Maharani, M. D., Machfiroh, R., & Dinary, R. (2021). Pembuatan Tas Tangan Dari Kulit Sapi Asli. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 3(1), 17–24. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JPMT/article/view/6437>
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Cetakan Pe, p. 93). Antasari Press.
- Rahmawati, A., & Sucitra, M. K. (2024). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kualitas UMKM Di Indonesia. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7, 80–92. <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/almizan/article/view/782>
- Rahmawati, Nugroho, A., & Setiawan, E. A. (2024). Meningkatkan Daya Saing, Inovasi, Dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal Di Pasar Internasional: Studi Kasus Umkm Di Yogyakarta Mars Genuine Leather. *Central Publisher*, Vol.2(No. 6), 2524–2535. <https://centralpublisher.co.id/jurnalcentralpublisher/index.php/Publish/article/view/518>
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktek* (Cetakan Pe, p. 209). IAIN Kediri Press.
- Ratna, Purnomo, Y. J., & Sutrisno. (2024). The Role of Innovation and Creativity in Business Management to Enhance SME Economy in the Creative

Industry. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 858–871. <https://ejournal.indo-intellectual.id/index.php/ifi/article/view/1473>

Riduwan. (2006). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis* (p. 105). Alfabeta.

Rizqon, M. (2025). *Pekerja Penyamak Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit.”* Wawancara Pribadi.

Rohmanu, A., Murdianto, Jamianto, Prasasti, B., Sumarsono, C. W., Fikriawan, S., Hariyanto, W., Supriati, E., Antikasari, T. W., & Mintyastuti, D. S. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Lintas Sektoral di Kabupaten Ponorogo Jawa Timur. *Cakrawala: Jurnal Litbang Kebijakan*, 16(2), 173–199. <https://cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/465>

Samini. (2025). *Pekerja Penyamak Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit.”* Wawancara Pribadi.

Saputra, D. A. (2023a). *Memahami Al-Dharuriyat Al-Khamsah Dalam Maqashid Syari’ah Untuk Pemula* (Cetakan Pe, pp. 38–39). Ruang Karya Bersama.

Saputra, D. A. (2023b). *Memahami Al-Dharuriyat Al-Khamsah Dalam Maqashid Syari’ah Untuk Pemula* (Cetakan Pe, pp. 42–99). Ruang Karya Bersama.

Sari, A. P., & Widoretno, A. A. (2025). Digitalization of Animal Leather Crafts to Enhance Marketing Strategies. *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 2025(2024), 556–560. <https://nstproceeding.com/index.php/nusciencetech/article/view/1436>

Shadriyah, & Rosmini. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Sektor Kerajinan untuk Mengurangi Tingkat Pengangguran Remaja Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Islamic Economic and Business Journal*, 5(1), 32–46. <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/ieb/article/view/4667>

Sinaga, H., Eriawaty, & Windy Utami Putri. (2024). Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Khas Suku Dayak. *Jurkami: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 371–381. <https://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/3602>

Situmorang, S. U., & Agustin, H. (2024). Penilaian Kelayakan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi Menggunakan Hamdi’S Method Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 35(2), 37–47. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/21192>

- Solikhin. (2025). *Pekerja Penyamak Kulit Hewan Sapi “CV. Bahagia Kulit.”* Wawancara Pribadi.
- Subagyo, P. J. (2004). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (p. 63). PT. Rineka Cipta.
- Subhan. (2025). *Pekerja Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja.”* Wawancara Pribadi.
- Sugiarti, R., Margana, Muthmainah, & Fauzia, L. R. (2019). Leather Craft Industry and Tourism: A Symbiotic Relationship? (A Case Study of Magetan East Java Indonesia). *Harmonia: Journal of Arts Research and Education*, 19(2), 141–151. <https://journal.unnes.ac.id/nju/harmonia/article/view/21124>
- Sugiyono. (2009a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 227). Alfabeta.
- Sugiyono. (2009b). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (p. 224). Alfabeta.
- Sugiyono. (2009c). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (p. 101). Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (Cet. Ke-19, p. 241). Alfabeta.
- Sugiyono. (2014a). *Memahami Penelitian Kualitatif* (p. 92). Alfabeta.
- Sugiyono. (2014b). *Memahami Penelitian Kualitatif* (p. 95). Alfabeta.
- Sugiyono. (2014c). *Memahami Penelitian Kualitatif* (p. 99). Alfabeta.
- Suryana. (2023). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (p. 36). Salemba Empat.
- Susilo, P., & Wasnardi, P. D. (2020). Marketing Strategy Analysis of Small and Medium Enterprises (SMEs) Leather Craft Industry in Sukaregang, Garut Regency. *Journal Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 477, 573–576. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iccd-20/125945233>
- Suyanto, B., & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan* (p. 171). Prenada Media.
- Syahputra, J., Ramadhani, S., & Tambunan, K. (2025). Rattan Craft Industry

Development Strategy in the Study of Maqashid Syariah in Tanjung Pasir Village. *Electronic Journal of Education, Social Economics and Technology*, 6(1), 733–743.
<https://ejaset.saintispub.com/ejaset/article/view/922>

Trisnawaty, D. M., & Faizah, S. I. (2022). The Role of Creative Economy in The Welfare of Members of Sobat Hidup Berkah in Surabaya from Maqashid Al-Shari'ah Perspective. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 413–426. <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/33020>

Wakimin. (2025). *Pemilik Usaha Produk Kerupuk Kulit Sapi “Rambak Cahaya.”* Wawancara Pribadi.

Website Resmi Pemerintah Kabupaten Batang. (2020a). *Letak Geografis*. <https://batangkab.go.id/?p=2&id=2>

Website Resmi Pemerintah Kabupaten Batang. (2020b). *Potensi Kerajinan Kulit Masin*. <https://batangkab.go.id/?p=2&id=28>

Website Resmi Pemerintah Kabupaten Batang. (2020c). *Potensi Kerupuk Rambak*. <https://batangkab.go.id/?p=2&id=35>

Website Resmi Pemerintah Kabupaten Batang. (2020d). *Wilayah Kecamatan Warungasem*. <https://batangkab.go.id/?p=2&id=15>

Wijaya, I. G. B. (2022). *Buku Ajar Ekonomi Kreatif: Tinjauan Teoritis* (Cet. Ke-1, pp. 3–4). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI).

Wulandari, E. P., Saiban, K., & Munir, M. (2022). Implementasi Maqashid Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 1–15.
<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/invest/article/view/3661>

Zubaidi. (2025). *Pemilik Usaha Produk Kerajinan Kulit Hewan Sapi “Karya Remaja.”* Wawancara Pribadi.