

**PROSPEK ALUMNI MANAJEMEN DAKWAH DALAM
MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**M. RIZKI ANDANI
NIM. 180403062**

Program Studi Manajemen Dakwah



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH 2023 M/1444 H**

PROSPEK ALUMNI MANAJEMEN DAKWAH DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Manajemen Dakwah

Oleh

M. RIZKI ANDANI

NIM. 180403062

Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Program Studi Manajemen Dakwah

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Jailani, M.Si.

NIP. 196010081995031001



Khairul Habibi, S.Sos., MA

NIP. 20180625119911066

**PROSPEK ALUMNI MANAJEMEN DAKWAH DALAM
MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF**

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry dan
Dinyatakan Lulus serta diterima sebagai salah satu Tugas Akhir Studi
Program Sarjana (S1) dalam Ilmu Manajemen Dakwah

Pada hari dan tanggal 24 Juli 2023
6 Muharam 1445

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,

Dr. Jailani, M.Si.
NIP. 196010081995031001

Sekretaris,

Khairul Habibi, S.Sos., MA
NIP. 201806251119911066

Penguji I,

Kamaruddin, S.Ag., M.A
NIP. 196904141998031000

Penguji II,

Raihan, S.sos.L., M.a
NIP. 198111072006042000

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry



Pd. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd
NIP. 196412201984122001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah in:

Nama : M. Rizki Andani

Nim 180403062

Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Judul Skripsi : Prospek Alumni Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif

Degan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan;
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain;
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli pemilik karya;
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data;
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihaklain atas karya saya, dan telahmelalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Banda Aceh, 13 Juli 2023

Yang menyatakan,

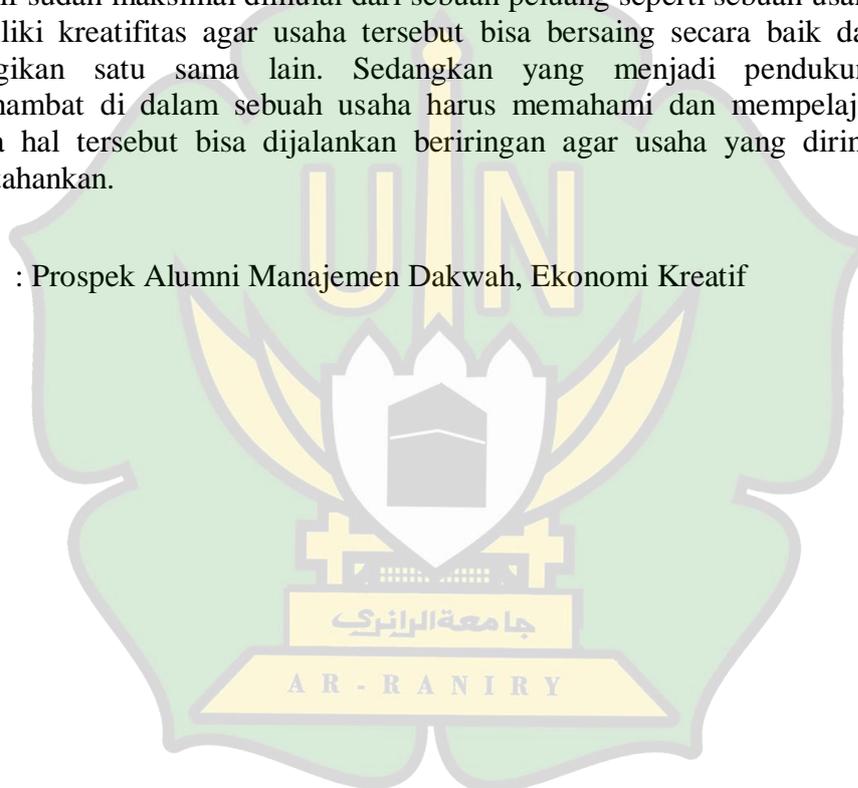
AR - RANIRY

Rizki Andani

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Prospek Alumni Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif”. Ekonomi kreatif merupakan gambaran umum tentang usaha yang sedang dijalankan oleh para alumni Manajemen Dakwah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif dan hal yang berkaitan dengan pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif alumni Manajemen Dakwah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan metode dokumentasi. Teknik analisis data dengan tahapan pengumpulan data, disusun dan disajikan yang kemudian dianalisa untuk mengungkapkan arti tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prospek alumni Manajemen Dakwah Dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif sudah maksimal dimulai dari sebuah peluang seperti sebuah usaha harus memiliki kreatifitas agar usaha tersebut bisa bersaing secara baik dan tidak merugikan satu sama lain. Sedangkan yang menjadi pendukung dan penghambat di dalam sebuah usaha harus memahami dan mempelajari agar kedua hal tersebut bisa dijalankan beriringan agar usaha yang dirintis bisa dipertahankan.

Kata Kunci : Prospek Alumni Manajemen Dakwah, Ekonomi Kreatif



KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji bagi Allah *subhanahu wa ta'ala*, Tuhan Semesta Alam, atas berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nyalah, karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rasulullah *Shallallahu'Alaihi wa Sallam*, beserta keluarganya, sahabatnya, dan kepada seluruh umat islam di seluruh dunia. Dengan segala rahmat, ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Prospek Alumni Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif**". Yang disusun dengan maksud untuk mengadakan penelitian karya ilmiah.

Selama pembuatan skripsi ini banyak rintangan dan kesulitan yang penulis hadapi, berkat kerja keras, do'a, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga semua bisa dilewati dan dijalani. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT karena dengan karunianya masih memberikan kesehatan badan dan pikiran sehingga bisa menyelesaikan tulisan akhir ini dengan lancar dan aman.
2. Kepada Orang tua saya yang selalu mendoakan serta mendukung saya untuk menyelesaikan studi ini, juga kepada keluarga, dan juga kepada Abang dan Kakak saya yang selalu mendukung saya.
3. Kepada Rektor Uin Ar-Raniry Banda Aceh Beserta Seluruh Civitas Akademika Uin Ar-Raniry, Terkhusus Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang kami banggakan.
4. Kepada Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Serta Sekretaris Prodi dan juga staff operator serta seluruh dosen Manajemen Dakwah yang saya Hormati.
5. Kepada Pembimbing Skripsi saya Bapak Dr. Jailani, M.Si. dan Bapak Khairul Habibi, S.Sos.MA yang sudah memberikan ilmu yang sangat banyak kepada saya

dalam proses penulisan tugas akhir ini . Beserta yang terhormat kedua penguji saya dalam proses Sidang Munaqasyah Skripsi ini.

6. Kepada Rekan yang selalu berada di samping saya Irwandi, Islahuddin, Cut Addis Maulidia, Aulia Muttaqin, Abdul Rani Rianda, Maisyah Alfiandi, Dakia, Al-Miftahul Rizki, Atin, Asyona, Indah, Yeni, Diana, Serta semua rekan yang tidak bisa saya tuliskan satu per satu.

7. Yang paling khusus untuk pemilik Nim 180212096 terima kasih telah ada dalam perjuangan perkuliahan menulis skripsi, tetap menjadi baik untuk selamanya.

8. Seluruh teman-teman seperjuangan letting 2018 Prodi Manajemen Dakwah, serta seluruh pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi pembaca dan demi pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa masih banyak ditemukan kekurangan dalam penulisan. Oleh karena itu, kritikan dan saran yang membangun sangat diharapkan demi menyempurnakan karya ilmiah ini di lain waktu. Semoga Allah SWT meridhoi penulisan ini dan senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Banda Aceh, 13 Juli 2023

Penulis,

M. Rizki Andani

NIM. 180403062

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Pengertian Prospek Alumni.....	9
C. Ekonomi Kreatif.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Metode Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Teknik Analisa Data.....	30
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	32
A. Gambaran Umum Prodi Manajemen Dakwah.....	32
B. Hasil Penelitian.....	34
C. Analisis	45
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Surat Keputusan Rektor IAIN Ar- Raniry Darussalam Banda Aceh Nomor: IN/3/K/IV/PP.00.9/3244/1995 Tanggal 19 Agustus 1995 Tentang permohonan persetujuan pembukaan Jurusan baru pada Fakultas Dakwah yaitu Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Prodi Manajemen Dakwah (MD). Maka hasil keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor: E/5 1996 Tanggal 8 Januari 1996 di Jakarta tentang pembukaan kedua prodi baru tersebut resmi dibuka untuk mengantisipasi ketersediaan tenaga –tenaga terdidik bidang Pengembangan Masyarakat dan Manajemen Dakwah pada masa akan datang dan peningkatan program studi di Fakultas Dakwah dipandang perlu menyelenggarakan atau memiliki Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam dan Manajemen Dakwah.¹

Fakultas Dakwah dan Komunikasi merupakan salah satu dari sembilan Fakultas yang terdapat di lingkungan UIN Ar-Raniry.² UIN Ar-Raniry sendiri sebelumnya bernama IAIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh yang terkenal sebagai jantung hati masyarakat Aceh.³ Fakultas ini didirikan pada tanggal 3 Oktober 1968 dan merupakan Fakultas Dakwah pertama di lingkungan IAIN se-Indonesia. Kehadiran Fakultas Dakwah sendiri tidak dapat dipisahkan dari salah seorang sosok pemimpin Aceh Prof. Ali. Hasjmy yang pernah menjabat sebagai Rektor IAIN Ar-Raniry dan

¹ Mulia Akbar, “Strategi Prodi Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Jumlah Lulusan”, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, hlm. 1.

² Website Resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, diakses pada tanggal 11 Desember 2020.

³ Website Resmi, Sumber referensi <https://kemenag.go.id/read/iain-ar-araniry-jantung-hati-rakyat-aceh-v92pm>.

Dekan Fakultas Dakwah selama tiga periode (1968-1971, 1971-1975 dan 1975-1977).⁴ Dari tokoh pendiri Kota Pelajar Darussalam inilah lahir ide mendirikan Fakultas Dakwah. Ide ini berawal dari pemahamannya terhadap sumber pokok ajaran Islam al-Qur'an dan al-Hadits yang menyebutkan bahwa dakwah merupakan tugas pokok yang harus dilakukan oleh seluruh umat Islam.⁵

Pertama sekali didirikan Fakultas Dakwah dengan nama Fakultas Dakwah dan Publisistik hanya memiliki dua jurusan yaitu Jurusan Penerangan dan Penyiaran Agama Islam (PPAI) pada 7 Oktober 1968 M atau bertepatan dengan 15 Rajab 1388 H, kemudian berubah menjadi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) (sampai sekarang) dan Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Masyarakat (BPM) kemudian berubah menjadi Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI) dan sekarang berubah menjadi Bimbingan dan Konseling Islam (BKI) (sampai sekarang). Manajemen Dakwah (MD) dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI). Keempat jurusan ini mengembangkan seluruh aspek dakwah dalam berbagai dimensi.⁶

Sesuai dengan visi misi Prodi Manajemen Dakwah adalah menjadikan Program Studi Manajemen Dakwah yang unggul sebagai format pengembangan Manajemen modern berbasis Islam dengan misi mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu dibidang Manajemen Dakwah, mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu di bidang perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan monitoring dakwah secara islami dan profesional.⁷

⁴ Website resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Ar-Raniry Banda Aceh, Sejarah Fakultas, di akses pada tanggal 11 Desember 2020.

⁵ <http://fdk.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah-fakultas> sumber dari website resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

⁶ Sejarah fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Ar-Raniry, dipublis 2020

⁷Website Resmi Prodi Manajemen Dakwah <http://pmd.uin.ar-raniry.ac.id/indeks.php/id/posts/visi-dan-misi>.

Prodi Manajemen Dakwah telah melahirkan alumni dalam membangun usaha ekonomi kreatif dan telah berkembang dengan disiplin dalam memiliki usaha ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang mengedepankan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi.⁸

Menyangkut dengan prospek bagaimana seorang alumni Manajemen Dakwah dalam menciptakan usaha ekonomi kreatif yang dibangun dari nol hingga menghasilkan pendapatan yang sesuai dengan usahanya, adapun usaha yang dibangun oleh sebagian alumni Manajemen Dakwah diantaranya adalah membangun usaha Kebab, Kelontong, Papan bunga, Ikan Hias, dan Olshop. Disamping itu juga dalam mengembangkan ekonomi kreatif terdapatnya hambatan dan tantangan seperti kurangnya kreativitas dari produk usaha yang dihasilkan, kurangnya ide-ide kreatif dari alumni Manajemen Dakwah, kurangnya modal awal dan tidak adanya kepercayaan diri dari alumni Manajemen Dakwah dikarenakan usaha yang akan dibangun dimulai dari usaha yang kecil seperti counter kecil atau kios dan gerobak kecil, serta banyaknya pesaing dalam usaha yang sama sehingga membuat alumni Manajemen Dakwah memilih untuk menjadi karyawan swasta dengan gaji yang tidak seberapa. Tidak dapat dipungkiri juga dengan hambatan dan tantangan ini menjadikan alumni Manajemen Dakwah memikirkan ingin bisa menjadi PNS, sedangkan bila diperhatikan bahwa ekonomi kreatif lebih berdampak pada pelancaran ekonomi di masa yang akan datang.

Ekonomi kreatif merupakan gambaran umum tentang usaha yang sedang dijalankan oleh para alumni yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam

⁸ I Gusti Bagus Arjana, Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 277.

seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor dari luar, seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, penggunaan teknologi baru meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan harapan dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha.⁹

Ekonomi kreatif berperan besar dalam menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, bahkan sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.¹⁰ Dengan adanya ekonomi kreatif dapat merubah masyarakat yang awalnya hanya sebagai SDM yang biasa saja, akan menjadi SDM yang memiliki nilai tinggi di dalamnya. Sehingga masyarakat yang dulunya kalah akan persaingan dapat bersaing kembali untuk memperbaiki pola hidup mereka. Sehingga masyarakat di harapkan dapat menciptakan sesuatu yang dapat diminati oleh masyarakat maupun daerah maupun luar daerah. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenperakaf) Tahun 2013, peran besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta kreatifitas. Kemunculan konsep “ekonomi kreatif” di era globalisasi telah menarik minat berbagai negara, termasuk indonesia untuk menggunakan konsep ini sebagai model pengembangan ekonomi, diantaranya ekonomi kerakyatan berbasis sumberdaya manusia (SDM) kreatif dan inovatif.¹¹

Sehubungan dengan penjelasan diatas maka Prospek alumni Manajemen Dakwah saat ini menjadi bagian penting dari prodi Manajemen Dakwah, secara tidak

⁹ M. Relona, *Kamus Istilah Ekonomi Populer*, (Jakarta: Gorga Media, 2006), Cett. Ke-3, hlm. 25.

