



Jurnal Ekonomi, Syariah dan Studi Islam

Vol. 2 No. 2 Oktober 2024

E-ISSN: 2986-2981

DOI: <https://doi.org/10.59548>

**PENGEMBANGAN INDUSTRI KALIGRAFI:
PELUANG DAN TANTANGAN MENINGKATKAN
EKONOMI UMAT ISLAM**

Rozi Sakhbana Hasibuan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Corresponding E-mail: rozisakhbanahasibuan@uinsu.ac.id

ABSTRACT

The Islamic calligraphy industry has great potential to improve the economy of Muslims through various forms of commercialization and cultural preservation. The main opportunities include the art and collection market, education and training, as well as the development of creative industries with the application of calligraphy to design and digitalization products. Apart from that, cultural and religious tourism that utilizes calligraphy can attract tourists and improve the local economy. However, the industry faces challenges such as lack of financial support, difficulties in accessing global markets, copyright protection issues, and a lack of adequate education and training. Strategies to overcome these challenges include increased financial support, stronger copyright protection, better education and training, and the use of digital technology. With the right approach, the calligraphy industry can develop rapidly and contribute significantly to the Muslim economy.

Keywords: Calligraphy Industry, Islamic Economy, Opportunities.



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY
International license E-ISSN: 2987-0909, DOI: 10.59548/je.v2i2.173

Pendahuluan

Kaligrafi adalah sebuah seni menulis indah yang berasal dari tradisi Islam, kaligrafi juga memiliki nilai budaya dan religius yang sangat tinggi di berbagai belahan dunia terutama di negara-negara dengan mayoritas muslim, tidak hanya dipandang sebagai bentuk seni, tapi juga sebagai media yang memperkuat identitas dan spiritualitas umat Islam dalam konteks ekonomi, kaligrafi memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi sebuah industri kreatif yang berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan umat Islam.

Kaligrafi adalah salah satu bentuk seni yang sangat erat kaitannya dengan tradisi Islam dan dianggap sebagai puncak dari seni tradisional Islam. Hal ini dikarenakan kaligrafi pada dasarnya merupakan seni yang menggunakan bahasa Arab sebagai elemen utamanya, atau dengan kata lain, kaligrafi adalah seni yang terdiri dari susunan huruf-huruf Arab. Industri kaligrafi Islam memiliki peluang yang sangat besar untuk meningkatkan ekonomi umat Islam melalui komersialisasi dan pelestarian budaya dalam berbagai bentuk. Peluang utama meliputi pendidikan dan pelatihan, pasar seni dan koleksi, dan pengembangan industri kreatif melalui penerapan kaligrafi pada produk desain dan digitalisasi.

Wisata religius dan budaya yang menggunakan kaligrafi juga dapat menarik wisatawan dan meningkatkan ekonomi lokal. Namun, industri ini menghadapi masalah seperti kekurangan dukungan finansial, masalah dengan perlindungan hak cipta, kesulitan untuk mengakses pasar global, dan kurangnya pendidikan dan pelatihan. Strategi untuk mengatasi masalah ini meliputi peningkatan dukungan finansial, perlindungan hak cipta yang lebih baik, peningkatan pendidikan dan pelatihan, dan penggunaan teknologi digital. Industri kaligrafi dapat berkembang pesat dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi umat Islam jika digunakan dengan cara yang tepat.

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa seni kaligrafi memiliki nilai jual yang tinggi, nilai jual tersebut memberi kaligrafi tempat yang layak dalam ekonomi Islam, di mana kaligrafi juga berperan sebagai sumber pendapatan

dan mendorong pertumbuhan bisnis yang didedikasikan untuk memasarkan seni ini. Pengembangan industri kaligrafi juga memiliki tantangan yang sangat beragam. Industri ini dihadapkan pada berbagai isu, mulai dari kurangnya apresiasi dan pemahaman terhadap seni kaligrafi di kalangan generasi muda, hingga keterbatasan akses terhadap pasar global. Di sisi lain, perkembangan teknologi dan media sosial membuka peluang baru bagi para kaligrafer untuk mempromosikan karya mereka ke audiens yang lebih luas dan beragam.

