

## **MEMBUMIKAN USAHA EKONOMI KREATIF**

Hendri Suparto  
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga  
STIA Pembangunan Jember  
\*Email: hendrisuparto@gmail.com

### **ABSTRAK**

**Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir ada awal abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif, yaitu Industri yang digerakkan oleh para kreator dan inovator. Rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan keinovasian. Kemunculan Ekonomi kreatif didasarkan pada simbol kompleks konsumerisme yang dikonstruksi melalui elaborasi konsumsi kebutuhan sosial yang tinggi, dan bukan didasarkan semata pada murni konsumerisme yang terjadi dari adanya konsumsi kebutuhan praktis dan efisien (Levickaite, 2011). Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa dewasa ini perkembangan ekonomi telah sampai level dimana kegiatan ekonomi harus mampu untuk menemukan inovasi dan kreativitas yang selalu baru. Industri kreatif merupakan industri yang menggunakan sumber daya yang terbarukan, dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan, tidak hanya dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi juga ditinjau dari dampak positif yang ditimbulkan terutama bagi peningkatan citra dan identitas bangsa, menumbuhkan motivasi dan kreativitas anak bangsa, serta dampak sosial lainnya.**

**Kata kunci : Ekonomi, Kreatif, Industri.**

## I. Analisis Situasi

Desa Jatimulyo adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Awalnya Desa Jatimulyo merupakan sebuah Dusun yang bernama Dusun Darungan yang merupakan bagian dari Desa Jatisari. Seiring berjalannya waktu, tokoh masyarakat, masyarakat, dan pemuda Dusun Darungan mengajukan diri untuk memebentuk desa baru yang akhirnya dinamakan Desa Jatimulyo. Pada tanggal 11 Oktober 1999 Desa Jatimulyo resmi menjadi desa definitive sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur Nomor 98 Tahun 1999 dengan nama Desa Jatimulyo. Desa ini sebenarnya mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi kawasan usaha atau industri ekonomi kreatif. Ada lima pendekatan untuk mendefinisikan industri kreatif, yaitu:

1. pertama, creative industries merupakan sebuah pendekatan yang memiliki karakter bahwa input tenaga kerjanya adalah industri kreatif;

2. kedua, copyright industries ini merupakan sebuah pendekatan yang didefinisikan lewat aset dan output industry;

3. ketiga, content industries yakni pendekatan yang difokuskan pada produksi industry;

4. keempat, cultural studies yaitu sebuah pendekatan yang didefinisikan pada pembiayaan dan fungsi kebijakan publik;

5. kelima, digital content yakni sebuah pendekatan yang didefinisikan lewat kombinasi teknologi dan fokus produksi industri.

Dari lima pendekatan di atas, industri ekonomi kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu guna menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta dari setiap individu.

Akhir-akhir ini pengembangan industri ekonomi kreatif sangat gencar dilakukan di berbagai Negara termasuk Indonesia. Model bisnis yang mengutamakan

keaktivitas dan informasi dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi ini telah memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. Berdasarkan data yang diperoleh dari Industri Kreatif Indonesia tahun 2015, diketahui bahwa, persentase kontribusi Gross Domestic Product (GDP) yang disumbangkan oleh industri kreatif di Negara Singapura dan Inggris berkisar antara 2,8% sampai dengan 7,9%. Tingkat pertumbuhan industri kreatif di Australia dan Inggris juga cukup tinggi, yakni antara 5,7% dan 16% serta tingkat penyerapan tenaga kerja di Singapura dan US berkisar antar 3,4% sampai dengan 5,9%. Di Indonesia sendiri, ekonomi kreatif mulai dikembangkan sejak peluncuran program Indonesia Design Power pada tahun 2006 oleh Menteri Perdagangan saat itu, Dr. Mari Elka Pangestu.

Profil industri ekonomi kreatif dikelompokkan berdasarkan empat indikator, yaitu berbasis nilai produk domestik bruto, ketenagakerjaan, aktivitas perusahaan dan dampak terhadap

sektor lain. Berdasarkan hal ini, industri ekonomi kreatif diklasifikasikan menjadi empat belas sub- sektor industri ekonomi kreatif, yaitu: (1) Periklanan; (2) Arsitektur; (3) Pasar dan barang seni; (4) Kerajinan; (5) Desain; (6) Fesyen; (7) Film, Video, Fotografi; (8) Permainan Interaktif; (9) Musik; (10) Seni Pertunjukan; (11) Penerbitan dan Percetakan; (12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak; (13) Televisi dan Radio; dan (14) Riset dan Pengembangan. Dari klasifikasi ini, Desa jatimulyo bisa mengembangkan potensi yang dimilikinya baik dari potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia, misalnya kerajinan bambu, pasar desa, serta musik dan seni pertunjukan hadrah yang rutin dilakukan ibu-ibu pengajian dua minggu sekali. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada seluruh elemen masyarakat yang ada di Desa Jatimulyo untuk mau menekuni dan mengembangkan industri ekonomi kreatif yang dapat dijadikan sebagai sumber

penghasilan dan mengurangi pengangguran.