¹⁰ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*, (Bandung: Salemba Empat:2013), hlm. 16.

¹¹ Gusti Bagus Arjuna, *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 227.

langsung membantu akreditasi jurusan itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari prodi Manajemen Dakwah yang telah meluluskan mahasiswa Manajemen Dakwah dengan harapan alumni Manajemen Dakwah sukses dalam segala hal, salah satu diantaranya adalah prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal yang berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno (2014), “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ke-3 dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”. Dalam sejarah ekonomi terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi yang dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, kemudian terbentuklah era informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan di bidang teknologi dan informasi.¹²

Adapun pernyataan yang peneliti lakukan setelah melihat dari hasil wawancara terhadap beberapa usaha yang telah dikembangkan oleh alumni Manajemen Dakwah adalah sejauh ini sudah baik, alumni Manajemen Dakwah merintis usahanya dari nol hingga sampai sekarang ini sudah bisa dikatakan mampu mengembangi ekonomi kreatif dan telah mampu membuka lapangan pekerjaan, disamping itu gagalnya suatu usaha yang telah dijalankan tidak menjadikan alumni Manejemen Dakwah untuk berhenti sampai disitu saja, mereka mencoba untuk menumbuhkan ide dan gagasan baru sehingga usaha nya akan tetap berkembang.

Jadi menurut pengamatan yang sudah peneliti lihat, belum adanya keseluruhan dari pihak alumni di antara peluang dan usaha sehingga peneliti tertarik untuk

¹² Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), hlm. 6

mengangkat penelitian ini dengan judul: **“Prospek Alumni Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif”**.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif?
2. Apa saja pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif alumni Manajemen Dakwah?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif.
2. Untuk mengetahui pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif alumni Manajemen Dakwah.

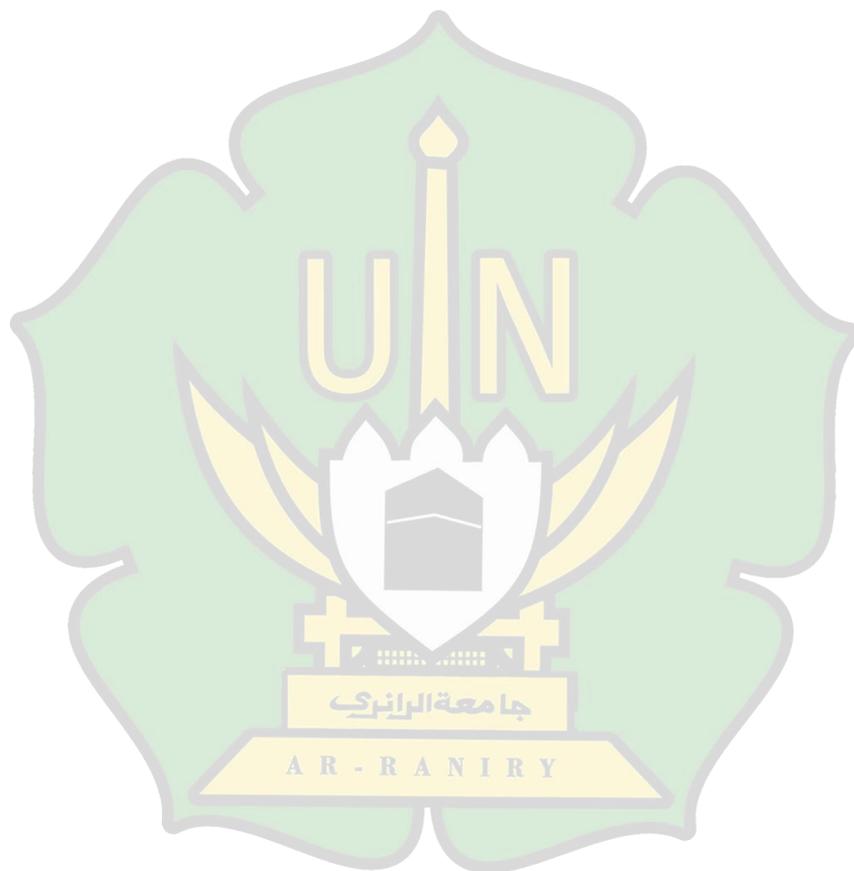
D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman dalam prospek alumni Manajemen Dakwah dalam mengembangkan ekonomi kreatif sebagai suatu usaha dengan tujuan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan para usaha alumni. Penelitian ini juga bermanfaat bagi mahasiswa dan masyarakat umum sebagai tambahan pengetahuan mengenai pengembangan ekonomi kreatif.

2. Manfaat Teoritis (Akademis)

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa sebagai pedoman penelitian dimasa yang akan mendatang dan menjadi sebuah nilai tambahan di bidang mata kuliah manajemen.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian relevan yang dijadikan peneliti sebagai bahan referensi peneliti, diantaranya:

Skripsi Fila Fitriani dengan judul “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur)”. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh para pengrajin kayu yang ada di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur adalah dengan terus meningkatkan inovasi baru yang diinginkan konsumen agar produknya tidak tertinggal oleh pengrajin yang lain. Dari kreativitas dan inovasi yang ditingkatkan oleh pengrajin tentunya meningkatkan minat konsumen dan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh pengrajin tersebut sehingga peran ekonomi kreatif membawa pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan dari usaha pengrajin kayu kriya tersebut. Dalam melakukan kegiatan usahanya pengrajin kayu kriya yang ada di Desa Wonosari telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam seperti dalam hal mengelola, merawat, menguntungkan satu sama lain, bertanggung jawab dengan apa yang dikerjakan.¹³

1. Selanjutnya skripsi Sih Astutik dengan judul “Analisis Ekonomi Kreatif Dalam Mengurangi Pengangguran Terdidik Menurut Perspektif Islam (Studi Sub-Sektor Kuliner Di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)”. Hasil

¹³ Fila Fitriani, “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Kriya Kayu Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020.

penelitiannya menunjukkan bahwa pemanfaatan ekonomi kreatif sub-sektor kuliner sangat beragam, diantaranya kreasi tempat, menu, fasilitas dan pemanfaatan teknologi, yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dan mampu bersaing dengan usaha sejenis. Ekonomi kreatif sub-sektor kuliner mampu mengurangi pengangguran, dan meningkatkan pendapatan, hal tersebut dapat dilakukan dengan melakukan inovasi dan menerapkan sistem strategi pemasaran 4P *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Peran pelaku usaha dalam mengurangi pengangguran dalam prespektif ekonomi Islam, dengan menerapkan prinsip etika bisnis islam, prinsip tolong menolong (*ta'awun*) dan menjual makanan yang halal dan aman.¹⁴

Persamaan dan perbedaan dari skripsi hasil penelitian sebelumnya mengatakan bahwa peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh para alumni Manajemen Dakwah adalah dengan terus meningkatkan inovasi baru yang diinginkan konsumen agar produknya tidak tertinggal oleh pesaing yang lain. Dari kreativitas dan inovasi yang ditingkatkan oleh alumni Manajemen Dakwah tentunya meningkatkan minat konsumen dan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh alumni tersebut sehingga peran ekonomi kreatif membawa pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan dari usaha yang dibangun oleh alumni tersebut. Dalam melakukan kegiatan usahanya alumni Manajemen Dakwah yang membangun usahanya telah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam seperti dalam hal mengelola, merawat, menguntungkan satu sama lain, bertanggung jawab dengan apa yang dikerjakan. Adapun perbedaan diantara

¹⁴ Skripsi Sih Astutik, “Analisis Ekonomi Kreatif Dalam Mengurangi Pengangguran Terdidik Menurut Prespektif Islam”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021.

keduanya dengan yang peneliti lakukan adalah terkait usaha yang dilakukan, pada skripsi diatas fokus pada usaha adalah kriyad kayu sedangkan yang peneliti lakukan adalah beberapa usaha ekonomi kreatif milik alumni Manajemen Dakwah.

Seperti dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 29 Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَوْ تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بَاطِلًا مِمَّا كَسَبْتُمْ سَوَاءٌ بِكُمْ مِنْ يَدٍ حَلَالٍ وَحَلَالٍ وَحَلَالٍ
 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَوْ تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بَاطِلًا مِمَّا كَسَبْتُمْ سَوَاءٌ بِكُمْ مِنْ يَدٍ حَلَالٍ وَحَلَالٍ وَحَلَالٍ
 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَوْ تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بَاطِلًا مِمَّا كَسَبْتُمْ سَوَاءٌ بِكُمْ مِنْ يَدٍ حَلَالٍ وَحَلَالٍ وَحَلَالٍ

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.”

Maksud dari pada Surah An Nisa ayat 29 ini Allah SWT juga melarang untuk mendapat kekayaan dengan unsur zalim kepada orang lain. Contoh dari tindakan memperoleh harta secara batil, yaitu seperti mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat, curang, hingga suap-menyuap.

2. Jurnal Wartoyo, Nur Haida dengan judul “Pemetaan Industri Kreatif di Kota Cirebon (Prospek dan Tantangan Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sub sector kuliner merupakan sub sector paling besar dari jenis ekonomi kreatif lainnya di Kota Cirebon dengan presentase mencapai 42%, disusul kemudian oleh ekonomi Fashion 15%, Ekonomi Kriya, Arsitektur dan Desain Visual masing-masing sebesar 12%. Sedangkan untuk wilayah yang paling banyak pelaku ekonomi kreatifnya adalah Kecamatan Kejaksan dengan persentasi mencapai 45,8%, disusul Kecamatan Harjamukti 37%, Kecamatan Pekalipan 25%, Kecamatan Kesambi 10,7% dan Kecamatan Lemahwungkuk 6%. Dari data tersebut maka ekonomi kuliner, Fashion dan Kriya dapat dijadikan sebagai subsektor unggulan

untuk Kota Cirebon, sedangkan Kecamatan Kejaksan dan Kecamatan Kesambi dapat dijadikan sebagai pusat ekonomi kreatif yang ada di Kota Cirebon. Potensi untuk menjadikan ekonomi Kreatif sebagai salah satu sektor pendongkrak ekonomi lokal di Kota Cirebon sangatlah besar, dengan syarat terjadi kerjasama yang baik antara para pihak terkait sehingga sinergi dan manajemen pengelolaannya berjalan selaras dan seimbang.¹⁵

Persamaan dan perbedaan jurnal dengan skripsi yang peneliti lakukan adalah terdapat persamaan yaitu ekonomi kreatif yang diciptakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada potensi untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor pendongkrak ekonomi lokal di kota Cirebon sangat besar, pada skripsi yang peneliti lakukan hanya usaha ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh alumni Manajemen Dakwah.

B. Pengertian Prospek Alumni

Dalam kamus besar bahasa Indonesia prospek ialah peluang dan harapan, pandangan (kedepan), pengharapan (memberi), harapan baik, kemungkinan.¹⁶ Prospek adalah hal-hal yang mungkin terjadi dalam suatu hal sehingga berpotensi terhadap dampak tertentu.

Menurut Siswanto Sutejo, prospek adalah gambaran keseluruhan, baik ancaman ataupun peluang dari kegiatan pemasaran yang akan datang yang berhubungan dengan ketidakpastian dari aktivitas pemasaran atau penjualan. Siswanto menjelaskan bahwa prospek tidak hanya mengenai hal-hal positif seperti peluang, namun hal negatif juga dari rencana bisnis tersebut.

¹⁵ Wartoyo, Nur Haida, "Pemetaan Industri Kreatif di Kota Cirebon (Prospek dan Tantangannya Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat)", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 6, No. 2, Ed. Juli-Desember 2020, hlm. 230-250.

¹⁶ Ahmad A. K. Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Reality Publisher, 2006), Cet. Ke-1, hlm. 340.

Menurut Paul R. Kruman, prospek adalah peluang yang terjadi karena adanya usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk mendapat profit atau keuntungan. Dalam hal ini prospek dihubungkan dengan dua hal, yakni “peluang” dan “keuntungan”, atau prospek dapat dipahami sebagai sebuah peluang yang memperbesar kemungkinan untuk mendapat keuntungan. Akan tetapi keuntungan tidak tergantung dengan prospek. Tetap tidak akan mampu mendatangkan keuntungan bila tidak diolah dengan baik.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia peluang itu sendiri adalah kesempatan (ruang gerak) baik dalam bentuk kongkrit ataupun abstrak. Sehingga peluang kewirausahaan dapat diartikan kesempatan pasti yang bisa didapatkan seseorang atau lebih dengan mengandalkan potensi diri yang ada serta memanfaatkan berbagai kesempatan atau peluang yang ada segera diambil.¹⁷

Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar, seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, penggunaan teknologi baru meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan harapan dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha.¹⁸

1. Indikator Prospek

Cara mengukur peluang usaha adalah dengan melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman indikator pengukur peluang adalah

¹⁷ Anwar Muhammad, Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi (Jakarta: PRENADA, 2014), hlm. 31.

¹⁸ M. Relona, Kamus Istilah Ekonomi Populer, (Jakarta: Gorga Media, 2006), Cet. Ke-3.

dengan melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Peluang itu mengandung keselarasan, keserasian, dan keharmonisan antara siapa aku (SDM) bisnis apa yang akan dimasuki, pasarnya bagaimana, kondisi, situasi, dan perilaku pasarnya.¹⁹ Kemudian ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha yaitu:

- a. Bidang usaha dan jenis usaha yang akan dirintis
- b. Bentuk dan kepemilikan usaha yang akan dipilih
- c. Tempat usaha yang dipilih
- d. Organisasi usaha yang akan digunakan
- e. Jaminan usaha yang mungkin diperoleh
- f. Lingkungan usaha yang mungkin berpengaruh²⁰

Sedangkan Pengertian Alumni Menurut *Oxford Advanced Learners Dictionary* alumni adalah mantan siswa atau peserta didik pada sekolah, lembaga, atau universitas tertentu. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia alumni merupakan “orang-orang yang telah mengikuti atau tamat dari suatu sekolah atau perguruan tinggi”. Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat diketahui bahwa alumni merupakan peserta didik yang telah menyelesaikan pendidikannya pada suatu lembaga pendidikan, baik itu pendidikan formal maupun pendidikan non formal.²¹

Oleh karena alumni merupakan orang yang pernah merasakan lingkungan di suatu lembaga, maka alumni memiliki keterikatan, baik secara emosional maupun

¹⁹ Hendro.MM, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), hlm.47.