Menurut Rahman yakni salah seorang yang di wawancarai, yang dimana penulis kutip dari jurnal (April, 2024) menjelaskan bahwa menjalankan bisnis kaligrafi memerlukan modal besar, terutama jika mencakup dekorasi masjid dengan menulis kaligrafi di dinding-dindingnya. Modal yang dibutuhkan sangat besar dan resikonya juga tinggi. Oleh karena itu, dalam bisnis ini penting sekali untuk pandai mengelola uang dengan baik, jika tidak pandai mengelola, keuntungan sulit didapatkan, dan kemungkinan besar hanya akan kembali modal atau bahkan mengalami kerugian (April, 2024). Maka dari itu, jika ingin berbisnis kaligrafi, pastikan sudah mahir dalam manajemen, baik itu manajemen waktu, keuangan, atau aspek lainnya, agar bisa mendapatkan keuntungan sesuai harapan (April, 2024).

Penulis dapat menyimpulkan bahwa industri kaligrafi ini memiliki peluang yang sangat besar dalam perkembangan ekonomi umat Islam dan akan tetapi penulis juga menemukan beberapa kendala terkait seni kaligrafi tersebut. Akan tetapi itu bukanlah kendala yang cukup berat bagi mereka yang ingin tetap fokus mengembangkan industri kaligrafi tersebut, karena salah satu alasan mereka juga ingin mendapatkan pahala dengan mereka mempelajari ilmu-ilmu kaligrafi yang tidak lain menggunakan huruf-huruf Arab.

Penulis yakin bahwasanya mereka memiliki strategi yang yang sangat kompeten untuk meningkatkan industri kaligrafi ini untuk meningkatkan ekonomi umat Islam. Sebagaimana yang penulis kutip pada jurnal (April, 2024) bahwasanya orang-orang yang berani terjun ke dalam indutri kaligrafi ini adalah mereka-mereka yang sudah profesional dan juga mahir, akan

tetapi bagi mereka yang belum memiliki kemahiran di dalam seni kaligrafi akan berdampak pada kerugian sehingga tidak dapat mengembangkan industri kaligrafi terhadap ekonomi umat Islam juga.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif tersebut dipilih untuk memahami dan menggambarkan tinjauan industri kaligrafi dalam pengembangan ekonomi umat Islam. Penelitian ini adalah Penelitian Kepustakaan (Library Research) yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian mengenai pengembangan industri kaligrafi, termasuk peluang dan tantangan dalam meningkatkan ekonomi umat Islam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kajian kepustakaan (Library Research). Dalam penelitian ini, penulis mengadopsi metode deskriptif yang menekankan pada analisis mendalam terhadap berbagai sumber dan data yang ada. Pendekatan ini mengandalkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan untuk diinterpretasikan berdasarkan literatur yang membahas topik tersebut. Melalui metode ini, penulis berupaya memberikan gambaran yang komprehensif dan terstruktur mengenai bagaimana industri kaligrafi dapat berkembang dan berkontribusi pada ekonomi umat Islam, dengan mengidentifikasi peluang yang ada dan tantangan yang harus diatasi.

Hasil dan Pembahasan

A. Pengertian Kaligrafi

Kaligrafi adalah seni menulis indah yang berasal dari kata "*calligraphy*" dalam bahasa Inggris, yang berakar dari bahasa Latin. Kata "*kallos*" berarti indah, sedangkan "*graph*" berarti tulisan atau aksara. Dalam bahasa Arab, seni ini dikenal sebagai "Khat," yang berarti garis atau tulisan yang indah (Tinggi et al., 2024).

