

Peningkatan Nilai Ekonomi pada Industri Seni Rupa dalam Perspektif Islam

Ahmad Nurdjayanto¹, Ahmad Charis Chunaifi²

¹Universitas Negeri Surabaya, Indonesia – ahmadnur@mhs.unesa.ac.id

²International Business Management (IBM), Indonesia - kharis@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 01 09, 2024

Revised 03 02, 2025

Accepted 27 04, 2025

Keywords:

Nilai Ekonomi
Industri Seni Rupa
Ekonomi Islam

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menganalisis peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa dalam perspektif Islam melalui pendekatan ekonomi kreatif dan transformasi digital. Industri seni rupa tidak lagi dipahami hanya sebagai media ekspresi estetika, tetapi telah berkembang menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif yang memiliki nilai ekonomi, budaya, dan spiritual. Dalam perspektif Islam, peningkatan nilai ekonomi karya seni harus tetap berlandaskan pada prinsip etika, kemaslahatan, dan keseimbangan antara orientasi ekonomi dan nilai moral. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) yang bersumber dari artikel jurnal bereputasi, buku akademik, laporan institusi, dan publikasi ilmiah yang relevan dengan ekonomi kreatif, seni rupa, dan ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif dan teknologi digital berperan signifikan dalam meningkatkan nilai ekonomi seni rupa melalui inovasi artistik, branding budaya, media sosial, marketplace digital, dan platform NFT (non-fungible token). Selain itu, perkembangan halal lifestyle turut memperluas pasar seni rupa Islami sebagai bagian dari halal creative industry global. Namun demikian, industri seni rupa Islam masih menghadapi berbagai tantangan, seperti dominasi paradigma kapitalistik, rendahnya literasi digital pelaku seni, keterbatasan dukungan kebijakan, dan lemahnya perlindungan hak kekayaan intelektual. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi antara ekonomi kreatif, transformasi digital, budaya lokal, dan prinsip ekonomi Islam menjadi fondasi penting dalam membangun industri seni rupa yang inovatif, berkelanjutan, dan berdaya saing global tanpa mengabaikan nilai spiritual dan etika Islam.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Ahmad Nurdjayanto

Universitas Negeri Surabaya

Email: ahmadnur@mhs.unesa.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif global dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan bahwa seni dan budaya telah mengalami transformasi dari sekadar ekspresi estetika menjadi komoditas ekonomi yang memiliki nilai strategis dalam pembangunan nasional. Industri seni rupa sebagai

bagian dari ekonomi kreatif tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas artistik, tetapi juga sebagai sektor ekonomi yang mampu menciptakan nilai tambah, membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat identitas budaya suatu bangsa. Dalam konteks ekonomi modern, karya seni rupa telah berkembang menjadi bagian dari industri kreatif yang terintegrasi dengan teknologi digital, pasar global, pariwisata budaya, dan ekonomi berbasis kreativitas (Howkins, 2001).

Transformasi tersebut menunjukkan bahwa kreativitas manusia kini menjadi sumber daya ekonomi baru yang memiliki posisi penting dalam struktur pembangunan global. Negara-negara maju maupun berkembang mulai menjadikan ekonomi kreatif sebagai strategi pembangunan berbasis inovasi dan budaya lokal. Dalam konteks tersebut, seni rupa tidak lagi diposisikan sebagai sektor marginal, melainkan sebagai instrumen ekonomi yang mampu menghasilkan daya saing nasional. Keberadaan industri seni rupa bahkan telah menjadi bagian dari diplomasi budaya dan penguatan identitas bangsa di tengah arus globalisasi ekonomi dan budaya yang semakin kompetitif.

Di Indonesia, industri seni rupa memiliki potensi ekonomi yang besar karena didukung oleh keragaman budaya, kekayaan tradisi lokal, dan tingginya kreativitas masyarakat. Seni lukis, kaligrafi, seni kriya, seni instalasi, hingga seni digital berkembang sebagai bagian dari aktivitas ekonomi kreatif yang memiliki pasar domestik dan internasional. Perkembangan platform digital, media sosial, dan marketplace seni juga memperluas akses pasar bagi pelaku industri seni rupa sehingga karya seni tidak lagi terbatas pada galeri konvensional, tetapi telah menjadi bagian dari perdagangan digital global. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri seni rupa memiliki posisi strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif nasional dan pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis budaya lokal (UNESCO, 2022).

Selain memiliki nilai ekonomi, seni rupa di Indonesia juga berperan penting dalam menjaga keberlanjutan budaya lokal di tengah modernisasi. Banyak karya seni kontemporer yang mengadopsi unsur tradisional sebagai identitas visual sehingga menciptakan sinergi antara modernitas dan warisan budaya. Hal ini menunjukkan bahwa industri seni rupa dapat menjadi media pelestarian budaya sekaligus instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, pengembangan industri seni rupa tidak hanya berkaitan dengan aspek bisnis, tetapi juga berkaitan dengan upaya menjaga keberlanjutan nilai budaya nasional.

Namun demikian, perkembangan industri seni rupa tidak dapat dilepaskan dari perdebatan mengenai nilai, etika, dan orientasi ekonomi dalam aktivitas seni. Komersialisasi seni yang semakin kuat sering kali menyebabkan pergeseran makna seni dari media ekspresi budaya menjadi instrumen kapitalisasi ekonomi semata. Dalam banyak kasus, orientasi pasar menyebabkan karya seni lebih menekankan aspek komersial dibandingkan nilai moral, spiritual, dan sosial yang terkandung di dalamnya. Kondisi tersebut memunculkan kritik terhadap industri seni modern yang dinilai cenderung terjebak pada logika kapitalisme budaya dan konsumerisme visual (Adorno & Horkheimer, 2002).

Dominasi pasar dalam industri seni modern juga berpotensi menciptakan ketimpangan akses ekonomi di kalangan pelaku seni. Seniman yang memiliki akses terhadap jaringan pasar global cenderung memperoleh keuntungan lebih besar dibandingkan seniman lokal yang masih terbatas pada pasar tradisional. Akibatnya, terjadi komodifikasi budaya yang sering kali mengabaikan nilai autentisitas dan fungsi sosial seni itu sendiri. Dalam kondisi tertentu, karya seni bahkan diproduksi semata-mata untuk memenuhi selera pasar tanpa mempertimbangkan nilai edukatif dan moral yang seharusnya terkandung dalam sebuah karya budaya.

Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi termasuk industri seni harus berorientasi pada prinsip kemaslahatan, etika, keadilan, dan kebermanfaatn sosial. Islam tidak menolak seni dan kreativitas, tetapi menempatkan seni sebagai bagian dari ekspresi keindahan (al-jamal) yang harus

tetap selaras dengan nilai tauhid, moralitas, dan tujuan kemanusiaan. Konsep seni dalam Islam tidak hanya dipahami sebagai aktivitas estetika, tetapi juga sebagai media spiritual, pendidikan moral, dan representasi nilai-nilai peradaban Islam. Oleh karena itu, peningkatan nilai ekonomi dalam industri seni rupa menurut perspektif Islam tidak hanya diukur dari aspek profitabilitas ekonomi, tetapi juga dari kontribusinya terhadap pembangunan moral, budaya, dan kesejahteraan sosial masyarakat (Nasr, 1987).

Perspektif Islam terhadap seni juga menempatkan kreativitas sebagai bagian dari amanah manusia dalam memakmurkan kehidupan. Seni dipandang sebagai media untuk menghadirkan keindahan yang mengandung nilai ketauhidan dan kemanusiaan. Oleh sebab itu, aktivitas produksi dan distribusi karya seni dalam Islam tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah, seperti mengandung unsur eksploitasi, kemaksiatan, maupun manipulasi ekonomi. Konsep tersebut menunjukkan bahwa Islam memiliki pendekatan yang holistik dalam memandang hubungan antara seni, ekonomi, dan etika sosial.

Perkembangan industri seni rupa berbasis Islam menunjukkan tren yang semakin meningkat, terutama pada seni kaligrafi, desain visual Islami, arsitektur Islam, fashion art, dan seni digital berbasis nilai religius. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat Muslim modern mulai mengembangkan model industri kreatif yang mengintegrasikan nilai spiritual dengan inovasi ekonomi kreatif. Dalam konteks tersebut, seni rupa Islam tidak hanya menjadi simbol budaya religius, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang besar dalam pasar industri halal global. Penelitian Wilson dan Liu (2010) menunjukkan bahwa perkembangan halal lifestyle telah memperluas permintaan terhadap produk budaya dan kreatif berbasis nilai Islam, termasuk produk seni dan desain visual Islami.

Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kreatif berbasis nilai Islam juga dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup Muslim modern yang lebih sadar terhadap identitas religius. Konsumen Muslim tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk dari aspek estetika dan fungsi, tetapi juga memperhatikan kesesuaian nilai produk dengan prinsip syariah. Kondisi tersebut menciptakan peluang baru bagi pelaku industri seni rupa Islam untuk mengembangkan karya kreatif yang memiliki daya saing ekonomi sekaligus mengandung pesan moral dan spiritual.

Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga mendorong transformasi industri seni rupa Islam menuju model bisnis kreatif berbasis teknologi. Pelaku seni mulai memanfaatkan media sosial, platform NFT (non-fungible token), galeri digital, dan marketplace global untuk memasarkan karya seni Islami kepada pasar internasional. Kondisi ini memperlihatkan bahwa teknologi digital mampu meningkatkan nilai ekonomi karya seni sekaligus memperluas akses pasar bagi seniman Muslim. Akan tetapi, transformasi digital tersebut juga memunculkan tantangan baru terkait hak kekayaan intelektual, autentisitas karya seni, serta komersialisasi simbol-simbol religius dalam industri kreatif global.

Digitalisasi industri seni juga menciptakan perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap karya seni. Konsumen kini lebih mudah mengakses dan membeli karya seni melalui platform daring tanpa harus mengunjungi galeri fisik. Fenomena ini meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas pasar internasional bagi seniman lokal. Namun demikian, digitalisasi juga menyebabkan persaingan pasar semakin ketat sehingga pelaku seni dituntut untuk terus melakukan inovasi kreatif agar mampu bertahan dalam ekosistem ekonomi digital yang dinamis.

Dalam perspektif sosiologi ekonomi Islam, peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa tidak hanya dipengaruhi oleh mekanisme pasar, tetapi juga oleh konstruksi sosial, budaya, dan nilai religius masyarakat. Nilai ekonomi karya seni terbentuk melalui relasi antara kreativitas, simbol budaya, identitas religius, dan preferensi konsumen. Oleh sebab itu, industri seni rupa Islam tidak dapat dipahami hanya melalui pendekatan ekonomi konvensional, tetapi memerlukan pendekatan

multidisipliner yang mengintegrasikan ekonomi kreatif, estetika Islam, budaya, dan etika bisnis syariah. Perspektif ini menjadi penting karena sebagian besar kajian ekonomi kreatif masih didominasi oleh pendekatan kapitalistik yang menempatkan seni sebagai komoditas ekonomi tanpa mempertimbangkan dimensi moral dan spiritual.

Pendekatan sosiologi ekonomi Islam juga menekankan bahwa aktivitas ekonomi pada dasarnya merupakan bagian dari hubungan sosial masyarakat. Dalam konteks industri seni rupa, interaksi antara seniman, konsumen, komunitas budaya, dan institusi ekonomi membentuk nilai sosial sekaligus nilai ekonomi sebuah karya seni. Dengan demikian, keberhasilan industri seni rupa tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan finansial, tetapi juga dari kemampuannya membangun solidaritas sosial, memperkuat identitas budaya, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara kolektif.

Meskipun penelitian mengenai ekonomi kreatif dan seni rupa telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek estetika, pemasaran seni, atau kontribusi ekonomi industri kreatif secara umum. Penelitian sebelumnya juga cenderung menggunakan perspektif ekonomi konvensional dan belum banyak mengkaji peningkatan nilai ekonomi industri seni rupa melalui perspektif Islam. Selain itu, kajian tentang seni rupa Islam umumnya lebih menekankan aspek sejarah dan estetika dibandingkan aspek ekonomi kreatif, transformasi digital, dan model bisnis syariah dalam industri seni rupa kontemporer. Dengan demikian, masih terdapat keterbatasan penelitian yang membahas integrasi antara industri seni rupa, ekonomi kreatif, dan nilai-nilai ekonomi Islam secara komprehensif.