²⁰ Surya, kewirausahaan, pedoman praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses, (Jakarta: Salemba Empat, 2008). Cet. ke-4, hlm.7.

²¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2015. (Online), (Kbbi.web.id), diakses tanggal 30 Agustus 2015

secara fisik, dengan lembaga almamater. Secara fisik, keterikatan dan hubungan timbal balik antara alumni dan lembaga almamater, misalnya adalah kebutuhan legalisir, kebutuhan akreditasi lembaga, dan lain sebagainya. Sedangkan secara emosional, keterikatan yang dirasakan misalnya, jika terdapat pernyataan yang menyinggung mengenai lembaga almamater, maka akan timbul rasa tidak suka dengan perkataan tersebut. Kedua keterikatan ini yang sebenarnya dapat dibangun oleh lembaga almamater untuk meningkatkan kualitas lembaga dengan memberdayakan alumni.

2. Pengertian Pengembangan Alumni

Pengembangan adalah penyiapan individu untuk memikul tanggungjawab yang berbeda atau lebih tinggi di dalam organisasi.²² Bentuk dari penyiapan tersebut berupa pendidikan yang dimandatkan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai praktisi yang profesional. Makna pendidikan memiliki arti bahwa pengembangan tidak hanya dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kognitif dan psikomotorik saja, namun pengembangan juga dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan afektif sumber daya manusia. Sedangkan profesional berarti kemampuan yang memadai yang dimiliki oleh sumber daya manusia, serta komitmen dan konsistensi dalam pelaksanaan kinerja sesuai dengan tanggungjawab yang dimiliki. Berdasarkan dua pendapat tersebut dapat didefinisikan pengembangan alumni merupakan pendidikan yang diberikan kepada alumni agar mampu menjadi anggota organisasi yang profesional dalam mengemban tanggungjawab yang diberikan. Makna profesional berarti a) menampilkan kebiasaan berdisiplin yang baik, b) tanpa diawasi oleh orang lain selalu berusaha

²² Suwatno & Priansa, D.J. 2011. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, hlm. 103.

bekerja dengan cara yang tepat, cepat, dan efisien, c) atas usaha sendiri selalu berupaya memelihara dan mengembangkan keahliannya, d) memiliki rasa bangga serta cinta kepada pekerjaan dan profesinya, e) tidak menyalahgunakan keahliannya sehingga merugikan orang lain, f) menghargai dan menghormati teman seprofesi, dan g) memiliki sistem nilai yang sesuai dengan profesi.²³

Pada penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian prospek alumni adalah peluang dan harapan untuk alumni dalam membangun suatu usaha ekonomi kreatif demi terciptanya lapangan usaha bagi masyarakat dengan ekonomi kreatif yang diharapkan mampu menjadi sumber mata pencaharian bagi alumni dan masyarakat yang ikut berkecimpung. Saat ini ekonomi kreatif menjadi tantangan dan harapan bagi Alumni untuk kemajuan di masa yang akan datang.

C. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah menifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya

²³ Murywantobroto & Abdullah, G. 2012. Upaya Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Menyiapkan Lulusannya Sebagai Tenaga Kerja yang Profesional. Portal Garuda, dalam Portalgaruda (Portalgaruda.org), diakses tanggal 30 Agustus 2015

yang bukan hanya terbarukan bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas.²⁴

Istilah ekonomi dan kreatif sendiri bukanlah dua kata asing yang baru dikenal. Yang baru adalah keterkaitan diantara keduanya yang kemudian menghasilkan penciptaan nilai ekonomi yang dahsyat dan lapangan pekerjaan yang baru melalui eksplorasi ide. Per-definisi ekonomi kreatif sebagai istilah sudah tercakup didalamnya aspek inovasi ide menjadi produk-produk yang kreatif sekaligus inovatif. Ekonomi kreatif menekankan aspek eksplorasi dan eksploitasi ide yang akan membawa pada kinerja ekonomi dan sosial (inovasi).²⁵

Menurut UNCTAD (*United Nations Conference On Trade And Development*), pada umumnya, ekonomi kreatif mengandalkan penggunaan sumber daya kreatif yang sangat melekat pada kemampuan dan keahlian serta keterampilan manusia sebagai pelaku utama pembangunan. Ekonomi kreatif mendorong pertumbuhan, penciptaan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, meningkatkan kualitas sosial, keberagaman budaya, dan pembangunan manusia secara utuh.²⁶

Pada pengertian ekonomi kreatif yang telah dipaparkan, penulis mengambil kesimpulan bahwa ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di dalam era ekonomi baru yang menghubungkan antara informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan sumber daya manusia sebagai tujuan produksi.

Dalam konteks yang lebih luas ekonomi kreatif merupakan suatu konsep yang menyeluruh (holistik) yang berkenaan dengan interaksi yang kompleks antara

²⁴ Mari Eka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008). hlm.1.

²⁵ M. Chatib Basri, DKK, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia*, Cet. 1 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 368.

²⁶ Budi Tri Siswanto, *Pengembangan Higher Order Skills Four CS (HOS4C) Pendukung Industri Kreatif*, Laporan Penelitian 2013, hlm. 7.

budaya, ekonomi, dan teknologi dalam menghadapi dunia global, yang didominasi oleh simbol-simbol, teks, inspirasi, dan imajinasi. Berdasarkan pada definisi tersebut, ada tiga konsep utama kreativitas ekonomi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kreativitas ekonomi menyangkut proses menghasilkan sesuatu dari suatu yang tidak ada.
- 2) Kreativitas ekonomi merupakan hasil dari kolaborasi dalam menghasilkan sesuatu yang lama dengan cara-cara baru.
- 3) Kreativitas ekonomi merupakan penggunaan sesuatu untuk menciptakan sesuatu yang lebih sederhana atau lebih baik.²⁷

Lahirnya ekonomi kreatif dinilai sebagai model Ekonomi Gelombang Keempat dalam abad ini. Gelombang ekonomi pertama adalah ekonomi pertanian, lalu disusul oleh ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Karakteristik yang mendominasi era kreativitas di bidang ekonomi ini antara lain: 1) Munculnya spirit berkolaborasi.

- 2) Gagasan kreatif sebagai aset utama.
- 3) Terbentuknya kantong-kantong komunitas kreatif.
- 4) Lahirnya organisasi atau korporasi yang ramping dan lincah.
- 5) Tumbangnya batas atau sekat pasar lokal.
- 6) Produk-produk yang lebih personal dan berbasis nilai.
- 7) Perubahan yang super cepat.²⁸

²⁷ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, hlm. 36.

²⁸ Latuconsina, hlm. 243.

2. Bentuk Ekonomi Kreatif

Makalah yang ditulis oleh Teddy Sonjaya mengatakan bahwa kreatifitas merupakan modal utama dalam menghadapi tantangan global. Bentuk-bentuk ekonomi kreatif selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, menciptakan “pasa” nya sendiri, dan berhasil menyerap tenaga kerja serta pemasukan ekonomis.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia memanfaatkan momentum ini dengan menyusun Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diperlukan sejumlah SDM yang berkualitas dengan daya inovatif dan kreativitas yang tinggi. Namun, di samping kebutuhan akan SDM yang berkualitas, pengembangan ekonomi kreatif juga membutuhkan ruang atau wadah sebagai tempat penggalian ide, berkarya, sekaligus aktualisasi diri dan ide-ide kreatif. Di negara-negara maju, pebentukan ruang-ruang kreatif tersebut telah mengarah pada kota kreatif (creative city) yang berbasis pada penciptaan suasana yang kondusif bagi komunitas sehingga dapat mengakomodasi kreativitas. Kota-kota di Indonesia, dengan sejumlah keunikannya, memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai kota-kota kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan seiring dengan pengembangan wisata. Kota-kota di Indonesia, seperti Yogyakarta, Bandung, dan Lombok, sebenarnya telah memiliki ruang kreatif, yaitu zonazona wisata itu sendiri. Atraksi wisata dapat menjadi sumber ide-ide kreatif yang tidak akan pernah habis untuk dikembangkan. Proses kreativitas seperti pembuatan souvenir dapat menjadi atraksi wisata tersendiri yang memberikan nilai tambah. Sementara di sisi lain, pasar yang menyerap produk ekonomi kreatif telah tersedia, yaitu melalui turis atau wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata.²⁹

Bentuk-bentuk ekonomi kreatif merupakan hasil suatu produk yang sudah jadi atau bernilai. Suatu produk yang sudah bernilai akan dijual dengan harga yang sesuai dengan produk tersebut. Produk seperti anyaman, bordir, tempat wisata, pasar kreatif dibuat dengan menarik supaya dapat menarik konsumen dan menjadikan hasil jual produk sebagai pendapatan.

²⁹[Http://www.kadinpangandaran.or.id/berita/read/pemberdayaanmasyarakat/31/pengembangan-ekonomi-kreatif-sebagai-penggerak-industri-pariwisata.html](http://www.kadinpangandaran.or.id/berita/read/pemberdayaanmasyarakat/31/pengembangan-ekonomi-kreatif-sebagai-penggerak-industri-pariwisata.html). Diakses 22 November 2018

3. Tujuan Ekonomi Kreatif

Adapun beberapa tujuan yang didapat dengan adanya ekonomi kreatif ini, antara lain:³⁰

a. Memberikan Kontribusi ekonomi yang signifikan

Kehadiran ekonomi kreatif bertujuan untuk memberikan kontribusi kepada negara tentunya pada bidang ekonomi. Kontribusi yang diberikan berupa sebuah kemajuan dan perkembangan dimana bidang ekonomi bisa memberikan tambahan pemasukan bagi negara. Bukan hanya memberikan tambahan pemasukan negara, ekonomi kreatif pun akan menjadi alat bagi negara atau pemerintah untuk menerapkan kebijakan yang sesuai dengan tambahan sesuatu yang baru dan tentunya inovatif sehingga pada putaran perekonomian akan menjadi lebih cepat dan lebih baik pula. Dengan ini memang terlihat negara membutuhkan sebuah ekonomi kreatif yang akan membantunya dalam menghadapi segala permasalahan di zaman globalisasi ini. Tentunya dengan kehadiran ekonomi kreatif inilah pemerintah menemukan sebuah jalan baru untuk memajukan bidang ekonomi.

b. Menciptakan iklim bisnis yang kondusif dan positif

Bukan untuk menciptakan persaingan yang tidak sehat, monopoli atau kebijakan seenaknya sendiri, namun kehadiran ekonomi kreatif adalah untuk memberikan dan menciptakan iklim bisnis yang baik dan kondusif, dimana semua pihak bersaing dengan sehat yakni dengan mengembangkan bisnisnya dengan sentuhan kreatifitas dan inovasi yang

³⁰ <https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/tujuan-ekonomi-kreatif>, diakses pada 17 Oktober 2018

baik. maka dengan hal ini persaingan yang terjadi akan berbuah manis dan menghasilkan manfaat yang luar biasa. Iklim bisnis yang kondusif dan positif ini berdampak positif kepada kemajuan perekonomian karena ada banyak dampak positif dari iklim ini akan menjadikan perekonomian suatu negara kuat dan berkualitas dengan balutan kreatifitas dan inovasi serta bisa bersaing dengan pihak lain.

c. Menciptakan masyarakat yang kreatif dan inovatif

Tujuan utama adanya ekonomi kreatif adalah menciptakan dan membentuk mental kreatif dan inovatif pada diri masyarakat. Kita tahu sendiri bahwasannya masyarakat merupakan penopang perekonomian negara. Ketika masyarakat memiliki daya saing yang tinggi dan kreatif maka akan membantu negara atau pemerintah dalam upaya mengembangkan perekonomiannya. Bukan hanya itu ketika rakyatnya dan pendapatan perkapita naik maka negarapun akan mendapatkan dampak baiknya yakni mendapat perhatian dari banyak pihak karena dianggap negara maju dan berkembang dari sisi perekonomian.

d. Memberikan dampak sosial yang positif

Bukan berarti ketika membahas ekonomi tidak ada hubungannya dengan yang lainnya, namun ketika perekonomian mengalami sebuah peristiwa maka akan berdampak pula pada sosial masyarakat. Tingkat sosial masyarakat biasanya ditentukan dari tingkat perekonomiannya. Semakin tinggi perekonomian mereka maka tingkat status sosialpun akan membaik. Hal ini bisa di dapat dengan memanfaatkan kehadiran ekonomi kreatif. Inilah salah satu tujuan yang dimiliki oleh ekonomi kreatif yakni

memberikan dampak sosial yang positif bagi seluruh masyarakat di suatu negara.

- e. Menggali dan mengembangkan potensi segala yang dimiliki oleh suatu negara

Setiap negara tentunya memiliki potensinya masing-masing, namun saat ini yang banyak kita lihat masih banyak negara yang belum mampu menggali dan mengembangkan potensi yang dimiliki. Contohnya negara kita, bangsa Indonesia. Sebenarnya masih banyak potensi yang belum digali dengan baik, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia dan semua yang dimiliki. Bayangkan jika semua potensi di Indonesia digali dan dikembangkan maka Indonesia akan menjadi negara besar di dunia ini. Cara yang bisa kita lakukan untuk melakukan hal tersebut adalah dengan ekonomi kreatif.

- f. Mengurangi tingkat kemiskinan dan Jumlah Pengangguran

Kemiskinan dan pengangguran merupakan masalah yang masih belum bisa tuntas diatasi. Namun sebenarnya ada cara efektif untuk mengurangi dan bahkan menghilangkannya yakni membuka lapangan pekerjaan serta memberikan bekal kreatifitas bagi para masyarakat. Dengan bekal ini masyarakat akan mampu membuka usaha sendiri yakni menjadi wirausaha, selain itu, dengan berwirausaha bukan hanya dia sendiri yang diuntungkan namun pengangguran yang ada disekitarnya akan mendapatkan pekerjaan baru. Bukan hanya menjadi wirausaha namun ekonomi kreatif akan memberikan mindset bahwasannya untuk selalu bekerja keras untuk mendapatkan uang. Inilah tujuan ekonomi kreatif

ingin mengurangi pengangguran dan kemiskinan yang ada dengan bantuannya.

Berdasarkan pendapat dapat disimpulkan bahwa tujuan ekonomi kreatif adalah mensejahterakan masyarakat, mengurangi pengangguran dan kemiskinan, menggali potensi dan bakat, serta menjadi masyarakat yang kreatif, inovatif dan produktif.