Menurut *Syaikh Syamsuddin Al-Afkani*, kaligrafi adalah ilmu yang mempelajari berbagai bentuk huruf secara individu, cara mereka dipisahkan

dan diatur, serta metode untuk merangkai huruf-huruf tersebut menjadi susunan kata yang tertulis di atas kertas. Dari pernyataan yang telah disampaikan oleh Syaikh *Syamsuddin Al-Afkani* penulis dapat menyimpulkan bahwa kaligrafi adalah ilmu yang mencakup pemahaman mendalam tentang berbagai bentuk huruf secara individu, termasuk variasi bentuk dan gaya setiap huruf. Selain itu, ilmu ini juga melibatkan cara memisahkan dan mengatur huruf-huruf tersebut dalam tata letak yang harmonis dan estetik. Tidak hanya itu, kaligrafi juga mempelajari metode-metode khusus untuk menggabungkan huruf-huruf tersebut menjadi kata-kata dan kalimat yang tertulis di atas kertas. Dengan kata lain, kaligrafi bukan hanya tentang menulis dengan indah, tetapi juga tentang memahami struktur dan bentuk huruf, serta cara menyusunnya dengan tepat agar menghasilkan karya tulisan yang tidak hanya estetik tetapi juga bermakna. Ini mencakup semua aspek dari bentuk huruf individual, pemisahan dan penataan huruf, hingga metode penggabungan yang semuanya berkontribusi untuk menciptakan tulisan yang indah dan harmonis di atas kertas.

Yaqut Al-Musta'shimi mendefinisikan bahwa kaligrafi adalah sebagai seni arsitektur spiritual yang diwujudkan melalui sarana materi (Schlindwein et al., 2018). Adapun penulis dapat menyimpulkan dari pernyataan *Yaqut Al-Musta'shimi* yakni *Yaqut Al-Musta'shimi* menggambarkan bahwa kaligrafi itu sebagai seni yang menggabungkan aspek spiritual dan materi. Menurutnya, kaligrafi bukan sekadar seni menulis indah, tetapi juga merupakan bentuk arsitektur rohani yang diekspresikan melalui alat dan bahan fisik. Ini berarti bahwa kaligrafi memiliki dimensi spiritual yang mendalam, di mana setiap goresan dan bentuk huruf mencerminkan nilai-nilai dan keindahan batin. Dalam prosesnya, seniman kaligrafi menggunakan alat-alat seperti pena, tinta, dan kertas untuk mengungkapkan keindahan spiritual tersebut. Dengan kata lain, kaligrafi adalah jembatan antara dunia rohani dan dunia fisik, di mana karya tulis yang dihasilkan tidak hanya memanjakan mata tetapi juga menyentuh jiwa, mencerminkan keseimbangan antara estetika dan makna spiritual.

B. Peluang Pengembangan Industri Kaligrafi

Hasil temuan dalam studi ini menunjukkan bahwa, berdasarkan identifikasi posisi strategis industri kerajinan kaligrafi Arab, kekuatan yang dimiliki oleh industri ini lebih besar daripada kelemahannya (Mutohar, n.d.). Kondisi ini menunjukkan bahwa industri kerajinan kaligrafi Arab memiliki potensi yang cukup besar untuk terus dikembangkan. Kekuatan yang dimiliki industri ini, seperti harga produk yang stabil dan keterlibatan dalam kluster industri, memberikan fondasi yang kuat. Upaya untuk meminimalkan kelemahan, terutama dalam hal mutu produk, juga berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan industri ini (Mutohar, n.d.).

Penulis dapat menyimpulkan bahwa hasil temuan dalam studi ini menunjukkan bahwa industri kerajinan kaligrafi Arab memiliki lebih banyak kekuatan dibandingkan dengan kelemahannya berdasarkan identifikasi posisi strategisnya. Ini mengindikasikan bahwa industri ini memiliki potensi yang signifikan untuk terus berkembang. Beberapa kekuatan yang dimiliki industri ini antara lain adalah harga produk yang relatif stabil dan keterlibatan dalam kluster industri, yang membantu meningkatkan kolaborasi dan efisiensi. Selain itu, dengan fokus pada upaya untuk meminimalkan kelemahan, terutama dalam hal meningkatkan mutu produk, industri ini dapat terus tumbuh dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kondisi ini memberikan landasan yang kuat bagi perkembangan industri kerajinan kaligrafi Arab di masa depan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, industri berada pada kuadran II, yang menunjukkan bahwa meskipun industri ini memiliki kekuatan yang cukup besar, ia juga menghadapi tantangan yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan perlunya strategi yang fokus pada peningkatan keterampilan dan investasi untuk meningkatkan kualitas serta kapasitas produksi guna mencapai efisiensi (Mutohar, n.d.).