Keterbatasan penelitian tersebut menunjukkan adanya kebutuhan terhadap kajian yang lebih mendalam mengenai hubungan antara industri seni rupa dan ekonomi Islam dalam konteks ekonomi kreatif modern. Penelitian yang mengintegrasikan perspektif ekonomi, budaya, teknologi digital, dan etika syariah masih relatif terbatas, padahal perkembangan industri kreatif berbasis nilai Islam terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu memberikan kerangka konseptual baru mengenai pengembangan industri seni rupa yang tidak hanya produktif secara ekonomi, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan moral dan sosial.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena berupaya menganalisis peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa dalam perspektif Islam melalui pendekatan ekonomi kreatif dan etika bisnis syariah. Penelitian ini tidak hanya membahas seni rupa sebagai produk budaya dan ekonomi, tetapi juga sebagai media pembangunan nilai spiritual, identitas budaya, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian ekonomi kreatif Islam dan industri seni rupa, sekaligus menjadi referensi praktis bagi pelaku industri kreatif, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan industri seni rupa yang inovatif, beretika, dan berkelanjutan..

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) untuk menganalisis peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa dalam perspektif Islam. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman konseptual mengenai hubungan antara seni rupa, ekonomi kreatif, nilai ekonomi, dan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam konteks industri kreatif kontemporer. Penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek ekonomi dari industri seni rupa, tetapi juga menelaah dimensi sosial, budaya, spiritual, dan etika bisnis syariah yang mempengaruhi pembentukan nilai ekonomi karya seni. Menurut John W. Creswell, penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial dan budaya melalui interpretasi mendalam terhadap makna, konsep, dan pengalaman manusia dalam konteks tertentu (Creswell,

2018). Pendekatan kepustakaan digunakan karena sumber utama penelitian berasal dari berbagai literatur ilmiah, artikel jurnal bereputasi, buku akademik, dokumen kebijakan, dan publikasi internasional yang berkaitan dengan ekonomi kreatif, seni rupa, industri budaya, ekonomi Islam, dan transformasi digital industri kreatif.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari artikel jurnal internasional terindeks Scopus, buku akademik tentang seni rupa Islam dan ekonomi kreatif, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan industri seni berbasis syariah. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan organisasi internasional, publikasi pemerintah, dokumen ekonomi kreatif, serta data perkembangan industri seni dan ekonomi digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan proses identifikasi, klasifikasi, dan seleksi literatur berdasarkan relevansi tema, kredibilitas sumber, dan kebaruan publikasi ilmiah. Penelitian ini menggunakan teknik analisis content analysis dan analisis deskriptif-kritis untuk mengidentifikasi konsep, pola hubungan, dan dinamika peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa dalam perspektif Islam. Analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi teoritis, dan penarikan kesimpulan secara sistematis (Krippendorff, 2018). Untuk menjaga validitas penelitian, digunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai referensi ilmiah dari jurnal akademik, buku, laporan institusi, dan dokumen resmi sehingga diperoleh analisis yang komprehensif mengenai integrasi seni rupa, ekonomi kreatif, dan nilai-nilai ekonomi Islam dalam industri kreatif modern.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Nilai Ekonomi di Industri Seni

Industri seni rupa mengalami transformasi besar dari aktivitas budaya tradisional menjadi bagian penting dalam ekonomi kreatif modern. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh perkembangan globalisasi, teknologi digital, dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk kreatif berbasis budaya. Seni rupa tidak lagi dipahami hanya sebagai media ekspresi estetika, tetapi juga sebagai aset ekonomi yang mampu menghasilkan nilai tambah tinggi. Dalam konteks ekonomi kreatif, kreativitas dan inovasi menjadi faktor utama dalam pembentukan nilai ekonomi suatu karya seni. Oleh karena itu, seni rupa memiliki posisi strategis dalam pembangunan ekonomi berbasis pengetahuan dan budaya (Howkins, 2001: 24).

Konsep nilai ekonomi dalam industri seni terbentuk melalui kombinasi antara kreativitas artistik, nilai budaya, dan mekanisme pasar. Karya seni memiliki nilai ekonomi bukan hanya karena material fisiknya, tetapi juga karena simbol budaya dan makna sosial yang terkandung di dalamnya. Semakin tinggi nilai estetika dan eksklusivitas suatu karya, maka semakin besar pula nilai ekonominya di pasar seni. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa seni memiliki karakter ekonomi yang berbeda dengan produk industri konvensional. Nilai ekonomi seni lebih banyak dibentuk oleh persepsi sosial dan legitimasi budaya masyarakat (Throsby, 2001: 46).

Perkembangan ekonomi kreatif menjadikan industri seni rupa sebagai salah satu subsektor ekonomi yang memiliki pertumbuhan signifikan. Banyak negara mulai memanfaatkan seni dan budaya sebagai sumber pendapatan nasional dan diplomasi budaya internasional. Industri seni mampu menciptakan lapangan kerja baru melalui aktivitas produksi, distribusi, promosi, dan konsumsi karya seni. Selain itu, sektor seni juga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha kreatif dan UMKM berbasis budaya. Dengan demikian, seni rupa menjadi bagian penting dalam strategi pembangunan ekonomi modern (UNCTAD, 2010: 15).

Dalam perkembangan ekonomi modern, seni rupa telah terintegrasi dengan sistem pasar global dan industri budaya. Karya seni tidak hanya dipasarkan melalui galeri konvensional, tetapi juga melalui platform digital dan media sosial. Transformasi tersebut memperluas akses pasar bagi

seniman untuk menjangkau konsumen internasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan nilai ekonomi seni rupa. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi instrumen penting dalam penguatan daya saing industri seni modern (Tapscott, 2014: 88).