4. Prospek Alumni Dalam Membangun Usaha Ekonomi Kreatif

Prospek dalam artian kata adalah peluang, Peluang usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), terbentuk dari dua kata yaitu dari dua kata yaitu, peluang dan usaha. Peluang sendiri, berarti kesempatan, sedangkan usaha berarti upaya untuk mendapatkan suatu tujuan. Maka, peluang usaha dapat dipahami sebagai suatu kesempatan untuk mengupayakan atau mengusahakan kegiatan demi mencapai tujuan. Kesempatan tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri kreatif.

Peluang Usaha Menurut Thomas W. Zimmerer (dalam Hidayah, 2018)³¹ merupakan sebuah terapan yang terdiri dari kreatifitas serta inovasi untuk memecahkan berbagai masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari. Kemudian, menurut Robbin and Coulter³² peluang usaha merupakan sebuah proses yang mana di dalamnya melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan.

³¹ Mutiara Silmi Hidayah. 2018. Peran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Memfasilitasi Masyarakat Menciptakan Peluang Usaha di Kota Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

³² Ibid.

Prospek alumni dalam membangun ekonomi kreatif adalah dimana seseorang mendirikan sebuah usaha yang bisa memberikan kontribusi kepada ruang lingkup masyarakat dan bisa menjadi tempat peluang kerja bagi yang membutuhkan, disamping itu terciptanya bisnis yang kondusif dan positif antara pemilik usaha dan pelanggan, dalam hal ini seorang pemilik usaha diminta mengerti akan prospek usaha yang dijalankan dikarenakan adanya saingan usaha yang sama dengan orang-orang disekitar yang juga membangun usaha yang sama. Sisi lainnya adalah bisa menciptakan ide kreatif dan inovatif bagi masyarakat, yang bertujuan untuk menciptakan dan membentuk mental kreatif dan inovatif pada diri pemilik usaha, adanya dampak sosial yang positif di kalangan prospek usaha yang dibangun, seperti mempermudah masyarakat dalam mencari kebutuhan apa yang sedang diperlukan. Prospek ekonomi kreatif juga menggali dan mengembangkan potensi segala yang dimiliki oleh suatu negara, bisa dikatakan bahwa di setiap negara memiliki potensi masing-masing, diantara potensi demi kemajuan negara adalah dengan adanya sumber daya alam dan sumber daya manusia, peran daya manusia sangat menentukan suatu keberhasilan ekonomi kreatif. Dengan adanya peningkatan ekonomi kreatif disuatu negara bisa mengurangi jumlah kemiskinan dan jumlah pengangguran di negara tersebut. Maka dengan adanya ekonomi kreatif yang bisa menghilangkan dan mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran yaitu dengan cara membuka lapangan pekerjaan dan memberikan bekal dan ide kreatifitas bagi para kalangan masyarakat.

Maka, dapat disimpulkan bahwa peluang usaha adalah salah satu upaya pencapaian tujuan dengan menggunakan kreatifitas, penggunaan sarana atau

aplikasi untuk menciptakan suatu solusi guna memecahkan suatu masalah yang menjadi peluang yang ada dalam kehidupan sehari-hari.

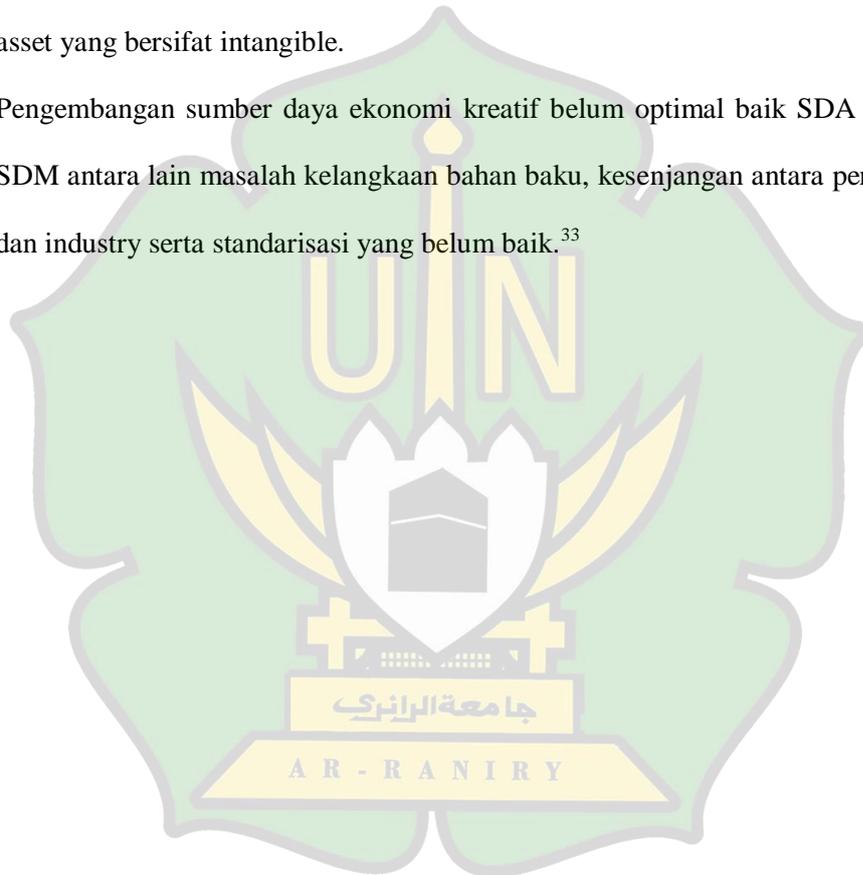
5. Hambatan Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif

Ada 5 kendala pengembangan ekonomi kreatif yakni akses pada bahan baku, pemanfaatan teknologi itu sendiri, persoalan permodalan bagi pelaku usaha, perlindungan terhadap hak cipta industry kreatif atau biasa disebut hak cipta dan dukungan ketersediaan ruang public yang masih kurang.

Peran serta pemerintah dalam hal ikut memacu pertumbuhan perekonomian ini sangat di harapkan. Sinegritas antara pemerintah, pelaku usaha dan akademisi dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi budaya di Indonesia yang pada gilirannya menumbuhkan dan menciptakan ketahanan ekonomi nasional. jelas Rektor UMN, Jakarta. Indonesia masih menggunakan nomenklatur ekonomi kreatif. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif seperti yang tercantum dalam Renbstranya kendala-kendala yang dihadapi tersebut antara lain:

1. Pengembangan industry kreatif belum optimal terutama disebabkan kurangnya daya tarik industry, adanya posisi dominan usaha kreatif, model bisnis industry kretif yang belum matang serta risiko usaha yang harus dihadapi.
2. Pengembangan konten, kreasi dan teknologi kreatif belum optimal, terutama disebabkan infrastrujtur internet belum memadai, infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar, mahalnya mesin produksi, mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif , kurangnya riset konten dan kurangnya pengarsipan konten.
3. Kurangnya perluasan dan petrasi pasar bagi produk dan jasa kreatif di dalam dan luar negeri, kurangnya konektivitas jalur distribusi nasional, terkonsentrasinya pasar luar negeri, tingginya biaya promosi, belum diterapkannya system pembayaran online,dan rendahnya monitoring terhadap royalty, lisensi, hak cipta.

4. Lemahnya institusi kreatif terutama disebabkan adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsector industry kreatif, iklim usaha belum cukup kondusif.apresiasi yang rendah dan pemvajakan yang tinggi dan transaksi elektronik belum di regulasi dengan baik.
5. Minimnya akses pembiayaan pelaku sector ekonomi kreatif, terutama disebabkan belum sesuainya skema pembiayaan dengan karakteristik industry kreatif yang umumnya belum bankable, high risk high return, cash flow yang fluktuatif serta asset yang bersifat intangible.
6. Pengembangan sumber daya ekonomi kreatif belum optimal baik SDA maupun SDM antara lain masalah kelangkaan bahan baku, kesenjangan antara pendidikan dan industry serta standarisasi yang belum baik.³³



³³ I Gusti Atu Oka Netrawati, DKK. “*Hambatan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Lombok Tengah (Studi Kasus Pada Perajin Kain Tenun Tradisional Dusun Sade)*”, Vol. 14 No.4 Nopember 2019.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³⁴ Metode penelitian menurut Sugiyono adalah: “cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan dapat mengantisipasi masalah dalam bidang Pendidikan. Berdasarkan pengertian tersebut, metode penelitian adalah suatu alat bantu untuk mengukur kevalidan dan supaya dapat ditemukan dan dibuktikan kebenarannya.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (Field Research) dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian.³⁵ Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif. Berdasarkan sifatnya penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu sebuah penelitian untuk menggambarkan fenomena atau gejala tertentu.³⁶

2. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.³⁷

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 2

³⁵ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 28.

³⁶ Anas Sudjono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Jakarta: PT Rajawali Grafido Persada, 2006), hlm. 274.

³⁷ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riseach Bisnis* (Jakarta: PT, Bumi Aksara, 2006), hlm. 57.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan memberikan pertanyaan kepada pihak-pihak yang mewakili. Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari usaha milik Alumni Manajemen Dakwah yang memiliki usaha dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara melakukan studi Pustaka yaitu usaha yang dilakukan untuk memperoleh data-data sekunder yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, menelaah, dan menganalisis sumber Pustaka yang relevan seperti buku, serta catatan kuliah yang berkaitan dengan bahasan penelitian sebagai dasar paradigma antara teori yang relevan praktek yang terjadi di lapangan dan beberapa jurnal yang mempunyai keterkaitan variabel dengan judul penelitian.³⁸

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sebagian daerah tepatnya di beberapa titik usaha ekonomi kreatif milik Alumni Manajemen Dakwah.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian

³⁸ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 19.

seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah penelitian.³⁹ Dalam hal ini populasi yang menjadi objek penelitian adalah Alumni Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel.⁴⁰ Sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah menggunakan nonprobabilitas sampling dan Teknik sampel yang akan dipakai yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah Teknik pengambilan suatu sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu sehingga didapatkan hasil yang diharapkan. Ciri-ciri atau pertimbangan yang dimaksud adalah:

- a) Alumni Manajemen Dakwah
- b) Memiliki usaha ekonomi kreatif

Dari pernyataan diatas, maka penulis memperoleh data jumlah sampel yang akan penulis teliti adalah sebanyak 10 orang alumni Manajemen Dakwah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang penulis gunakan dalam pengumpulan data dan mengolah data selama mengadakan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian

³⁹ Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin, *Metodelogi Penelitian* (Bandung: Manjar Maju, 2002), hlm. 34.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Renika Cipta, 2010). Hlm. 173-174.

tersebut.⁴¹ pada penelitian ini penulis mengamati bagaimana prospek Alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan Ekonomi Kreatif di Banda Aceh.

2. Wawancara

Wawancara adalah penulis memperoleh keterangan dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya dan penjawab atau responden.⁴² Dalam hal ini penulis berinteraksi langsung dengan narasumber, serta menanyakan beberapa pertanyaan. Adapun subyek yang akan di wawancarai adalah Manajemen Dakwah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan fakta dan data yang tersimpan dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan berupa catatan harian, sejarah kehidupan, cerita biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen gambar berupa foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya dapat berupa gambar, patung, film dan sebagainya. Studi dokumen merupakan metode pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian observasi dan wawancara. Hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih kredibel jika didukung oleh sejarah pribadi, atau bentuk lain dari metode observasi.⁴³ Adapun dokumentasi yang penulis gunakan sebagai referensi dalam penulisan ini yaitu arsip-arsip dari hasil dilapangan yang akan dilampirkan.

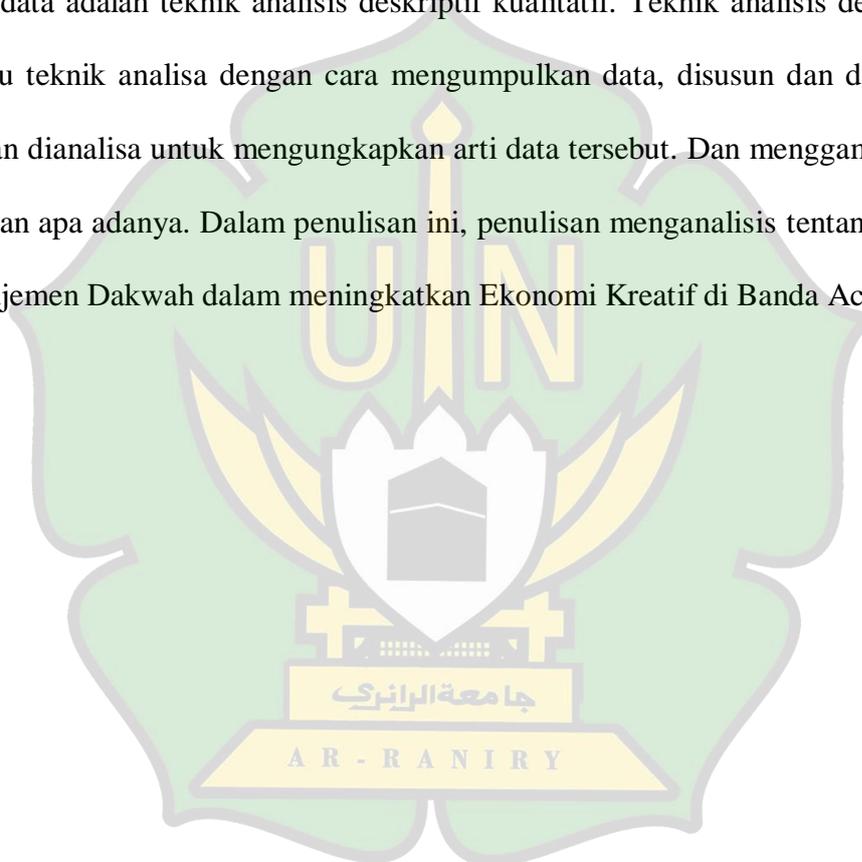
⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) Cet. 3*, (Bandung: Alfabet, 2013), hlm. 196

⁴² M.Nasir, *Metodelogi Penelitian*, Cet 2, (Jakarta: Ghalia Indonesia 1985), hlm. 182.