Manfaat kaligrafi ini sangatlah luas, tidak hanya sebagai seni yang indah untuk dinikmati tetapi juga sebagai peluang bisnis bagi para kaligrafer, semakin tinggi estetika kaligrafi semakin tinggi juga nilai jualnya

(Kurniawati, 2017). Kaligrafi juga dapat meningkatkan kemampuan individu dalam bidang ini (Kurniawati, 2017). Kaligrafi memiliki posisi yang istimewa di antara jenis usaha lainnya dengan tujuan utama untuk meningkatkan kecintaan terhadap ayat-ayat Al-Quran, memperkaya kearifan lokal dalam seni, dan berpotensi meningkatkan ekonomi masyarakat melalui peluang pendapatan yang besar (Kurniawati, 2017).

Penulis dapat menyimpulkan dari pernyataan di atas bahwa kaligrafi memiliki manfaat yang sangat luas. Selain menjadi seni yang indah yang dapat dinikmati, kaligrafi juga merupakan peluang bisnis yang signifikan bagi para kaligrafer. Semakin tinggi estetika kaligrafi, semakin tinggi nilai jualnya di pasar. Selain itu, praktik kaligrafi dapat meningkatkan kemampuan individu dalam mengembangkan keahlian dan keterampilan di bidang ini.

Kaligrafi juga memegang posisi istimewa di antara jenis usaha lainnya dengan tujuan utama untuk memperdalam kecintaan terhadap ayat-ayat Al-Quran dan memperkaya kearifan lokal dalam seni. Potensi ekonomi yang dimiliki kaligrafi dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, melalui peluang pendapatan yang besar dari hasil karya kaligrafi yang dihasilkan.

C. Potensi Seni Kaligrafi dalam Mendorong Ekonomi Kreatif

Seni kaligrafi memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Dengan daya tarik estetika yang unik dan sangat indah, seni kaligrafi tidak hanya merupakan bagian penting dari warisan budaya, tetapi juga menjadi aset ekonomi yang berharga, sehingga keindahan kaligrafi yang menawan mampu menarik perhatian banyak orang dan dapat menciptakan berbagai peluang ekonomi di berbagai sector (Tinggi et al., 2024).

Pasar kaligrafi memiliki potensi yang besar, baik untuk koleksi pribadi maupun sebagai dekorasi, kaligrafi juga dapat memberikan keuntungan bagi pembuatnya, sehingga harus dimanfaatkan dengan optimal (Kurniawati, 2017).

Penggunaan seni kaligrafi dalam industri kreatif dapat memberikan nilai tambah yang besar, baik di tingkat lokal maupun nasional (Tinggi et al., 2024) maksud dari artikel yang penulis kutip bahwa Penggunaan seni kaligrafi dalam industri kreatif memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap nilai ekonomi, baik pada tingkat lokal maupun nasional. Di tingkat lokal, seni kaligrafi dapat meningkatkan perekonomian komunitas melalui penciptaan lapangan kerja dan usaha mikro yang berbasis pada produksi dan penjualan karya kaligrafi. Di tingkat nasional, seni kaligrafi dapat menjadi bagian penting dari identitas budaya yang dipromosikan secara luas, menarik wisatawan, dan meningkatkan ekspor produk-produk kreatif. Dengan keindahan dan keunikan estetika yang dimiliki, kaligrafi dapat menarik perhatian dan minat yang besar dari berbagai kalangan, mulai dari kolektor seni hingga dekorator interior, sehingga membuka peluang pasar yang luas. Oleh karena itu, pemanfaatan seni kaligrafi dalam industri kreatif tidak hanya membantu pelestarian warisan budaya, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi yang signifikan, yang perlu dioptimalkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Kaligrafi dapat diterapkan dalam berbagai produk dan layanan, seperti desain grafis, dekorasi interior, tekstil, perhiasan, souvenir, dan kemasan produk menggunakan elemen kaligrafi, produk-produk ini menjadi lebih atraktif dan bernilai jual lebih tinggi, yang secara keseluruhan meningkatkan daya tarik dan kompetitivitas di pasar (Tinggi et al., 2024). Menurut penulis potensi yang dapat menjadi faktor pemicu pengembangan seni kaligrafi untuk umat Islam yaitu bahwa seni kaligrafi juga dapat berperan dalam sektor pendidikan dan pelatihan. Kursus dan workshop kaligrafi dapat diselenggarakan untuk masyarakat umum dan para profesional di industri kreatif. Program-program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan masyarakat, tetapi juga menciptakan peluang kerja baru bagi instruktur dan praktisi kaligrafi. Kaligrafi dapat berkontribusi pada pengembangan sumber daya manusia yang lebih kreatif dan inovatif.