Nilai ekonomi karya seni juga dipengaruhi oleh reputasi seniman dan legitimasi sosial yang berkembang di masyarakat. Semakin terkenal seorang seniman, maka semakin tinggi pula apresiasi pasar terhadap karya yang dihasilkannya. Dalam konteks tersebut, pasar seni bekerja melalui konstruksi sosial yang dibentuk oleh simbol budaya dan pengakuan institusional. Faktor eksklusivitas karya turut memperkuat nilai ekonomi seni di pasar global. Dengan demikian, industri seni memiliki hubungan erat dengan modal sosial dan modal budaya masyarakat (Bourdieu, 1984: 67).

Perkembangan industri budaya global menyebabkan seni rupa menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Konsumen tidak hanya membeli karya seni untuk kebutuhan dekoratif, tetapi juga sebagai simbol identitas sosial dan investasi budaya. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa seni memiliki fungsi ekonomi dan simbolik secara bersamaan. Dalam masyarakat modern, karya seni sering kali dijadikan representasi status sosial dan preferensi budaya tertentu. Oleh karena itu, seni rupa memiliki daya tarik ekonomi yang semakin besar di era globalisasi budaya (Ginsburgh, 2006: 72).

Budaya lokal menjadi salah satu sumber utama pembentukan nilai ekonomi dalam industri seni rupa. Karya seni yang mampu mengangkat identitas budaya daerah cenderung memiliki daya tarik tinggi di pasar kreatif internasional. Integrasi antara budaya tradisional dan inovasi modern mampu menciptakan diferensiasi produk seni yang kompetitif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa budaya dapat menjadi sumber daya ekonomi kreatif yang sangat strategis. Oleh karena itu, pelestarian budaya lokal memiliki hubungan erat dengan pengembangan industri seni nasional (Hesmondhalgh, 2013: 39).

Kreativitas individu menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan industri seni rupa modern. Seniman yang mampu menghasilkan inovasi artistik cenderung memiliki daya saing lebih tinggi di pasar global. Kreativitas juga memungkinkan terciptanya produk seni yang unik, eksklusif, dan memiliki karakter berbeda dari karya lainnya. Dalam ekonomi kreatif, kreativitas diposisikan sebagai modal intelektual yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa sumber daya manusia kreatif menjadi aset utama dalam industri seni rupa (Florida, 2002: 51).

Transformasi digital memberikan peluang baru bagi perkembangan industri seni rupa global. Media sosial memungkinkan seniman mempromosikan karya mereka secara lebih cepat dan luas kepada masyarakat internasional. Selain itu, platform digital juga mempermudah interaksi antara seniman dan konsumen dalam proses transaksi karya seni. Kehadiran marketplace kreatif membuat distribusi karya seni menjadi lebih efisien dan fleksibel. Dengan demikian, teknologi digital menjadi faktor penting dalam peningkatan nilai ekonomi industri seni modern (Castells, 2010: 136).

Perkembangan NFT atau non-fungible token menciptakan model bisnis baru dalam industri seni rupa digital. Teknologi blockchain memungkinkan karya seni digital memiliki autentikasi dan kepemilikan yang jelas. NFT memberikan peluang bagi seniman untuk memperoleh keuntungan ekonomi dari karya digital yang sebelumnya sulit dipasarkan secara eksklusif. Selain itu, teknologi tersebut memperluas akses pasar seni ke tingkat internasional secara lebih terbuka. Fenomena ini menunjukkan bahwa inovasi teknologi mampu mengubah struktur ekonomi seni rupa modern (Dowling, 2022: 55).

Dalam industri seni modern, branding budaya menjadi strategi penting dalam meningkatkan nilai ekonomi karya seni. Branding mampu menciptakan citra eksklusif dan identitas artistik yang kuat di mata konsumen. Banyak seniman dan pelaku industri kreatif memanfaatkan media digital

untuk membangun personal branding dan memperluas pengaruh budaya mereka. Strategi tersebut meningkatkan nilai simbolik dan nilai komersial karya seni di pasar global. Oleh karena itu, pemasaran kreatif menjadi bagian integral dalam pengembangan industri seni rupa kontemporer (Kotler & Keller, 2016: 103).

Industri seni rupa juga memiliki hubungan erat dengan sektor pariwisata dan ekonomi budaya. Pameran seni, festival budaya, dan galeri kreatif mampu meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat lokal. Kehadiran wisata budaya berbasis seni memberikan multiplier effect terhadap sektor ekonomi lainnya seperti transportasi, kuliner, dan perhotelan. Selain itu, seni rupa mampu memperkuat identitas budaya daerah dalam konteks pariwisata internasional. Dengan demikian, pengembangan seni rupa memiliki kontribusi strategis terhadap pembangunan ekonomi daerah (Richards, 2011: 44).

Meskipun memiliki potensi ekonomi besar, industri seni rupa juga menghadapi berbagai tantangan struktural. Banyak seniman masih mengalami keterbatasan akses pembiayaan, perlindungan hak cipta, dan pemasaran digital. Globalisasi budaya juga berpotensi menyebabkan homogenisasi seni dan melemahnya identitas budaya lokal. Selain itu, dominasi industri besar sering kali menyebabkan ketimpangan ekonomi antara seniman independen dan pelaku industri utama. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan ekonomi kreatif yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Flew, 2012: 61).

Pemerintah memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan industri seni rupa nasional. Dukungan tersebut dapat diwujudkan melalui regulasi, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan penguatan infrastruktur kreatif. Selain itu, pemerintah juga perlu memberikan akses pembiayaan dan pelatihan digital bagi pelaku seni. Kebijakan budaya yang kuat mampu menciptakan ekosistem kreatif yang mendukung inovasi dan keberlanjutan industri seni. Dengan demikian, kolaborasi antara pemerintah dan komunitas kreatif menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi seni rupa (Cunningham, 2002: 97).

Secara keseluruhan, konsep nilai ekonomi dalam industri seni menunjukkan bahwa seni memiliki fungsi budaya, sosial, dan ekonomi secara bersamaan. Transformasi digital dan perkembangan ekonomi kreatif telah memperluas potensi pasar seni hingga tingkat global. Karya seni tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan kreativitas masyarakat. Dalam konteks modern, seni rupa menjadi bagian penting dari pembangunan ekonomi berbasis inovasi dan budaya. Oleh karena itu, pengembangan industri seni memerlukan integrasi antara kreativitas, teknologi, budaya, dan kebijakan ekonomi kreatif yang berkelanjutan (Howkins, 2001: 78).