⁴³ Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif", (Bandung: Alfabeta, 2014). Hlm. 82.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data yang akan dilakukan terdiri atas deskripsi dan analisis, isi deskripsi peneliti akan memaparkan data atau hasil penelitian melalui Teknik pengumpulan data diatas. Dari semua data yang terkumpul kemudian penulis analisis dengan menggunakan metode kualitatif, metode ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena.⁴⁴Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan dalam menganalisis data adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu teknik analisa dengan cara mengumpulkan data, disusun dan disajikan yang kemudian dianalisa untuk mengungkapkan arti data tersebut. Dan menggambarkan keadaan sasaran apa adanya. Dalam penulisan ini, penulisan menganalisis tentang Peran Alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan Ekonomi Kreatif di Banda Aceh.



⁴⁴ Abdul Kadir Muhammad, "Hukum dan Penelitian", (Bandung: PT. Cipta Aditya Bakti, 2004), hlm. 126.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Prodi Manajemen Dakwah

1. Sejarah Prodi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi merupakan salah satu dari sembilan Fakultas yang terdapat di lingkungan UIN Ar-Raniry.⁴⁵ UIN Ar-Raniry sendiri sebelumnya bernama IAIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh yang terkenal sebagai jantung hati masyarakat Aceh.⁴⁶ Fakultas ini didirikan pada tanggal 3 Oktober 1968 dan merupakan Fakultas Dakwah pertama di lingkungan IAIN se-Indonesia. Kehadiran Fakultas Dakwah sendiri tidak dapat dipisahkan dari salah seorang sosok pemimpin Aceh Prof. Ali. Hasjmy yang pernah menjabat sebagai Rektor IAIN Ar-Raniry dan Dekan Fakultas Dakwah selama tiga periode (1968-1971, 1971-1975 dan 1975-1977).⁴⁷ Dari tokoh pendiri Kota Pelajar Darussalam inilah lahir ide mendirikan Fakultas Dakwah. Ide ini berawal dari pemahamannya terhadap sumber pokok ajaran Islam al-Qur'an dan al-Hadits yang menyebutkan bahwa dakwah merupakan tugas pokok yang harus dilakukan oleh seluruh umat Islam.⁴⁸

Dakwah sendiri tidak dapat dipisahkan dari salah seorang sosok pemimpin Aceh Prof. Ali. Hasjmy yang pernah menjabat sebagai Rektor IAIN Ar-Raniry dan Dekan Fakultas Dakwah selama tiga periode (1968-1971, 1971-1975 dan 1975-

⁴⁵ Website Resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, diakses pada tanggal 11 Desember 2020.

⁴⁶ Website Resmi, Sumber referensi <https://kemenag.go.id/read/iain-ar-araniry-jantung-hati-rakyat-aceh-v92pm>.

⁴⁷ Website resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Ar-Raniry Banda Aceh, Sejarah Fakultas, di akses pada tanggal 11 Desember 2020.

⁴⁸ <http://fdk.uin-ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah-fakultas> sumber dari website resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

1977).⁴⁹ Dari tokoh pendiri Kota Pelajar Darussalam inilah lahir ide mendirikan Fakultas Dakwah. Ide ini berawal dari pemahamannya terhadap sumber pokok ajaran Islam al-Qur'an dan al-Hadits yang menyebutkan bahwa dakwah merupakan tugas pokok yang harus dilakukan oleh seluruh umat Islam.⁵⁰

Sesuai dengan visi misi Prodi Manajemen Dakwah adalah menjadikan Program Studi Manajemen Dakwah yang unggul sebagai format pengembangan Manajemen modern berbasis Islam dengan misi mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu dibidang Manajemen Dakwah, mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu di bidang perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan monitoring dakwah secara islami dan profesional.⁵¹

2. Visi dan Misi Prodi Manajemen Dakwah

Visi: Menjadikan Program Studi Manajemen Dakwah yang unggul sebagai format pengembangan Manajemen modern berbasis Islam.

Misi

- a. Mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami di bidang Manajemen Dakwah.
- b. Mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu di bidang perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan monitoring dakwah secara Islami dan profesional.
- c. Melakukan penelitian di bidang manajemen dakwah.
- d. Melaksanakan kegiatan-kegiatan praktek di lembaga-lembaga pemerintahan, sosial dan keagamaan.

⁴⁹ Website resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Ar-Raniry Banda Aceh, Sejarah Fakultas, di akses pada tanggal 11 Desember 2020.

⁵⁰ <http://fdk.uin-ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah-fakultas> sumber dari website resmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

⁵¹ Website Resmi Prodi Manajemen Dakwah <http://pmd.uin-ar-raniry.ac.id/index.php/id/posts/visi-dan-misi>.

e. Menjalin hubungan kerjasama antar lembaga (MoU) secara kontinyu dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan manajemen dakwah.⁵²

3. Tujuan Prodi Manajemen Dakwah

1. Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi manajemen profesional, dengan kepribadian dan sosial keagamaan.
2. Melahirkan karya-karya penelitian yang menggambarkan pemahaman terhadap dasar-dasar/prinsip-prinsip ilmiah sebagai landasan untuk memecahkan masalah di bidang manajemen dakwah.
3. Mendiseminasikan hasil pendidikan dan pengajaran serta penelitian di bidang manajemen dakwah kepada masyarakat.
4. Menghasilkan lulusan yang memiliki kecakapan hidup khususnya yang terkait dengan profesional kerja dan pasar kerja.⁵³

B. Tujuan Ekonomi Kreatif

a. Memberikan Kontribusi ekonomi yang signifikan

Kehadiran ekonomi kreatif bertujuan untuk memberikan kontribusi kepada negara tentunya pada bidang ekonomi. Kontribusi yang diberikan berupa sebuah kemajuan dan perkembangan dimana bidang ekonomi bisa memberikan tambahan pemasukan bagi negara. Bukan hanya memberikan tambahan pemasukan negara, ekonomi kreatif pun akan menjadi alat bagi negara atau pemerintah untuk menerapkan kebijakan yang sesuai dengan tambahan sesuatu yang baru dan tentunya inovatif sehingga pada putaran perekonomian akan menjadi lebih cepat dan lebih baik pula. Dengan ini memang terlihat negara membutuhkan sebuah ekonomi kreatif yang akan membantunya dalam menghadapi segala permasalahan di zaman

⁵² Website Resmi pmd.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/posts/visi-dan-misi diakses pada tanggal 13 maret 2023.

⁵³ Website Resmi pmd.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/posts/visi-dan-misi diakses pada tanggal 13 maret 2023.

globalisasi ini. Tentunya dengan kehadiran ekonomi kreatif inilah pemerintah menemukan sebuah jalan baru untuk memajukan bidang ekonomi.

b. Menciptakan iklim bisnis yang kondusif dan positif

Bukan untuk menciptakan persaingan yang tidak sehat, monopoli atau kebijakan seenaknya sendiri, namun kehadiran ekonomi kreatif adalah untuk memberikan dan menciptakan iklim bisnis yang baik dan kondusif, dimana semua pihak bersaing dengan sehat yakni dengan mengembangkan bisnisnya dengan sentuhan kreatifitas dan inovasi yang baik. maka dengan hal ini persaingan yang terjadi akan berbuah manis dan menghasilkan manfaat yang luar biasa. Iklim bisnis yang kondusif dan positif ini berdampak positif kepada kemajuan perekonomian karena ada banyak dampak positif dari iklim ini akan menjadikan perekonomian suatu negara kuat dan berkualitas dengan balutan kreatifitas dan inovasi serta bisa bersaing dengan pihak lain.

c. Menciptakan masyarakat yang kreatif dan inovatif

Tujuan utama adanya ekonomi kreatif adalah menciptakan dan membentuk mental kreatif dan inovatif pada diri masyarakat. Kita tahu sendiri bahwasannya masyarakat merupakan penopang perekonomian negara. Ketika masyarakat mamiliki daya saing yang tinggi dan kreatif maka akan membantu negara atau pemerintah dalam upaya mengembangkan perekonomiannya. Bukan hanya itu ketika rakyatnya dan pendapatan perkapita naik maka negarapun akan mendapatkan

dampak baiknya yakni mendapat perhatian dari banyak pihak karena dianggap negara maju dan berkembang dari sisi perekonomian.

d. Memberikan dampak sosial yang positif

Bukan berarti ketika membahas ekonomi tidak ada hubungannya dengan yang lainnya, namun ketika perekonomian mengalami sebuah peristiwa maka akan berdampak pula pada sosial masyarakat. Tingkat sosial masyarakat biasanya ditentukan dari tingkat perekonomiannya. Semakin tinggi perekonomian mereka maka tingkat status sosialpun akan membaik. Hal ini bisa di dapat dengan memanfaatkan kehadiran ekonomi kreatif. Inilah salah satu tujuan yang dimiliki oleh ekonomi kreatif yakni memberikan dampak sosial yang positif bagi seluruh masyarakat di suatu Negara.

e. Menggali dan mengembangkan potensi segala yang dimiliki oleh suatu negara

Setiap negara tentunya memiliki potensinya masing-masing, namun saat ini yang banyak kita lihat masih banyak negara yang belum mampu menggali dan mengembangkan potensi yang dimiliki. Contohnya negara kita, bangsa Indonesia. Sebenarnya masih banyak potensi yang belum di gali dengan baik, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia dan semua yang dimiliki. Bayangkan jika semua potensi di Indonesia di gali dan dikembangkan maka Indonesia akan menjadi negara besar di dunia ini. Cara yang bisa kita lakukan untuk melakukan hal tersebut adalah dengan ekonomi kreatif.

f. Mengurangi tingkat kemiskinan dan Jumlah Pengangguran

Kemiskinan dan pengangguran merupakan masalah yang masih belum bisa tuntas diatasi. Namun sebenarnya ada cara efektif untuk mengurangi dan bahkan menghilangkannya yakni membuka lapangan pekerjaan serta memberikan bekal kreatifitas bagi para masyarakat. Dengan bekal ini masyarakat akan mampu membuka usaha sendiri yakni menjadi wirausaha, selain itu, dengan berwirausaha bukan hanya dia sendiri yang diuntungkan namun pengangguran yang ada disekitarnya akan mendapatkan pekerjaan baru. Bukan hanya menjadi wirausaha namun ekonomi kreatif akan memberikan mindset bahwasannya untuk selalu bekerja keras untuk mendapatkan uang. Inilah tujuan ekonomi kreatif ingin mengurangi pengangguran dan kemiskinan yang ada dengan bantuannya.

C. Hasil Penelitian

Dalam prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif berikut hasil wawancara peneliti dengan alumni Manajemen Dakwah yang dijumpai langsung untuk memberikan penjelasan terhadap prospek ekonomi kreatif selaku wirausaha yang merintis usaha ekonomi kreatif.

1. Biodata dan Profil Usaha Alumni Manajemen Dakwah

Biodata

- a) Nama: Jurmadi Abdullah, S.Sos
TTL: Gaseu, 26 Februari 1996
Pendidikan: S1
Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	Pisces Aquatic
Keterangan Usaha	Pisces Aquatic bergerak dibidang menjual ikan hias, akuarium dan bahan-bahan akuarium.
Alamat Usaha	JL. Teuku Umar, no. 285. Gang Geuceu Kayee Jatoe
Jumlah Karyawan	1 Orang
Jenis Usaha	Milik Sendiri

Biodata

- b) Nama: Rinal Khatami, S.Sos
 TTL: Dayah Andeu, Kec.Mila 13 September 1996
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	Abu Florist
Keterangan Usaha	Abu Florist bergerak dibidang usaha papan bunga, yang menerima segala bentuk model papan bunga untuk acara-acara dan hal lainnya.
Alamat Usaha	Lam Ateuk, Desa Babah Jurong, Kec.Kuta Baro Kab. Aceh Besar

Jumlah Karyawan	1 Orang Freelance, sedangkan 5-10 karyawan tidak tetap, sesuai dengan pesanan papan bunga
Jenis Usaha	Milik sendiri

Biodata

- c) Nama: Abdul Haris, S.Sos
 TTL: Lhokseumawe, 1 Oktober 1990
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	Sarjana Bakery And Cake Shop
Keterangan Usaha	Kuliner
Alamat Usaha	Jl. Rama Setia, No. 221, Lampaseh Kota, Kec. Kutaradja, Kota Banda Aceh
Jumlah Karyawan	
Jenis Usaha	Milik sendiri

Biodata

- d) Nama: Muhammad Haikal, S.Sos
 TTL: Sigli, 11 Maret 1998
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	Neelam Geutanyoe
Keterangan Usaha	Parfum
Alamat Usaha	Lingke
Jumlah Karyawan	4 Orang
Jenis Usaha	Milik sendiri

Biodata

- e) Nama: Alkhalil, S.Sos
 TTL: Bireun, April 1989
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	AA Jaya Mobil
Keterangan Usaha	A R Jual Beli Mobil Bekas
Tahun Mulai Usaha	2009
Alamat Usaha	Lhokseumawe
Jumlah Karyawan	4 Orang
Jenis Usaha	Milik Sendiri

Profil Usaha

Nama Usaha	AA Rumoh Laundry & Ayumi Laundry
Keterangan Usaha	Jasa Cuci Pakaian
Tahun Mulai Usaha	2015
Alamat Usaha	Lhokseumawe
Jumlah Karyawan	7 Orang
Jenis Usaha	Milik sendiri

Biodata

- f) Nama: Helmi, S.Sos
 TTL: Simpang Mamplam, 20 Maret 1997
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	SM Celuller
Keterangan Usaha	Counter yang menjual berbagai kuota internet dan keperluan lainnya.
Tahun Mulai Usaha	2022
Alamat Usaha	Samalanga
Jumlah Karyawan	1 Orang
Jenis Usaha	Milik Sendiri

Biodata

- g) Nama: Nor Syuhada, S.Sos
 TTL: Temerloh Pahang, 12 Juli 1994
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	Hijab By Hijrah
Keterangan Usaha	Hijab by Hijrah bergerak dibidang usaha menjual perlengkapan segala macam model hijab kebutuhan perempuan.
Tahun Mulai Usaha	2013
Alamat Usaha	Pahang
Jumlah Karyawan	-
Jenis Usaha	Milik Sendiri

Biodata

- h) Nama: Ina Masturina, S.Sos
 TTL: -
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Online Shop

Profil Usaha

Nama Usaha	Syahdu Store
Keterangan Usaha	Syahdu Store merupakan usaha yang bergerak dibidang menjual segala perlengkapan

keperluan rumah tangga.