Secara keseluruhan, penggunaan seni kaligrafi dalam berbagai aspek industri kreatif dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi lokal dan nasional. Dengan meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar, serta melalui pendidikan dan promosi yang tepat, kaligrafi dapat menjadi elemen kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Potensi ini sangat besar dan perlu terus didorong serta dimaksimalkan untuk mencapai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

D. Kendala Pengembangan industri Kaligrafi

Masalah utama dalam seni kaligrafi atau khat adalah kurangnya inovasi, di mana inovasi adalah proses yang berkelanjutan dari penemuan awal (Visual et al., 2022). Proses inovasi bertujuan untuk menciptakan nilai tambah melalui penerapan teknologi (Visual et al., 2022).

Menurut Dian dan Zuhrinal, seperti yang dikutip oleh Fahriza dalam artikel jurnalnya, menyoroti beberapa faktor yang perlu diwaspadai dalam bisnis kaligraf (April, 2024). Salah satu faktor krusial dalam faktor internal adalah kekuatan dalam berbisnis, yang mencerminkan kemampuan sebuah usaha untuk berkembang dan bersaing di pasar (April, 2024). Untuk dapat bertahan dalam industri ini, penting untuk memanfaatkan bahan-bahan yang mudah didapat dengan mengaksesnya dari toko langganan, serta menjaga kualitas produk agar konsumen tetap setia pada usaha kaligrafi tersebut (April, 2024).

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam faktor internal kedua adalah bahwa bisnis kaligrafi memiliki kelemahan dalam hal membutuhkan modal besar, karena biaya pembuatan yang terkait dengan bahan-bahan yang cukup mahal (April, 2024). Karena itu, tidak mengherankan banyak usaha kaligrafi menetapkan harga jual produk mereka dengan angka yang tinggi (April, 2024).

Penulis dapat menyimpulkan bahwa kendala pengembangan industri kaligrafi menyoroti pentingnya faktor internal dalam bisnis kaligrafi, termasuk kemampuan bisnis yang kuat dan kebutuhan modal yang besar.

Biaya tinggi untuk bahan-bahan seperti kertas khusus dan tinta berkualitas mendorong harga produk kaligrafi menjadi tinggi. Pengelolaan modal yang bijaksana dan inovasi dalam pemasaran diperlukan untuk mempertahankan daya saing produk dan menarik konsumen dengan nilai tambah produk kaligrafi yang unik.

Namun demikian, ada tantangan signifikan yang perlu diperhatikan dalam faktor internal kedua, yaitu kebutuhan modal yang besar dalam bisnis kaligrafi. Biaya produksi yang tinggi untuk bahan-bahan seperti kertas khusus, tinta berkualitas, dan alat tulis khusus kaligrafi sering kali mendorong usaha untuk menetapkan harga jual produk mereka dengan angka yang tinggi. Hal ini dapat mengurangi daya saing produk di pasar yang kompetitif dan mempengaruhi aksesibilitas produk kaligrafi bagi konsumen.

untuk mengatasi tantangan tersebut, penting bagi pelaku usaha kaligrafi untuk mengelola modal dengan bijaksana. Mereka dapat mencari pemasukan dengan harga yang lebih kompetitif atau mengeksplorasi opsi impor bahan-bahan dengan biaya lebih rendah. Selain itu, inovasi dalam strategi pemasaran dan penjualan dapat membantu menambah nilai produk kaligrafi, membenarkan harga yang lebih tinggi di mata konsumen melalui desain yang unik atau layanan tambahan yang menarik.