Analisis Teoretik Terkait Seni Rupa dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, seni dipahami sebagai bagian dari manifestasi keindahan yang memiliki hubungan erat dengan nilai spiritual dan ketauhidan. Islam memandang keindahan sebagai salah satu sifat kesempurnaan Allah SWT yang tercermin dalam kehidupan manusia dan alam semesta. Oleh karena itu, seni tidak diposisikan sekadar sebagai aktivitas estetika, tetapi juga sebagai media refleksi spiritual dan moralitas. Aktivitas artistik dalam Islam diarahkan untuk menghadirkan harmoni antara unsur estetika, etika, dan nilai religius. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa seni rupa dalam Islam memiliki dimensi ibadah sekaligus dimensi budaya yang strategis (Nasr, 1987: 15).

Konsep al-jamal atau keindahan menjadi dasar utama dalam teori seni Islam. Dalam Islam, keindahan dipandang sebagai bagian dari fitrah manusia yang harus diarahkan pada nilai kebaikan dan kemaslahatan sosial. Seni rupa Islami berupaya menghadirkan estetika yang mencerminkan keteraturan, keseimbangan, dan kesucian spiritual. Oleh sebab itu, karya seni dalam Islam tidak hanya berorientasi pada visualitas, tetapi juga pada pesan moral yang terkandung di dalamnya.

Pemahaman tersebut memperlihatkan bahwa seni Islam memiliki karakter yang berbeda dengan paradigma seni sekuler modern (Al-Faruqi, 1985: 34).

Perkembangan seni rupa Islam memiliki hubungan erat dengan sejarah peradaban Muslim. Sejak masa klasik, seni Islam berkembang melalui kaligrafi, arsitektur masjid, seni geometris, dan ornamen dekoratif berbasis simbol spiritual. Karya seni Islam cenderung menghindari representasi realistik makhluk hidup dan lebih menekankan simbol abstrak serta pola geometris. Pendekatan tersebut lahir dari prinsip tauhid yang menempatkan Allah sebagai pusat kesadaran artistik manusia. Dengan demikian, seni rupa Islam berkembang sebagai media ekspresi budaya yang berlandaskan spiritualitas dan nilai religius (Burckhardt, 2009: 58).

Dalam teori ekonomi Islam, aktivitas seni harus tetap berada dalam koridor halal dan etis. Islam memberikan ruang terhadap kreativitas manusia selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan moralitas sosial. Oleh karena itu, karya seni tidak boleh mengandung unsur eksploitasi, kemaksiatan, maupun kerusakan moral masyarakat. Aktivitas ekonomi dalam industri seni juga harus dilakukan secara jujur, adil, dan bertanggung jawab. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa seni dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari nilai etika dan tanggung jawab sosial (Chapra, 2000: 41).

Islam memandang kreativitas sebagai bentuk pengembangan potensi intelektual manusia yang dianugerahkan oleh Allah SWT. Kreativitas artistik diposisikan sebagai sarana untuk menghadirkan manfaat sosial dan memperkuat nilai budaya masyarakat. Oleh karena itu, seni rupa Islami dapat berfungsi sebagai media dakwah, pendidikan moral, dan penguatan identitas umat Islam. Seni tidak hanya memiliki fungsi hiburan, tetapi juga fungsi edukatif dan spiritual dalam kehidupan sosial. Dengan demikian, kreativitas dalam seni Islam memiliki orientasi yang lebih luas dibandingkan sekadar kepentingan komersial (Qardhawi, 1997: 63).

Teori maqashid al-shariah menjadi pendekatan penting dalam memahami seni rupa dalam perspektif Islam. Prinsip maqashid menempatkan aktivitas ekonomi dan budaya sebagai sarana untuk menjaga agama, akal, jiwa, dan kesejahteraan manusia. Dalam konteks seni rupa, karya artistik harus mampu memberikan dampak positif terhadap pembangunan moral dan budaya masyarakat. Seni yang mendukung pendidikan, identitas budaya, dan kemanusiaan dipandang selaras dengan tujuan syariah. Oleh karena itu, seni rupa Islami memiliki fungsi strategis dalam pembangunan peradaban Muslim modern (Al-Shatibi, 2003: 112).

Perkembangan halal lifestyle memberikan pengaruh besar terhadap pertumbuhan seni rupa Islami kontemporer. Produk seni berbasis nilai Islam seperti kaligrafi, ilustrasi Islami, dan dekorasi religius mengalami peningkatan permintaan di pasar global. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa identitas religius telah menjadi bagian penting dalam konstruksi ekonomi kreatif modern. Konsumen Muslim modern tidak hanya mencari produk yang bernilai estetika, tetapi juga memiliki kesesuaian dengan identitas spiritual mereka. Dengan demikian, seni rupa Islam memiliki peluang besar dalam pengembangan halal creative industry (Wilson & Liu, 2010: 121).

Dalam perspektif sosiologi Islam, seni dipahami sebagai instrumen pembentukan budaya dan peradaban masyarakat. Karya seni memiliki kemampuan memengaruhi pola pikir, perilaku, dan identitas sosial manusia. Oleh karena itu, Islam menempatkan seni sebagai media yang harus diarahkan pada nilai kebaikan dan pembangunan moral sosial. Seni yang bersifat destruktif atau bertentangan dengan etika dipandang tidak sesuai dengan prinsip Islam. Perspektif ini menunjukkan bahwa seni memiliki tanggung jawab sosial yang besar dalam kehidupan masyarakat Muslim (Sardar, 1988: 74).

Seni rupa Islam juga memiliki dimensi simbolik yang sangat kuat dalam konstruksi budaya Muslim. Kaligrafi, pola geometris, dan ornamen dekoratif Islami mencerminkan nilai keteraturan dan spiritualitas Islam. Simbol-simbol tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai representasi filosofi tauhid. Dalam konteks modern, simbol budaya Islam memiliki nilai

ekonomi tinggi dalam pasar seni global. Hal tersebut menunjukkan bahwa seni Islami memiliki relevansi budaya dan ekonomi secara bersamaan (Eaton, 1994: 52).