Tahun Mulai Usaha	2019
Alamat Usaha	Lhoksukon, Aceh Utara
Jumlah Karyawan	2 Orang

Biodata

- i) Nama: Putri Keumala, S.Sos
 TTL: Cot Seutui, 30 Mei 1995
 Pendidikan: S1
 Pekerjaan: Online Shop

Profil Usaha

Nama Usaha	Online Shop
Keterangan Usaha	Pakaian Muslimah Premium
Tahun Mulai Usaha	2016
Alamat Usaha	Beurawe, Banda Aceh
Jumlah Karyawan	-
Jenis Usaha	Milik sendiri

Biodata

- j) Nama: Zannataini, S.Sos
 TTL: Pangkalan, 15 Agustus 1999
 Pendidikan: S1

Pekerjaan: Wirausaha

Profil Usaha

Nama Usaha	Toko Riza Shop
Keterangan Usaha	Riza Shop salah satu usaha yang bergerak dibidang Perawatan Diri seerti kosmetik, bodycare, parfum, softlens, dan lain-lain.
Alamat Usaha	Jalan Utama Rukoh
Jumlah Karyawan	-
Jenis Usaha	Milik sendiri

2. Prospek alumni Dalam Peningkatkan Ekonomi Kreatif

Alumni Manajemen Dakwah merupakan hasil lulusan dari Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Setiap tahunnya Prodi Manajemen Dakwah melahirkan lulusan-lulusan Sarjana 1. Terlepas dari hilangnya gelar mahasiswa, alumni Manajemen Dakwah harus memiliki aktivitas pekerjaan agar bisa menghasilkan dana untuk melanjutkan kelangsungan hidup. Disamping itu juga, Sebagian alumni Manajemen Dakwah memilih menjadi wirausaha. Wirausaha sendiri adalah usaha yang mereka ciptakan dari awal untuk kelangsungan hidup dan membuka lowongan pekerjaan bagi orang lain. Dalam merintis usaha tersebut tentunya alumni Manajemen Dakwah menerima tinggi dan turunnya pendapatan, tentang bagaimana modal awal bisa dikembalikan, tentang bagaimana dalam mengelola keuangan untuk untung dan memberi gaji

kepada yang memiliki karyawan, disaat usaha mereka lagi menurun, mereka harus memikirkan kembali target apa saja yang bisa meninggikan usahanya sehingga tidak terjadinya rugi. Alumni manajemen dakwah tidak berhenti begitu saja ketika saingan usaha dengan yang lainnya itu sama, karena harus diyakini bahwa rezeki tidak akan tertukar. Alumni Manajemen Dakwah juga harus fokus dan belajar bagaimana cara dalam meningkatkan Ekonomi Kreatif di masa sekarang ini, dan mengerti bagaimana tata cara Kelola suatu usaha yang telah dibangun dari awal sampai bisa bertahan dalam usaha tersebut. Karena pada dasarnya didalam suatu usaha pastinya ada masalah-masalah yang akan terjadi, alumni Manajemen Dakwah diminta memiliki ide baru untuk mencegah adanya masalah yang akan mengganggu usaha ekonomi kreatif. Saat ini dunia sudah memasuki era baru bagi pengusaha yang ingin berwirausaha, karena usaha ekonomi kreatif kini semakin mudah, karena pesatnya perkembangan teknologi menjadi sederet alasan mengapa kemudahan bisa didapatkan, dari teknologi juga alumni Manajemen Dakwah bisa melakukan promosi dengan mudah kepada orang-orang yang menjadi target dalam usaha tersebut. Di tambah lagi mudahnya mendapatkan mentor dalam memulai ekonomi kreatif, legalitas pendirian usaha, dan pemasaran produk merupakan revolusi yang menambah tingkat kepercayaan diri pada Alumni Manajemen Dakwah saat ini untuk memulai langkahnya. Alumni manajemen Dakwah juga berharap agar bisa meningkatkan ekonomi kreatif dan membuka lapangan kerja bagi orang lain.

Dalam prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif berikut hasil wawancara peneliti dengan alumni Manajemen

Dakwah yang dijumpai langsung atau melalui media sosial untuk memberikan penjelasan terhadap prospek ekonomi kreatif selaku wirausaha yang merintis usaha ekonomi kreatif.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Jurmadi Abdullah selaku pemilik usaha Pisces Aquatic mengatakan bahwa:

Jurmadi Abdullah selaku wirausaha yang merintis usaha Pisces Aquatic bergerak dibidang menjual ikan hias, akuarium dan bahan-bahan akuarium mengatakan bahwa prospek ekonomi kreatif merupakan sebuah peluang yang saat ini sangat mudah dilakukan oleh kaum muda yang ingin merintis usaha dikarekan saat ini membangun usaha sendiri lebih baik daripada menjadi karyawan diusaha pada tempat lain. Sekecil atau sebesar apapun usaha yang kita bangun kita menjadi kepala (bos) dalam mengendalikan usaha kita sendiri.⁵⁴

Dari hasil wawancara dengan Jurmadi Abdullah menggambarkan bahwa suatu usaha sangat mudah dilakukan oleh kaum muda yang ingin memulai dari awal.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Rinal Khatami selaku pemilik usaha Abu Florist mengatakan bahwa:

Rinal Khatami selaku wirausaha yang merintis usaha Abu Florist bergerak dibidang usaha papan bunga, yang menerima segala bentuk model papan bunga untuk acara-acara dan hal lainnya mengatakan bahwa apapun usaha yang ingin dimulai harus penuh dengan keyakinan serta giat dalam mengelola usaha tersebut karena usaha yang dibangun tersebut juga dibangun oleh wirausaha lainnya (saingan) maka dari itu fokus kita terhadap peluang usaha ekonomi kreatif agar menghasilkan penghasilan untuk mencukupi kebutuhan hidup dan mengaji karyawan yang membantu dalam usaha yang kita rintis.⁵⁵

Dari hasil wawancara dengan Rinal Khatami menggambarkan bahwa harus fokus dan giat terhadap usaha yang dibangun dan giat dengan

⁵⁴ Hasil wawancara dengan pemilik usaha Pisces Aquatic pada tanggal 5 Februari 2023

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Pemilik usaha Abu Florist pada tanggal 11 Februari 2023

keyakinan dikarenakan usaha yang dirintis tersebut juga dirintis oleh wirausaha lainnya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Abdul Haris selaku pemilik usaha Sarjana Bakery And Cake Shop mengatakan bahwa:

Abdul Haris selaku wirausaha yang merintis usaha Sarjana Bakery And Cake Shop (kuliner) mengatakan bahwa prospek ekonomi kreatif merupakan konsep pada era ekonomi baru yang harus dikembangkan dengan memikirkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide-ide dan pengetahuan dari sumberdaya agar usaha yang dibangun bisa berkembang pesat dan menjadi sasaran utama kepada pelanggan.⁵⁶

Dari hasil wawancara dengan Abdul Haris menggambarkan bahwa ekonomi kreatif harus dikembangkan dengan memikirkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan sumber daya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Muhammad Haikal selaku pemilik usaha Neelam Geutanyoe mengatakan bahwa:

Muhammad Haikal selaku wirausaha yang merintis usaha Neelam Geutanyoe parfum mengatakan bahwa peluang ekonomi kreatif yang dirintis harus memiliki gagasan unik dalam mengeluarkan produk produk baru yang menjadi daya Tarik konsumen, bagaimana gagasan tersebut disusun sedemikian rupa agar konsumen menjadi pelanggan tetap serta memperluas promosi melalui media online dan media cetak agar usaha yang dirintis bisa berkembang untuk memenuhi biaya hidup sehari-hari.⁵⁷

Dari hasil wawancara dengan Muhammad Haikal menggambarkan bahwa ekonomi kreatif harus memiliki gagasan unik agar produk baru yang dikeluarkan menjadi daya Tarik bagi pelanggan.

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Pemilik usaha Sarjana Bakery And Cake Shop (kuliner) pada tanggal 15 Februari 2023

⁵⁷ Hasil wawancara dengan pemilik usaha Neelam Geutanyo pada tanggal 20 Februari 2023

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Alkhalil selaku pemilik usaha AA Jaya Mobil dan usaha AA Rumoh Laundry mengatakan bahwa:

Alkhalil selaku wirausaha yang merintis usaha AA Jaya Mobil dan AA Rumoh Laundry mengatakan bahwa ekonomi kreatif yang dibangun dari awal harus ditata dengan sedemikian rupa sehingga usaha tersebut tidak terjadinya kekurangan dikarenakan saingan dengan usaha yang sama, serta memerlukan konsep kreatif dalam menata keuangan suatu usaha sehingga ketika usaha tersebut sedang naik atau turun kita tidak berhenti.⁵⁸

Dari hasil wawancara dengan bapak Alkhalil menggambarkan bahwa ekonomi kreatif harus ditata sedemikian rupa dan memerlukannya konsep kreatif.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Helmi selaku pemilik usaha SM Celuller mengatakan bahwa:

Helmi selaku wirausaha yang merintis usaha SM Celuller mengatakan bahwa ekonomi kreatif adalah suatu usaha yang perlu ditekuni dengan betul, karena semakin canggihnya teknologi informasi saat ini membuat mudahnya peluang untuk membangun usaha ekonomi yang dikembangkan, dan membangun relasi dengan sebagian masyarakat/Lembaga agar usaha yang dibangun bisa dipromosikan sehingga menjadi daya Tarik pelanggan.⁵⁹

Dari hasil wawancara dengan bapak Helmi menggambarkan bahwa ekonomi kreatif menurutnya hal yang perlu ditekuni dengan betul dan juga membangun relasi dengan sebagian masyarakat/Lembaga agar usaha tersebut bisa dipromosikan.

⁵⁸ Hasil wawancara dengan pemilik usaha AA Jaya Mobil dan AA Rumoh Laundry pada tanggal 19 Januari 2023

⁵⁹ Hasil wawancara dengan pemilik usaha SM Celuller pada tanggal 22 Februari 2023

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan ibu Nor Syuhada selaku pemilik usaha Hijab By Hijrah mengatakan bahwa:

Nor Syuhada selaku wirausaha yang merintis usaha Hijab By Hijrah mengatakan bahwa usaha ekonomi kreatif yang dibangun nya merupakan niat tekad sehingga sekarang usaha yang ditekuninya bertahan, adanya hambatan dan rintangan bukanlah hal yang harus dihindari melainkan adalah mencari jalan keluar sehingga usaha tersebut berjalan dengan lancar dan bisa memperoleh keuntungan didalam usaha tersebut.⁶⁰

Dari hasil wawancara dengan ibu Nor Syuhada menggambarkan bahwa ekonomi kreatif harus dibangun dengan niat tekad sehingga memperoleh keuntungan didalam usaha tersebut.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan ibu Ina Masturina selaku pemilik usaha Syahdu Store mengatakan bahwa:

Ina Masturina selaku wirausaha yang merintis usaha Syahdu Store mengatakan bahwa ekonomi kreatif adalah usaha yang dibangun dengan ide ide kreatif didalamnya, ide kreatif tersebut harus dimunculkan agar usaha menjadi menarik dimata sasaran masyarakat dan bisnis yang dijalankan juga membawa keberkahan serta untung didalam dunia ekonomi kreatif.⁶¹

Dari hasil wawancara dengan ibu Ina Masturina menggambarkan bahwa ekonomi kreatif harus disertakan dengan ide-ide kreatif agar menjadi daya tarik dimata sasaran masyarakat.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan ibu Putri Keumala selaku pemilik usaha Online Shop mengatakan bahwa:

⁶⁰ Hasil wawancara dengan pemilik usaha Hijab By Hijrah pada tanggal 15 Januari 2023

⁶¹ Hasil wawancara dengan pemilik usaha Syahdu Store pada tanggal 28 Januari 2023

Putri Keumala selaku wirausaha yang merintis usaha Online Shop mengatakan bahwa ekonomi kreatif adalah suatu usaha yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif dan adanya kemampuan intelektual untuk membangunnya, karena ekonomi kreatif sendiri tidak terdapat batasan apapun dalam berinovasi dan berkreativitas dalam menciptakan suatu produk usaha.⁶²

Dari hasil wawancara dengan ibu Putri Keumala menggambarkan bahwa ekonomi kreatif membutuhkan gagasan dan ide kreatif dan adanya kemampuan intelektual untuk membangunnya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan ibu Zannataini selaku pemilik usaha Toko Riza Shop mengatakan bahwa:

Zannataini selaku wirausaha yang merintis usaha Toko Riza Shop mengatakan bahwa ekonomi kreatif di era teknologi informasi saat ini sangat menciptakan kompetensi bisnis yang sehat dimana manusia akan saling tolong menolong serta membagikan kiatnya dalam mewujudkan ide tersebut.⁶³

Dari hasil wawancara dengan ibu Zannataini menggambarkan bahwa ekonomi kreatif bisa menciptakan kompetensi bisnis yang sehat.