Oleh sebab itu sangat penting bagi penjual tersebut menciptakan nilai tambah dalam sebuah produk, juga tidak boleh diabaikan. Dengan memperkenalkan produk kaligrafi yang memiliki nilai estetika atau fungsi tambahan yang tinggi, usaha dapat menarik segmen pasar yang lebih luas dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan memahami dan mengatasi tantangan ini, pelaku usaha kaligrafi dapat meningkatkan peluang mereka dalam industri yang kompetitif dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi sektor seni kaligrafi secara berkelanjutan.

E. Strategi Pengembangan Industri Kaligrafi

Asal kata "strategi" berasal dari bahasa Latin "strategia," yang mengacu pada seni merencanakan dan menggunakan rencana untuk mencapai tujuan

tertentu (Ramdani et al., 2023). Pusat dari strategi adalah pada mencapai tujuan yang ditetapkan dan juga upaya yang dilakukan untuk mencapainya (Imsar et al., 2021).

Maksud dari kalimat tersebut yaitu merangkum asal usul kata "strategi" yang berasal dari bahasa Latin yaitu "*strategia*," yang menekankan pada seni merencanakan dan menggunakan rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Fokus utama dari strategi adalah mencapai tujuan tersebut melalui serangkaian tindakan yang direncanakan secara hati-hati dan sistematis. Dengan kata lain, strategi melibatkan pemilihan dan pelaksanaan langkah-langkah yang tepat untuk memastikan pencapaian tujuan yang diinginkan.

Menurut Freddy Rangkuti, untuk mencapai tujuan dan sasaran utama suatu organisasi, diperlukan strategi yang meliputi penetapan misi perusahaan, penetapan tujuan organisasi dengan mempertimbangkan kekuatan internal dan eksternal, pengembangan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai target, serta memastikan penerapan strategi tersebut secara tepat (Harahap et al., 2024).

Pengembangan merujuk pada cabang ilmu pengetahuan dan teknologi yang menggunakan teori dan konsep ilmiah yang terbukti untuk menciptakan teknologi baru atau meningkatkan penggunaan, manfaat, dan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada (Sari & Handayani, 2021).

Secara umum, pengembangan mengacu pada pola pertumbuhan, perubahan yang berkelanjutan, dan perubahan secara progresif (Sari & Handayani, 2021). Adapun yang dimaksud dari pernyataan di atas yaitu bahwa Pengembangan dalam konteks ilmu pengetahuan dan teknologi menyoroti proses yang menggunakan teori-teori dan konsep ilmiah yang terbukti untuk menciptakan inovasi baru atau meningkatkan efisiensi dari teknologi yang sudah ada. Hal ini melibatkan aplikasi praktis dari pengetahuan yang ada untuk tujuan menciptakan nilai tambah, baik dalam bentuk teknologi baru maupun dalam meningkatkan kinerja teknologi yang sudah ada.

Pengembangan adalah proses menyeluruh yang melibatkan kerja sama aktif antara pengelola dan masyarakat (Harahap et al., 2024). Melalui proses ini, masyarakat diberdayakan dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan, serta diberikan berbagai fasilitas dan kesempatan untuk mengakses sumber daya unggul guna meningkatkan kesejahteraan mereka (Harahap et al., 2024)