Globalisasi budaya memberikan tantangan sekaligus peluang terhadap perkembangan seni rupa Islam. Di satu sisi, globalisasi memungkinkan karya seni Islami dipasarkan secara luas melalui platform digital internasional. Namun di sisi lain, arus budaya populer global dapat menyebabkan hilangnya identitas dan autentisitas seni Islam. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan budaya Islami agar seni tetap memiliki karakter spiritual yang kuat. Perspektif tersebut menunjukkan pentingnya keseimbangan antara inovasi modern dan nilai tradisional Islam (Huntington, 1996: 91).

Dalam ekonomi Islam, distribusi manfaat ekonomi harus dilakukan secara adil dan inklusif. Pengembangan industri seni rupa Islami perlu diarahkan pada pemberdayaan komunitas kreatif dan masyarakat lokal. Pendekatan tersebut bertujuan agar keuntungan ekonomi tidak hanya terpusat pada kelompok tertentu. Selain itu, pemberdayaan seniman lokal juga mampu memperkuat keberlanjutan budaya Islam dalam masyarakat. Dengan demikian, seni Islami memiliki fungsi ekonomi yang sejalan dengan prinsip keadilan sosial Islam (Siddiqi, 2001: 88).

Transformasi digital memberikan peluang baru bagi perkembangan seni rupa Islam kontemporer. Media sosial dan platform digital memungkinkan seniman Muslim memperluas akses pasar internasional secara lebih efektif. Teknologi digital juga mempermudah promosi budaya Islam melalui visual kreatif yang lebih adaptif terhadap generasi muda. Namun demikian, digitalisasi juga memunculkan tantangan terkait hak cipta dan komersialisasi berlebihan. Oleh karena itu, pengembangan seni Islami digital harus tetap memperhatikan prinsip etika dan tanggung jawab sosial (Castells, 2010: 136).

Teori industri budaya kritis menjelaskan bahwa kapitalisme modern cenderung menjadikan seni sebagai komoditas pasar semata. Dalam perspektif Islam, komersialisasi seni yang berlebihan dapat menyebabkan hilangnya nilai spiritual dan fungsi moral karya seni. Seni yang hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi berpotensi kehilangan fungsi edukatif dan kemanusiaannya. Oleh sebab itu, Islam menekankan pentingnya keseimbangan antara orientasi ekonomi dan nilai budaya. Pendekatan tersebut memperlihatkan kritik Islam terhadap dominasi kapitalisme budaya modern (Adorno & Horkheimer, 2002: 118).

Pengembangan seni rupa Islami juga berkaitan dengan diplomasi budaya dan penguatan identitas peradaban Islam global. Karya seni dapat menjadi media komunikasi budaya yang memperkenalkan nilai Islam secara damai kepada masyarakat internasional. Dalam konteks tersebut, seni rupa Islami memiliki potensi besar sebagai instrumen soft power budaya Muslim. Penguatan seni Islami juga dapat meningkatkan citra positif Islam di tengah tantangan globalisasi budaya. Oleh karena itu, seni rupa Islam memiliki dimensi strategis dalam hubungan budaya internasional (Esposito, 2011: 144).

Secara keseluruhan, analisis teoretik seni rupa dalam perspektif Islam menunjukkan bahwa seni memiliki hubungan erat dengan spiritualitas, budaya, dan ekonomi. Islam memandang seni sebagai media keindahan yang harus diarahkan pada nilai moral dan kemaslahatan masyarakat. Aktivitas ekonomi dalam industri seni rupa perlu dilakukan secara halal, adil, dan bertanggung jawab. Integrasi antara kreativitas artistik dan prinsip syariah menjadi fondasi utama dalam pengembangan seni Islami modern. Dengan demikian, seni rupa Islam memiliki potensi besar dalam membangun peradaban budaya dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan (Nasr, 1987: 102).

Upaya Peningkatan Nilai Ekonomi pada Industri Seni Rupa dalam Perspektif Islam

Peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa dalam perspektif Islam memerlukan pendekatan yang mengintegrasikan kreativitas, spiritualitas, dan inovasi teknologi. Industri seni Islami tidak hanya diarahkan pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pembangunan

budaya dan moral masyarakat. Dalam konteks ekonomi kreatif modern, karya seni Islami memiliki peluang besar untuk berkembang di pasar nasional maupun internasional. Oleh karena itu, pengembangan seni rupa Islam harus dilakukan melalui strategi yang adaptif terhadap perubahan sosial dan teknologi global. Pendekatan tersebut penting untuk menciptakan industri seni yang kompetitif sekaligus berlandaskan nilai syariah (Howkins, 2001: 94).

Salah satu upaya penting dalam meningkatkan nilai ekonomi seni rupa Islam adalah penguatan literasi ekonomi kreatif bagi pelaku seni. Banyak seniman masih memiliki keterbatasan dalam memahami manajemen usaha, pemasaran digital, dan strategi pengembangan produk kreatif. Pendidikan ekonomi kreatif dapat membantu seniman memahami mekanisme pasar dan meningkatkan profesionalisme usaha mereka. Selain itu, literasi bisnis juga memungkinkan pelaku seni menciptakan model usaha yang lebih berkelanjutan dan inovatif. Dengan demikian, peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi faktor utama dalam pengembangan industri seni Islami (Florida, 2002: 84).

Transformasi digital memberikan peluang besar bagi pengembangan ekonomi seni rupa berbasis Islam. Platform digital memungkinkan seniman memasarkan karya mereka melalui media sosial, marketplace kreatif, dan galeri virtual. Teknologi digital juga membantu memperluas akses pasar internasional tanpa bergantung pada sistem distribusi konvensional. Selain itu, digitalisasi meningkatkan efisiensi promosi dan komunikasi antara seniman dan konsumen. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan nilai ekonomi seni rupa Islami (Tapscott, 2014: 117).