3. Pendukung dan Penghambat Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Alumni Manajemen Dakwah

Dalam membangun usaha ekonomi kreatif adanya hal yang dirasakan oleh Alumni Manajemen Dakwah adalah pendukung dan penghambat yang dirasakan langsung dalam merintis usaha yang dibangun, usaha ekonomi kreatif bisa berjalan dengan baik apabila adanya pendukung di dalam membangun usaha ekonomi kreatif tersebut, tidak bisa dipungkiri juga seiringan dengan pendukung, disamping itu adanya juga penghambat yang muncul dan terjadi

⁶² Hasil wawancara dengan pemilik usaha Online Shop pada tanggal 28 Februari 2023

⁶³ Hasil wawancara dengan pemilik usaha Toko Riza Shop pada tanggal 15 Februari 2023

bukan halangan untuk memilih berhenti dan menutup usaha tersebut, penghambat tersebut harus diatasi dengan perkembangan ide-ide ekonomi kreatif sehingga usaha tersebut bisa bertahan dan dimajukan untuk kemajuan usaha tersebut sehingga usaha yang dibangun bisa membawa dampak positif besar bagi pemilik usaha dan kalangan masyarakat.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Jurmadi Abdullah beliau mengatakan bahwa:

Pendukung dan penghambat didalam suatu usaha pasti ada, pendukung dalam usaha yang dibangun adalah melalui pelayanan dengan baik, melalui harga yang diatur agar terjangkau, dan melalui ramahnya pembeli dan penjual. Hambatan yang terjadi didalam usaha ini adalah dibukanya took-toko besar dan banyaknya diskon yang diatur oleh strategi marketing saingan serta sepinya pelanggan sehingga bisa memicu kematian pada ikan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Rinal Khatami beliau mengatakan bahwa:

Pendukung dalam usaha yang dirintis adalah dengan cara fokus pada tujuan yang sedang dibangun dengan hambatannya adalah banyaknya peluang dari orang-orang yang ingin membangun usaha yang sama juga, karena hasil pendapatan yang didapatkan memuaskan, dan juga orang baru yang datang tidak mengikuti peraturan yang telah ditetapkan dalam forum.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Abdul Haris beliau mengatakan bahwa:

Pendukung dalam usaha yang dijalani adalah semangat dari keluarga dan lingkungan sehingga semangat ini menjadi usaha tetap bertahan hingga saat ini. Penghambat dalam usaha ini ialah modal promosi yang terlalu tinggi sehingga bersaing dengan harga.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Haikal beliau mengatakan bahwa:

Pendukung dalam usaha yang sedang dijalani saat ini adalah dengan cara kolaborasi dengan konten creator, seniman, media sosial, UKM,

dan pemerintah. Penghambat dalam usaha ini adalah bahan baku yang tidak memadai dengan temperature alam dan juga belum lagi dengan harga bahan baku yang naik turun.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Alkhalil beliau mengatakan bahwa:

Pendukung dalam usaha adalah dengan cara fokus pada target yang ingin dicapai. Penghambat usaha ekonomi kreatif ini ialah ketakutan dalam diri kita sendiri membuka usaha, saya sendiri setiap membuka usaha lebih memikirkan kerugian bukan mengukur keuntungan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Helmi beliau mengatakan bahwa:

Pendukung yang saya terapkan dalam usaha ini ialah fokus pada tujuan dan target yang ingin dicapai. Penghambatnya yang saya rasakan adalah kartu paket yang mati tanggalnya karena tidak mencapai target dan barang yang semakin canggih sehingga kita harus mengupdate dan memasok barang baru.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Nor Syuhada beliau mengatakan bahwa:

Pendukung dalam perniagaan adalah dengan cara menceburi bidang perniagaan dalam industry jahit pual pakaian. Disamping itu penghambat dalam perniagaan ialah pelanggan yang tidak mau membayar uang dan sering mencari masalah dari taylor, dan juga mencari kesalahan dan alasan tidak mau membayar ongkos jahit pakaian.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Ina Masturina beliau mengatakan bahwa:

Pendukung ialah melihat globalisasi terus berputar dan perekonomian kita saat ini diujung ambang jadi pendukung saat ini usaha kreatif dan juga mengikuti sunah nabi salah satu jalan rezeki adalah berdagang. Penghambat dalam hal ini adalah pengiriman barang dan menyediakan barang tempat penyimpanan barang karena sebagai pelanggan ingin cepat sampai barang atau ingin lihat langsung barang yang dipesan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Putri Keumala beliau mengatakan bahwa:

Sebagai pendukung nya adalah jarak yang dikarenakan produk yang saya pasarkan 90% ibu-ibu luar Aceh maka disini saya memakai peluang gaya fashion Wanita yang lagi trend. Penghambatnya ini adalah stok barang yang terbatas, resiko salah kirim barang akibat kelalaian sendiri atau kelalaian ekspedisi.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Zannataini beliau mengatakan bahwa:

Pendukung dalam usaha saya ini adalah dengan cara menarik perhatian pelanggan dan mempromosikan barang yang sedang tren di medsos. Penghambat dalam usaha ini adalah kurangnya minat dan barang yang tidak tersedia ditoko saat customer membutuhkannya.

Setelah peneliti melihat hasil jawaban wawancara dari alumni Manajemen Dakwah, peneliti juga mengambil kesimpulan bahwa pendukung dan penghambat di dalam sebuah usaha yang dibangun adalah sekaligus yang akan terjadi di dalam usaha tersebut, pendukung beriringan dengan penghambat ekonomi kreatif, seorang yang membangun usaha ekonomi kreatif harus lebih memahami dan mempelajari hal yang berhubungan dengan ekonomi kreatif, karena usaha yang dibangun tersebut bukan untuk permainan, melainkan untuk menghidupi kehidupan diri sendiri dan membantu orang lain yang membutuhkan pekerjaan, ekonomi kreatif yang baik adalah dimulai dari seorang usahawan yang tidak cepat merasa puas, melainkan adalah terus berproses belajar sehingga ekonomi kreatif yang dibangun dapat dikembangkan dan bertahan lebih lama. Peneliti bisa ikut merasakan ketika mendatangi langsung alumni Manajemen Dakwah yang membuka usaha, bagi mereka penghambat bukanlah alasan untuk berhentinya ekonomi kreatif yang sudah dirintis nya. Banyaknya saingan usaha

ekonomi kreatif yang telah dibangun oleh usahawan lainnya, alumni Manajemen Dakwah tetap memperhatikan untung dan rugi pada ekonomi kreatif nya sendiri, pesaing bukanlah penghalang dalam membangun suatu ekonomi kreatif yang sama, semua tergantung dari bagaimana seseorang bisa bertahan di ekonomi kreatif tersebut.

Peneliti menambah sedikit dalam konteks ekonomi, kreativitas menunjukkan suatu formulasi ide baru dengan menerapkan ide baru tersebut untuk menghasilkan pekerjaan yang berasal dari produk-produk seni budaya, kreasi yang berfungsi, penemuan ilmu pengetahuan, dan penerapan teknologi.⁶⁴

Dari pengertian di atas, kreatif diperlukan dalam membangun usaha ekonomi, agar pendukung dan penghambat tidak menjadi masalah besar dan memiliki ide untuk mencegah terjadinya hambatan, pendukung juga harus di tingkatkan agar tidak terjadinya hambatan yang tidak diinginkan.

D. Analisis

Tahap akhir adalah analisis, analisis secara umum diartikan suatu kegiatan untuk memeriksa atau menyelidiki suatu peristiwa melalui data untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Dalam hal ini yang menjadi suatu kegiatan pemeriksaan ialah mengenai prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif, peneliti langsung melakukan pengamatan dan juga wawancara terhadap alumni Manajemen Dakwah yang membuka usaha ekonomi kreatif, jawaban yang telah peneliti dapatkan bermacam-macam menurut dari pandangan alumni Manajemen Dakwah. Berikut ini adalah analisis dari rumusan masalah.

⁶⁴ Suryana, Ekonomi Kreatif, *Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 35.

1. Untuk menjawab rumusan masalah pertama mengenai prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif menurut pandangan peneliti sudah memenuhi kriteria yang ada pada bagaimana ekonomi kreatif dibangun. Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan dimasa yang akan datang, juga menjadi peluang yang terjadi karena usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seperti mendapatkan profit atau keuntungan. Alumni Manajemen Dakwah yang menjadi referensi saya dalam penelitian memperhatikan bagaimana prospek yang dijalankan dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif yang dijalankan. Prospek menjadi hal utama dalam usaha ekonomi kreatif. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor- faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat tehnologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar, seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, penggunaan teknologi baru meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan harapan dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha. Alumni Manajemen Dakwah harus memperhatikan faktor-faktor baik faktor dalam maupun faktor luar, kedua hal tersebut tentunya menjadi pengaruh besar dalam usaha ekonomi kreatif yang dibangun. Faktor tersebut tentunya memberikan suatu efek bagi usaha ekonomi kreatif seperti yang telah disebutkan. Disamping menjadi pendukung, faktor tersebut apabila tidak diperhatikan maka prospek yang diterapkan maka akan mengalami masalah pada ekonomi kreatif. Dengan memperhatikan prospek alumni Manajemen Dakwah, usaha yang dijalankan

bisa dipertahankan dengan keuntungan yang baik, dan membantu rekan kerja di usaha ekonomi kreatif yang dibangun.

2. Untuk menjawab rumusan masalah kedua perihal pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif alumni Manajemen Dakwah dimulai dari peluang, tantangan dan hambatan yang diterima oleh Alumni Manajemen Dakwah tidak membuat untuk memberhentikan usaha yang telah dirintis. Pendukung dan penghambat ini adalah hal yang dijalankan oleh alumni Manajemen Dakwah, mereka juga harus memperhatikan segala penghambat dimulai dari hal kecil, pengembalian modal, pesaing, mereka harus memiliki sesuatu kreativitas agar usaha ekonomi yang dijalankan menjadi pendukung. Alumni Manajemen Dakwah juga harus memperhatikan pendukung bagaimana agar pendukung tersebut bisa bertahan dan akan menjadi kemajuan ekonomi kreatif yang di ciptakan. Berbagai model usaha ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh Alumni Manajemen Dakwah, sehingga dari itu pula dapat membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan agar sama-sama mencapai target tujuan. Ekonomi kreatif diartikan sebagai sektor ekonomi yang berfokus untuk menciptakan sebuah produk dan layanan, dari alumni Manajemen Dakwah yang peneliti lakukan, alumni Manajemen Dakwah telah mampu melahirkan produk-produk usaha, diantaranya seperti Sarjana Bakery And Cake Shop (kuliner). Layanan dalam ekonomi kreatif di dalam hal ini adalah jasa yang dilakukan oleh alumni Manajemen Dakwah dengan menyediakan kebutuhan barang untuk keperluan sasaran yang menjadi target penghasilan usaha tersebut, seperti usaha Neelam Geutanyo yang

menyediakan parfum untuk seluruh kalangan, Hijab By Hijrah yang menyediakan semua bentuk model jilbab untuk keperluan kalangan perempuan, begitu juga dengan usaha lain yang dibangun oleh alumni Manajemen Dakwah. Awalnya dalam membangun ekonomi kreatif yang dilakukan alumni Manajemen Dakwah tidak luput dari bergantungnya kepada ide, pengetahuan/wawasan dalam memikirkan usaha tersebut cocok dibangun menjadi ekonomi kreatif, keterampilan yang harus dimiliki dikarenakan usaha yang dibangun tidak menutup kemungkinan dibangun juga oleh orang lain, dan menjadi mata pencaharian bagi alumni Manajemen Dakwah.⁶⁵

Dalam hal ini bagi peneliti sendiri adalah usaha ekonomi kreatif yang telah dikembangkan oleh alumni Manajemen Dakwah telah memadai dari segi modal awal yang dikeluarkan dan mengembalikan modal awal dengan keuntungan yang di dapat, dengan adanya tenaga kerja yang membantu dalam menjalankan usaha, hal tersebut sangat bermanfaat bagi tenaga kerja yang membutuhkan pekerjaan.

Prospek alumni adalah peluang dan harapan untuk alumni dalam membangun suatu usaha ekonomi kreatif demi terciptanya lapangan usaha bagi masyarakat dengan ekonomi kreatif yang diharapkan mampu menjadi sumber mata pencaharian bagi alumni dan masyarakat yang ikut berkecimpung. Saat ini ekonomi kreatif menjadi tantangan dan harapan bagi Alumni untuk kemajuan di masa yang akan datang. Ekonomi kreatif hadir menjadi banyaknya keadaan mempermudah manusia dalam menjalankan usaha ekonomi kreatif, dalam hal ini didasarkan dengan berbasis pada ide, tidak memiliki batasan.

⁶⁵ Halaman Web Ekonomi Kreatif dan Kontribusinya Terhadap Perekonomian Indonesia oleh Lydia Fransisca, diakses pada tanggal 14 Oktober 2021, pukul 19.00 WIB

Ekonomi kreatif muncul disebabkan oleh perubahan pola pikir ekonomi era modern yang dulunya mengandalkan sumber daya alam beralih ke pengembangan sumber daya manusia. Dalam hal ini juga ekonomi kreatif ialah proses penciptaan, kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa, yang dalam prosesnya membutuhkan kreativitas dan kemampuan intelektual.⁶⁶ Kreativitas sangat diperlukan dan merupakan bagian terpenting dalam konsep ekonomi kreatif. Kreativitas tidak terbatas dalam hal penciptaan produk saja, tetapi termasuk penggunaan bahan baku dan inovasi teknologi.

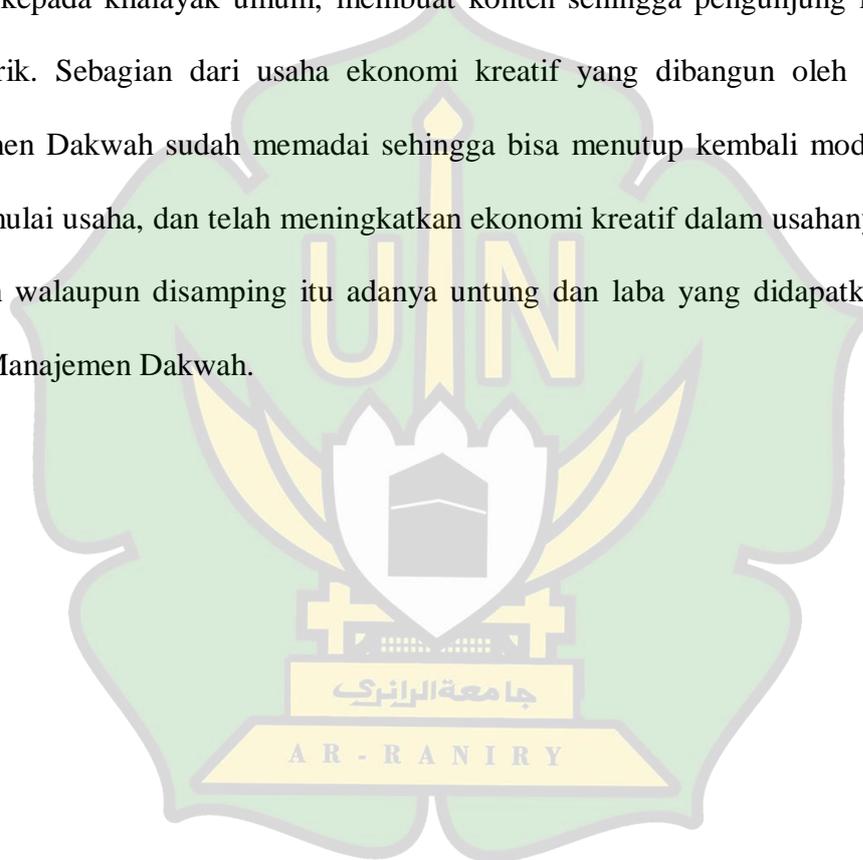
Bagi peneliti, ekonomi kreatif kini bisa dikatakan sangat mendukung pemula yang membangun sebuah usaha ekonomi kreatif, banyak hal baru yang bisa didapatkan dari ekonomi kreatif untuk mengembangkan usaha yang dirintis.

Alumni Manajemen Dakwah menggunakan teknologi untuk mempromosi usaha ekonomi yang dikembangkan, karena saat ini teknologi sangat berpengaruh kepada target yang ingin dicapai oleh Alumni Manajemen Dakwah. Disamping teknologi yang digunakan, alumni Manajemen Dakwah memiliki media online agar mempermudah kinerja promosi seperti Instagram, Tik Tok, Facebook, Whatapps, dan Aplikasi sejenisnya.