Dari pernyataan di atas penulis dapat memberikan penjelasan bahwa pengembangan sebagai sebuah proses komprehensif yang memerlukan kolaborasi aktif antara pihak pengelola dan masyarakat. Tujuannya adalah untuk memberdayakan masyarakat dengan cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Selain itu, pengembangan juga mencakup pemberian fasilitas dan kesempatan kepada masyarakat untuk mengakses sumber daya yang unggul, yang dapat berupa pendidikan, infrastruktur, atau akses ke pasar. Melalui proses ini, diharapkan kesejahteraan masyarakat dapat ditingkatkan secara signifikan dengan memberikan mereka kemampuan untuk mandiri dan berpartisipasi aktif dalam pembangunan lokal maupun nasional. Kesimpulannya, pengembangan bukan hanya tentang perbaikan kondisi fisik atau ekonomi, tetapi juga tentang pemberdayaan manusia secara holistik untuk mencapai kemajuan yang berkelanjutan dalam berbagai aspek kehidupan mereka.

Strategi pengembangan adalah usaha komprehensif yang membutuhkan dukungan dari manajemen puncak perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan kesejahteraan organisasi dengan menerapkan berbagai strategi intervensi dan mengintegrasikan pemahaman dari ilmu perilaku (Sakinah & Yusrizal, 2023). Strategi pengembangan adalah praktik mengintegrasikan ambisi individu dalam pengembangan pribadi dengan pencapaian tujuan organisasi, yang meningkatkan efektivitas keseluruhan organisasi untuk melibatkan perubahan sistematis di seluruh sistem dalam jangka waktu tertentu, yang terhubung langsung dengan tujuan perusahaan (Sakinah & Yusrizal, 2023). Secara konseptual, penerapan strategi pengembangan dianggap cukup efektif untuk mengatasi tantangan dan

hambatan dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan (Sakinah & Yusrizal, 2023).

F. Strategi Pengembangan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Keberhasilan Nabi Muhammad dalam berbisnis sebagian besar dikarenakan oleh dua faktor utama: karakter yang dapat dipercaya dan diandalkan serta pengetahuan serta keterampilan yang relevan (Harahap et al., 2024). Pendekatan strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh Rasulullah saw didasarkan pada prinsip-prinsip yang memiliki keuniversalan yaitu *ṣiddīq*, yang berarti kejujuran dan ketepatan, menandakan integritas dalam segala transaksi bisnis. Kreativitas, keberanian, dan keyakinan diri memungkinkan untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru dengan visi masa depan tanpa mengabaikan nilai-nilai saat ini, mewakili kombinasi *faṭānah* (kecerdasan) dan amanah (kepercayaan). *tablīg*, sebagai kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan jujur dan efektif kepada orang lain, adalah kunci komunikasi yang baik. *Istiqāmah*, atau konsistensi dalam menerapkan nilai-nilai ini meskipun dihadapkan pada godaan dan tantangan, menunjukkan ketekunan, kesabaran, dan keteguhan untuk mencapai hasil terbaik dalam segala kebaikan.

Disini penulis dapat memberikan argumen dari prinsip-prinsip yang Nabi Muhammad ajarkan kepada umat muslim yaitu kesuksesan dalam berbisnis bagi pengusaha Muslim tidak hanya tentang mencapai keberhasilan finansial, tetapi juga tentang memperoleh keberkahan dalam usaha mereka. Ini berarti mengintegrasikan nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, kreativitas, dan keteguhan dalam prinsip-prinsip bisnis mereka. Dalam Islam, mencari keberkahan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis, ditekankan sejajar dengan tujuan mencapai kesuksesan material. Untuk mencapai hal ini, pengusaha perlu menerapkan disiplin, kepercayaan diri yang kokoh, dan konsistensi dalam berusaha, menjadikan prinsip-prinsip Islam sebagai panduan utama dalam setiap langkah mereka.