Pengembangan branding budaya Islami menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing karya seni di pasar global. Identitas budaya dan nilai religius Islam dapat menjadi diferensiasi produk yang memiliki daya tarik tinggi bagi konsumen Muslim modern. Branding yang kuat mampu meningkatkan citra eksklusivitas dan nilai simbolik karya seni Islami. Dalam konteks tersebut, seni rupa tidak hanya dipasarkan sebagai produk visual, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya Muslim. Dengan demikian, strategi branding budaya memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan nilai ekonomi seni Islami (Kotler & Keller, 2016: 141).

Perlindungan hak kekayaan intelektual menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan industri seni rupa Islam. Banyak karya seni masih rentan terhadap plagiarisme dan eksploitasi komersial tanpa perlindungan hukum yang memadai. Sistem perlindungan hak cipta dapat memberikan kepastian ekonomi bagi seniman untuk terus berkarya secara produktif. Selain itu, regulasi yang kuat juga meningkatkan profesionalisme industri kreatif nasional. Oleh karena itu, penguatan perlindungan hukum menjadi langkah strategis dalam meningkatkan ekonomi seni rupa Islami (WIPO, 2017: 53).

Pemerintah memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan industri seni rupa berbasis Islam. Dukungan tersebut dapat diwujudkan melalui kebijakan ekonomi kreatif, insentif usaha budaya, dan pembangunan infrastruktur digital. Pemerintah juga perlu menyediakan akses pembiayaan bagi pelaku seni dan UMKM kreatif berbasis budaya Islam. Selain itu, promosi seni Islami melalui festival budaya dan diplomasi internasional dapat memperluas pasar global. Dengan demikian, sinergi antara pemerintah dan komunitas kreatif menjadi faktor penting dalam penguatan industri seni Islami (UNESCO, 2015: 66).

Kolaborasi antara seniman, akademisi, dan komunitas kreatif mampu memperkuat inovasi dalam industri seni rupa Islam. Kerja sama tersebut memungkinkan pertukaran ide, pengembangan desain baru, dan peningkatan kualitas produk seni. Akademisi dapat memberikan kontribusi melalui riset budaya, pengembangan kurikulum seni Islami, dan pelatihan kewirausahaan kreatif. Sementara itu, komunitas kreatif berperan dalam memperluas jaringan sosial dan promosi budaya. Dengan

demikian, kolaborasi multipihak menjadi fondasi penting dalam penguatan ekosistem seni Islami (Cunningham, 2002: 108).

Pengembangan halal creative industry menjadi peluang besar dalam meningkatkan nilai ekonomi seni rupa Islam. Selama ini, industri halal lebih banyak difokuskan pada sektor makanan, fashion, dan pariwisata. Padahal, seni rupa Islami memiliki potensi besar sebagai bagian dari industri budaya halal global. Produk seni berbasis nilai Islam dapat dikembangkan menjadi komoditas budaya yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah nasional. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa seni Islami memiliki posisi strategis dalam pengembangan ekonomi halal modern (Wilson & Liu, 2010: 133).

Peningkatan kualitas desain dan inovasi artistik menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing karya seni Islami. Konsumen modern cenderung lebih tertarik pada produk seni yang mampu menggabungkan unsur tradisional dan estetika kontemporer. Oleh karena itu, seniman perlu melakukan inovasi visual tanpa menghilangkan identitas budaya Islam yang menjadi ciri khas utama. Pendekatan tersebut memungkinkan karya seni memiliki relevansi terhadap perkembangan pasar global yang dinamis. Dengan demikian, kreativitas artistik menjadi sumber utama peningkatan nilai ekonomi seni Islami (Throsby, 2001: 88).

Pendidikan seni berbasis Islam perlu diperkuat untuk menciptakan generasi kreatif yang memiliki kompetensi artistik dan pemahaman syariah. Lembaga pendidikan dapat mengembangkan kurikulum seni Islami yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan ekonomi kreatif global. Pendidikan tersebut penting untuk membentuk seniman yang tidak hanya kreatif, tetapi juga memiliki tanggung jawab moral dan sosial. Selain itu, pelatihan kewirausahaan kreatif dapat membantu meningkatkan kemandirian ekonomi pelaku seni. Oleh karena itu, pendidikan menjadi instrumen strategis dalam pengembangan industri seni Islami berkelanjutan (Al-Faruqi, 1985: 92).

Pengembangan pariwisata budaya Islami dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan ekonomi seni rupa. Banyak daerah memiliki potensi budaya Islam yang dapat dikembangkan melalui galeri seni, festival budaya, dan pusat kerajinan kreatif. Integrasi antara seni dan pariwisata mampu meningkatkan kunjungan wisatawan serta pendapatan masyarakat lokal. Selain itu, wisata budaya Islami juga dapat memperkuat identitas budaya dan diplomasi peradaban Muslim. Dengan demikian, seni rupa Islami memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi daerah berbasis budaya (Richards, 2011: 75).

Pemanfaatan teknologi NFT dan blockchain dapat menjadi inovasi baru dalam pengembangan ekonomi seni rupa Islam. Teknologi tersebut memungkinkan karya seni digital memiliki autentikasi dan sistem kepemilikan yang lebih jelas. NFT memberikan peluang baru bagi seniman Muslim untuk menjual karya digital di pasar internasional secara lebih luas. Namun demikian, implementasi teknologi tersebut tetap harus memperhatikan prinsip syariah dan etika transaksi Islam. Oleh karena itu, pengembangan inovasi digital perlu diiringi dengan kajian hukum ekonomi Islam yang komprehensif (Dowling, 2022: 89).

Pemberdayaan komunitas kreatif lokal menjadi langkah penting dalam menjaga keberlanjutan seni rupa Islami. Komunitas seni dapat menjadi ruang kolaborasi, edukasi, dan penguatan identitas budaya masyarakat. Dukungan terhadap komunitas lokal juga mampu menciptakan distribusi manfaat ekonomi yang lebih merata. Selain itu, penguatan komunitas kreatif dapat membantu menjaga warisan budaya Islam di tengah arus globalisasi. Dengan demikian, pembangunan ekonomi seni Islami perlu berbasis pada partisipasi masyarakat secara inklusif (Siddiqi, 2001: 114).

Dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan seni rupa harus tetap memperhatikan prinsip keadilan dan keberlanjutan sosial. Aktivitas ekonomi kreatif tidak boleh hanya berorientasi pada akumulasi keuntungan semata. Industri seni Islami harus mampu memberikan dampak positif

terhadap pendidikan budaya, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan moral sosial. Prinsip maqashid al-shariah menjadi landasan penting dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan kemaslahatan umat. Oleh karena itu, industri seni rupa Islam perlu dikembangkan melalui model bisnis yang etis dan inklusif (Chapra, 2000: 97).

Secara keseluruhan, peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa dalam perspektif Islam memerlukan pendekatan multidimensional yang melibatkan budaya, teknologi, pendidikan, dan kebijakan ekonomi kreatif. Pengembangan seni Islami harus dilakukan melalui integrasi antara inovasi modern dan prinsip syariah agar mampu bersaing di pasar global. Kolaborasi antara pemerintah, komunitas kreatif, akademisi, dan platform digital menjadi faktor penting dalam membangun ekosistem industri seni yang berkelanjutan. Selain menghasilkan keuntungan ekonomi, seni rupa Islami juga memiliki fungsi strategis dalam memperkuat identitas budaya dan spiritual masyarakat Muslim. Dengan demikian, seni rupa Islam dapat berkembang sebagai bagian penting dari ekonomi kreatif halal yang inovatif dan berdaya saing global (Nasr, 1987: 126).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan nilai ekonomi pada industri seni rupa dalam perspektif Islam tidak hanya dipengaruhi oleh aspek komersialisasi dan mekanisme pasar, tetapi juga oleh integrasi antara kreativitas, identitas budaya, nilai spiritual, dan etika ekonomi Islam. Industri seni rupa telah mengalami transformasi menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif yang mampu menciptakan nilai tambah ekonomi melalui inovasi artistik, branding budaya, dan pemanfaatan teknologi digital. Dalam perspektif Islam, seni rupa dipahami bukan sekadar sebagai aktivitas estetika, tetapi sebagai media ekspresi spiritual dan pembangunan peradaban yang harus tetap berlandaskan prinsip kemaslahatan, keadilan, dan moralitas. Perkembangan halal lifestyle serta transformasi digital melalui media sosial, marketplace, dan platform NFT turut memperluas peluang ekonomi bagi industri seni rupa Islam di tingkat global. Dengan demikian, seni rupa Islami memiliki potensi strategis sebagai bagian dari halal creative industry yang mampu memperkuat ekonomi kreatif sekaligus menjaga identitas budaya dan spiritual masyarakat Muslim.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa pengembangan industri seni rupa dalam perspektif Islam masih menghadapi berbagai tantangan, seperti dominasi paradigma kapitalistik dalam industri budaya, keterbatasan dukungan kebijakan pemerintah, rendahnya literasi digital pelaku seni, serta lemahnya perlindungan hak kekayaan intelektual. Komersialisasi yang berlebihan berpotensi menggeser nilai moral dan spiritual seni menjadi sekadar komoditas ekonomi pasar. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan industri seni rupa berbasis ekonomi Islam melalui penguatan ekosistem ekonomi kreatif syariah, peningkatan kapasitas digital seniman, pengembangan platform seni Islami berbasis teknologi, serta penguatan kolaborasi antara pemerintah, komunitas kreatif, akademisi, dan sektor industri. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi antara ekonomi kreatif, transformasi digital, budaya lokal, dan prinsip ekonomi Islam menjadi fondasi penting dalam membangun industri seni rupa yang inovatif, berkelanjutan, dan berdaya saing global tanpa kehilangan nilai etika dan spiritualitas Islam .

REFERENSI

- Al-Faruqi, I. R. (1985). *Islam and culture*. International Institute of Islamic Thought.
- Al-Shatibi, A. I. (2003). *Al-Muwafaqat fi usul al-shariah* (Vol. 2). Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments* (E. Jephcott, Trans.). Stanford University Press.
- Benjamin, W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction*. Penguin Books. (Original work published 1936).
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Burckhardt, T. (2009). *Art of Islam: Language and meaning*. World Wisdom.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Islamic Foundation.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Cunningham, S. (2002). *From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications*. *Media International Australia*, 102(1), 54–65.
- Dowling, M. (2022). Is non-fungible token pricing driven by cryptocurrencies? *Finance Research Letters*, 44, 102097. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102097>
- Eaton, G. (1994). *Islam and the destiny of man*. State University of New York Press.
- Esposito, J. L. (2011). *What everyone needs to know about Islam* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Flew, T. (2012). *The creative industries: Culture and policy* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.
- Ginsburgh, V. A. (2006). *Economics of art and culture*. Elsevier.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books.
- Huntington, S. P. (1996). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. Simon & Schuster.
- Klamer, A. (1996). *The value of culture: On the relationship between economics and arts*. Amsterdam University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lewis, B. (1993). *Islam and the West*. Oxford University Press.
- Nasr, S. H. (1987). *Islamic art and spirituality*. State University of New York Press.
- Qardhawi, Y. (1997). *Islamic awakening between rejection and extremism*. International Institute of Islamic Thought.
- Richards, G. (2011). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Routledge.
- Sardar, Z. (1988). *Islamic futures: The shape of ideas to come*. Mansell Publishing.
- Siddiqi, M. N. (2001). *Teaching economics in Islamic perspective*. Islamic Foundation.
- Tapscott, D. (2014). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- UNESCO. (2015). *Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*. UNESCO Publishing.
- Utari, P., Setiawan, B., & Rahmawati, D. (2022). The development of halal industry and creative economy in Indonesia. *Journal of Islamic Economic Studies*, 14(2), 120–134.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2010). *Creative economy report 2010: Creative economy, a feasible development option*. United Nations.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2010). Shaping the halal into a brand? *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107–123. <https://doi.org/10.1108/17590831011055851>

-
- World Intellectual Property Organization. (2017). *Understanding copyright and related rights*. WIPO Publishing.
- Yusuf, S., & Nabeshima, K. (2005). *Creative industries in East Asia*. *Cities*, 22(2), 109–122. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2005.01.001>