Alumni Manajemen Dakwah menggunakan teknologi sejak awal merintis usahanya tersebut, berkat promosi yang dilakukan sehingga adanya pelanggan. Alumni Manajemen Dakwah juga memiliki sasaran utama kepada siapa ditujukan barang usaha ekonomi tersebut, seperti pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, dan kalangan umum sehingga target usaha yang dibangun bisa menghasilkan pendapatan agar nantinya dikelola untuk modal awal dan membeli ulang barang

⁶⁶ Valentine Siagian, dkk, dalam Buku *Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, (2020).

yang sudah habis serta gaji kepada karyawannya. Alumni Manajemen Dakwah terus melakukan promosi agar peluang ekonomi kreatif terus meningkat di samping dengan adanya saingan usaha yang sama. Tidak terlepas dari itu pula, hambatan dan tantangan juga dialami oleh alumni Manajemen Dakwah dalam merintis usahanya, tetapi tidak membuat usaha mereka harus berhenti begitu saja. Alumni Manajemen Dakwah perlu memikirkan ide baru kembali seperti memperluas promosi kepada khalayak umum, membuat konten sehingga pengunjung menjadi daya Tarik. Sebagian dari usaha ekonomi kreatif yang dibangun oleh Alumni Manajemen Dakwah sudah memadai sehingga bisa menutup kembali modal awal saat memulai usaha, dan telah meningkatkan ekonomi kreatif dalam usahanya yang dibangun walaupun disamping itu adanya untung dan laba yang didapatkan oleh alumni Manajemen Dakwah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan wawancara yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa “Prospek Alumni Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif” sebagai berikut:

1. Untuk melihat hasil berdasarkan rumusan masalah pertama penulis dapat menyimpulkan prospek alumni Manajemen Dakwah dalam meningkatkan ekonomi kreatif sudah maksimal yang dilakukan oleh Alumni Manajemen Dakwah dimulai dari sebuah peluang yang saat ini sangat mudah dilakukan, usaha yang ingin dimulai harus penuh dengan keyakinan serta giat dalam mengelola usaha, ekonomi kreatif merupakan konsep pada era ekonomi baru yang harus dikembangkan dengan memikirkan informasi dan kreativitas, peluang ekonomi kreatif yang dirintis harus memiliki gagasan unik dalam mengeluarkan produk produk baru yang menjadi daya Tarik konsumen, ekonomi kreatif yang dibangun dari awal harus ditata dengan sedemikian rupa, suatu usaha yang perlu ditekuni dengan betul, usaha ekonomi kreatif yang dibangun nya merupakan niat tekad, ekonomi kreatif adalah usaha yang dibangun dengan ide ide kreatif didalamnya, ekonomi kreatif adalah suatu usaha yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif dan adanya kemampuan intelektual untuk membangunnnya, ekonomi kreatif di era teknologi informasi saat ini sangat menciptakan kompetensi bisnis yang sehat.
2. Untuk melihat hasil berdasarkan rumusan masalah kedua penulis dapat menyimpulkan pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi

kreatif alumni Manajemen Dakwah diantaranya ialah: Pendukung dan penghambat didalam suatu usaha pasti ada, Pendukung dalam usaha yang dirintis adalah dengan cara fokus pada tujuan yang sedang dibangun dengan hambatannya adalah banyaknya peluang dari orang-orang yang ingin membangun usaha yang sama juga, Pendukung dalam usaha yang dijalani adalah semangat dari keluarga dan lingkungan sehingga semangat ini menjadi usaha tetap bertahan hingga saat ini. Penghambat dalam usaha ialah modal promosi yang terlalu tinggi sehingga bersaing dengan harga. Ditambah dengan pendukung dan penghambat dari segi motif lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat dikemukakan saran yang bermanfaat untuk pihak terkait, saran tersebut diantaranya:

1. Adapun hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi kepada Perguruan tinggi UIN Ar-Raniry, dan Mahasiswa, bahwasanya seorang mahasiswa diharapkan agar menjadi seorang mahasiswa ketika lulus bisa menjadi pendiri suatu usaha ekonomi kreatif.
2. Semoga hasil penelitian ini dapat di pertahankan dan juga bisa menjadi acuan kampus nantinya, agar penerapan penelitian yang sudah dilakukan menjadi lebih optimal

DAFTAR PUSTAKA

Adurrrahman Fathoni, *Metode Penelitian Dan Tehnik Penyusunan Skripsi* ,Cet 1(Jakarta:Rineka Cipta ,2006)Hal 96

Hery Hermawan, Erlangga Brahmanto, “*Perencanaa Pariwisata Berbasis Konservasi*”, (Pekalongan: Nasya Expanding Management 2018), hal.27.

Iqbal Suharto,*Peran Duta wisata panji Galuh Dalam pengembangan Wisata Budaya di Kota Kediri* (Kediri : 2017) vol 1, No. 1 Hal 54-55.

Iqbal Suharto,*Peran Duta wisata panji Galuh Dalam pengembangan Wisata Budaya di Kota Kediri* (Kediri : 2017) vol 1, No. 1 Hal 55.

ketut Suwena, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, cet1(Denpasar: Pustaka Larasan 2017),hlm 15

Lexy j.Moleong, *Metodelogi penelitian kualitataif* ,(Bandung:remaja Rosdakarya,2006) hlm 4

M.Nasir, *Metodelogi Penelitian* , Cet 2,(Jakarta :Ghalia Indonesia 1985)hlm 182

Muhammad Rakib. ” *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata*”, Jurnal Kepariwisataan,Agustus 2017,vol 1, hal.56.

Novita Sari. “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang kuliner Khas Daerah jambi*”, Jurnal Sains sosio Humoniora 2018 vol.2 No 1

Randa, *Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Solok*,(pekanbaru :2015),vol 2 No. 2 Hal 3.

Rohmah, Umi “*Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*”. UIN Raden Intan Lampung.2017.

Sar baitinil, Waza Karia Akbar, Riki, Upaya “*pengembangan objek wisata air terjun (majaujau) desa sagulubbeg kecamatan Siberut Barat Daya*”, Jurnal Kepariwisataan dan Hospitalitas November 2020, Vol 4, No 2, hal.158.

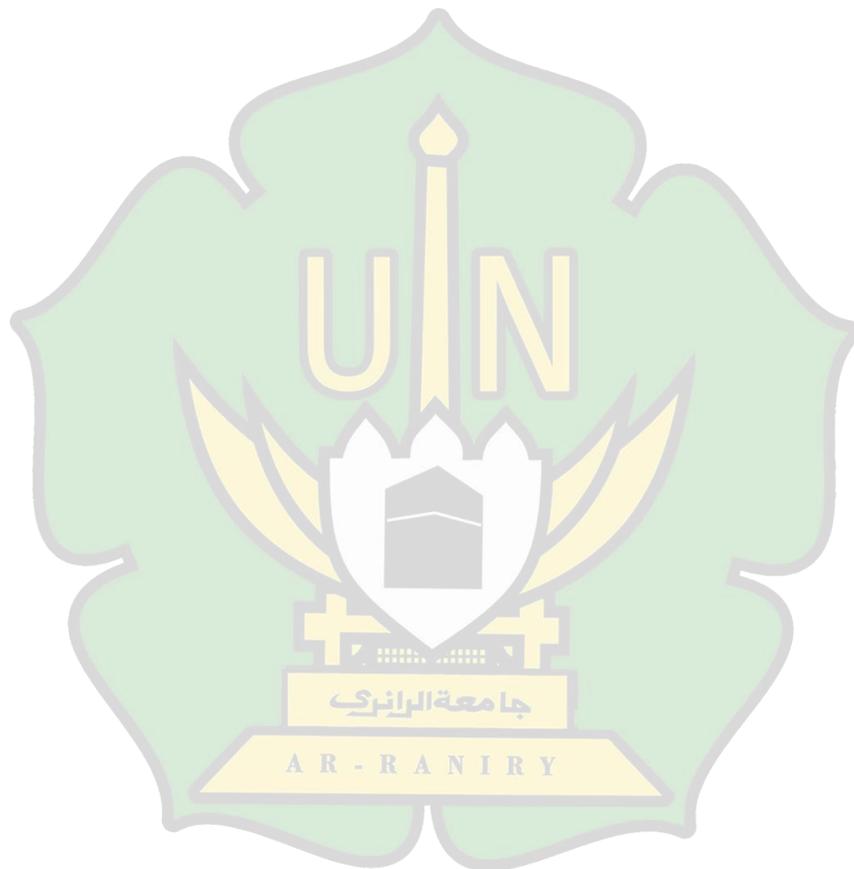
Suhaimi arikunto, *Prosedur Penilaian ;sebuah pendekatan praktek* (Jakarta :rinekaCipta 1993)Hlm 202

Suhaimi arikunto, *Prosedur Penilaian ;sebuah pendekatan praktek* (Jakarta :rinekaCipta 1993)Hlm 202

Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, cet 7(Bandung :Tarsito 1980), Hlm 102

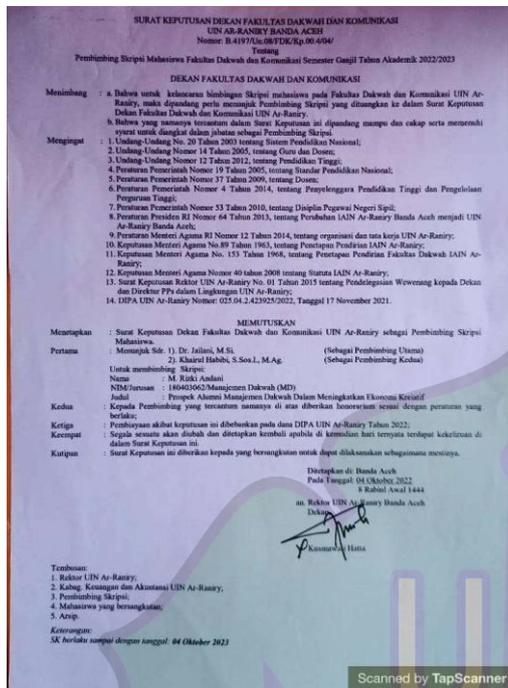
Umi Rohmah, Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam , 2017, hlm 17-18.

Rima Dahlia, Dukungan Orang Tua Dalam Mengembangkan Usaha Ekonomi Kreatif Remaja, 2019, Skripsi UIN Ar-Raniry.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan



Lampiran 2. Surat Penelitian



Lampiran 3. Bukti Turnitin

NEW Skripsi Rizki Andani.docx

ORIGINALITY REPORT

Similarity Index	Internet Sources	Publications	Student Papers
21%	20%	3%	4%

PRIMARY SOURCES:

1	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	7%
2	www.scribd.com Internet Source	2%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
5	ejournal.binawakya.or.id Internet Source	1%
6	text-id.123dok.com Internet Source	1%
7	fdk.uin.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
8	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
9	repository.iainpare.ac.id Internet Source	1%
10	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	<1%
11	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
12	Submitted to Universitas Pakuan Student Paper	<1%
13	pmd.uin.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
14	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1%
15	blog.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1%
16	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1%
17	ejournal.unimus.ac.id Internet Source	<1%

Lampiran 4. Dokumentasi wawancara



Wawancara dengan Bapak Jurmadi Abdullah, S.Sos selaku pemilik usaha Pisces Aquatic



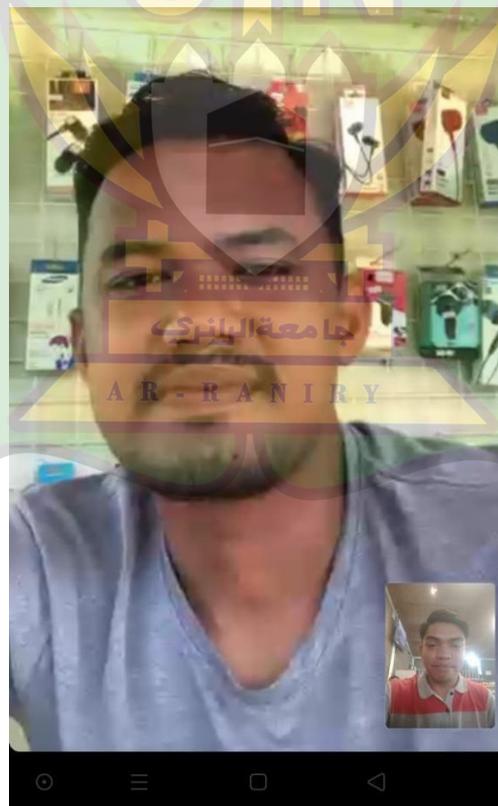
Wawancara dengan bapak Muhammad Haikal S. Sos selaku pemilik usaha Neelam Geutanyo



Wawancara dengan bapak Rinal Khatami S.Sos selaku pemilik usaha Abu Florist



Wawancara dengan bapak Abdul Haris S.Sos selaku pemilik usaha Sarjana Bakery And Cake Shop (kuliner)



Wawancara dengan bapak Helmi S.Sos selaku pemilik usaha SM Celuler.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : M. Rizki Andani
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Mns Baro, 27 Juli 2001
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. NIM : 180403062
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Mns.Baro
 - a. Kecamatan : Kembang Tanjung
 - b. Kabupaten/Kota : Pidie
 - c. Provinsi : Aceh
8. No. Telp/Hp : 082360723889
9. Email : rizkyandani880@gmail.com
10. Anak ke : 5 (Tiga) dari 5 bersaudara
11. Jumlah saudara
 - a. 3 abang laki-laki
 - b. 1 kakak perempuan

Riwayat Pendidikan

12. SD : MIN 1 Ie Leubeu Tahun lulus : 2011
13. SMP : MtSN 2 Pidie Tahun lulus : 2014
14. SMA : SMAS Darussa'adah Tahun lulus : 2018
15. Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Tahun lulus : 2023
16. Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
17. Jurusan : Manajemen Dakwah

Orang Tua/ Wali

18. Nama Ayah : A. Wahab
19. Nama Ibu : Aisyah
20. Pekerjaan
 - a. Ayah : Petani
 - b. Ibu : IRT
21. Alamat Orang Tua
 - a. Kecamatan : Kembang Tanjung
 - b. Kabupaten/Kota : Pidie
 - c. Provinsi : Aceh

Banda Aceh, 13 Juli 2023

Peneliti,

M. Rizki Andani
Nim. 180403062