enurut Rangkuti, strategi pada dasarnya dapat dibagi menjadi empat jenis strategi (Imsar et al., 2021) yaitu pertama, strategi manajemen mencakup strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh manajemen dengan fokus pada pengembangan strategi secara keseluruhan, seperti strategi pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, keuangan, dan lain-lain. Kedua, strategi investasi adalah kegiatan yang fokus pada investasi, seperti keputusan apakah organisasi akan mengadopsi strategi pertumbuhan agresif, penetrasi pasar, strategi bertahan, pembangunan kembali divisi baru, divestasi, dan lain-lain. Ketiga, strategi bisnis, yang juga dikenal sebagai strategi bisnis fungsional, adalah strategi yang berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen seperti pemasaran, produksi atau operasional, distribusi, organisasi, dan keuangan. Keempat, strategi pemasaran, sering disebut juga sebagai proses pemasaran, mencakup berbagai aspek seperti identifikasi peluang, penetapan target, pengembangan strategi, perencanaan implementasi, dan pengawasan. Ini merupakan proses pengambilan keputusan terkait dengan biaya pemasaran, campuran pemasaran, serta alokasi sumber daya pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan persaingan yang ada.

Kesimpulan

Pengembangan industri kaligrafi memberikan peluang besar bagi ekonomi umat Islam dengan memanfaatkan seni kaligrafi sebagai sumber pendapatan. Namun, tantangannya termasuk biaya produksi yang tinggi untuk bahan-bahan khusus kaligrafi dan persaingan di pasar yang kompetitif. Dengan strategi yang tepat, seperti penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran yang inovatif, dan mengikuti prinsip-prinsip dari Nabi Muhammad industri kaligrafi dapat berkontribusi signifikan pada pertumbuhan ekonomi komunitas muslim.

Daftar Pustaka

- April, V. N. (2024). *Tinjauan Ekonomi Islam Dalam*. 2(1).
<https://doi.org/10.59548/je.v2i1.132>
- Harahap, F. R., Tambunan, K., Lathief, M., & Nasution, I. (2024). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kriya Pada Pengrajin Kaligrafi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Irjie Kaligrafi) Volume 6 No . 2 July 2024 PENDAHULUAN*. 6(2), 112–130.
- Imsar, I., Marliyah, M., & Harahap, F. H. (2021). Strategi Pemasaran Warung Kopi Di Kota Medan Dengan Game Theory. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 20–32.
<https://doi.org/10.30829/hf.v8i2.9783>
- Kurniawati, putri. (2017). pengembangan sumber daya manusia melalui praktek kewirausahaan kaligrafi. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7.
- Mutohar, Ia. (n.d.). kerajinan kaligrafi arab (Studi Pada Pengusaha Kaligrafi Kecamatan Sukomanunggal Surabaya). *Lppm Stei Yadika*, 24–29.
- Ramdani, N. G., Fauziyyah, N., Fuadah, R., Rudiyo, S., Septiyaningrum, Y. A., Salamatuss'adah, N., & Hayani, A. (2023). Definisi Dan Teori Pendekatan, Strategi, Dan Metode Pembelajaran. *Indonesian Journal of Elementary Education and Teaching Innovation*, 2(1), 20.
[https://doi.org/10.21927/ijeeti.2023.2\(1\).20-31](https://doi.org/10.21927/ijeeti.2023.2(1).20-31)
- Sakinah, S., & Yusrizal, Y. (2023). Strategi Promosi Produk Asuransi Jiwa PT Prudential Syariah Cabang Binjai. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1015–1020.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3335>
- Sari, R. A., & Handayani, T. (2021). CULINARY CREATIVE ECONOMY DEVELOPMENT THROUGH MARKETING MIX (Case Study of Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis). *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 1–7.
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
x
- Tinggi, S., Qur, I. A., Amuntai, R., & Selatan, K. (2024). *JEMBATAN*

BUDAYA DAN BISNIS: MEMANFAATKAN PESONA KALIGRAFI DALAM EKONOMI KREATIF 1(1), 53–61.

Visual, K., Sultan, P. I., Kong, K., Bahru, J., Trisakti, U., Barat, J., Rupa, P. S., & Indonesia, U. P. (2022). *INOVASI PENCIPTAAN SENI KALIGRAFI DENGAN TEKNIK OPEN MASKING DI KLUANG , JOHOR , MALAYSIA Innovation in Art Calligraphy With Open Masking Technique in Kluang ,. 1–11.*