## II. Landasan Teori

Menurut Departemen Perdagangan RI (2009;5), Industri Kreatif adalah Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.[2] Menurut UNCTAD dan UNDP dalam Creative Economy Repor, (2008:4), Industri Kreatif dapat didefinisikan sebagai siklus kreasi, produksi, serta distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama. Industri Kreatif terdiri dari seperangkat pengetahuan berbasis aktivitas yang menghasilkan barang-barang riil dan intelektual nonriil atau jasa-jasa artistik yang memiliki kandungan kreatif, nilai-nilai ekonomi nonriil, dan objek pasar. Industri Kreatif tersusun dari suatu bidang yang heterogen yang paling memengaruhi dari kegiatan-kegiatan kreatif yang bervariasi,

yang tersusun dari seni dan kerajinan tradisional, penerbitan, musik, visual, dan pembentukan seni sampai dengan penggunaan teknologi yang intensif dan jasa-jasa yang berbasis kelompok, seperti film, televisi, dan siaran radio, serta media baru dan desain.[3] Menurut UNESCO, Industri Kreatif adalah industri yang menggabungkan kreativitas keterampilan dan kecakapan untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan pekerjaan. Industri Kreatif dibentuk oleh budaya kreatif, yaitu budaya menggabungkan kreasi (creation), produk (product) dan komersialisasi (commercialization). Produk dari Industri Kreatif disebut produk komersialisasi (commercial product) yaitu berupa barang dan jasa kreatif (creative goods and services). Menurut Hermawan K, yang dikutip oleh kelompok kerja Indonesia design power Departemen Perdagangan RI (2008;73), “Komersialisasi adalah segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk barang dan jasa yang disediakan dan juga memengaruhi konsumen untuk membelinya.

Kegiatan Komersialisasi, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Pemasaran Dalam pemasaran, kegiatan komersialisasi yang dilakukan mencakup pencitraan/ konsep merek (branding), penentuan pasar sasaran (targeting), dan menentukan posisi pasar (market positioning).
2. Penjualan Dalam penjualan, kegiatan komersialisasi yang dilakukan mencakup penjualan langsung oleh desainer, kreator, agen, distributor, pemegang lisensi, pemegang pewaralaba (franchisee), pabrikan dan lain sebagainya.
3. Promosi Kegiatan komersialisasi yang dapat dilakukan melalui promosi, seperti expo, pameran, pertunjukan, penggunaan saluran media baru. Sementara itu, layanan adalah segala aktivitas yang diperlukan untuk menjaga suatu produk-barang atau jasa-tetap berfungsi dengan 10 baik sesuai dengan harapan konsumen setelah produk tersebut dibeli oleh konsumen.

### **Peluang dan Tantangan yang Dihadapi Industri Kreatif**

Peluang Industri Kreatif Bagi para pelaku Industri Kreatif, keragaman sosio-kultural dapat menjadi sumber inspirasi yang tidak pernah kering. Dimana-mana kita dapat melihat bahwa masyarakat lokal maupun internasional akan tertarik apabila menonton pagelaran budaya yang telah mendapat sentuhan lebih modern dan populer dari desainer, arsitek, komposer musik, dan koreografer. Usaha-usaha pemanfaatan kearifan serta warisan budaya Indonesia, perlu perhatian dan kerja sama anatara pemerintah dengan pelaku – pelaku industri kreatif, sehingga warisan budaya tradisional bangsa Indonesia dapat terestarikan dan menjadi kebanggaan nasional.

Tantangan Industri Kreatif Banyak kita temui, lulusan pendidikan tinggi dengan IPK tinggi ternyata tidak berprestasi di dunia kerja. Oleh karena itu sektor pendidikan harus mengimbangi kurikulum yang berorientasi pada aspek kognisi dengan kurikulum yang berorientasi pada kreativitas

dan pembentukan jiwa kewirausahaan. Kreativitas yang dimaksud adalah mengasah kepekaan dan kesiapan untuk proaktif didalam menghadapi perubahan-perubahan yang ditemui dilingkungan nyata. Lembaga pendidikan seharusnya mengarah kepada sistem pendidikan yang dapat menciptakan:

a. Kompetisi yang kompetitif  
Sesuai namanya, kompetensi membutuhkan latihan, sehingga sektor pendidikan harus memperbanyak kegiatan orientasi lapangan, ekperimentasi, riset dan pengembangan serta mengadakan proyek kerja samma multidisipliner yang beranggotakan berbagai keilmuawan, sains, teknologi, dan seni.

Intelegensia Multidimensi  
Teori-teori intelengsia saat ini telah mengakui pula bahwa tidak hanya kecedasan rasional (IQ) yang menjadi acuan tingkat pencapaian manusia, tetapi manusia juga memilki kecerdasan emosi (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ). Dengan menempatkan porsi yang sama di tiga dimensi intelegensia ini pada pendidikan jalur formal, diharapkan

dapat menghasilkan SDM berintelegensia tinggi dan memiliki daya kreativitas yang tinggi pula.

### III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Usaha ekonomi kreatif mendapat perhatian utama di banyak negara karena ternyata dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. Dari sinilah sangat perlu dikenalkan industry ekonomi kreatif di tataran desa termasuk Desa Jatimulyo karena kita perekonomian dibangun dari tingkat desa, maka kemajuan perekonomian Negara juga akan terbangun. Dengan adanya Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 semakin membuat desa mempunyai hak dan wewenang untuk mengatur dan mengelola rumah tangganya sendiri. Hal ini sesuai dengan pengertian tentang desa dalam Pasal 1 Ayat 7 Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 3 Tahun 2007 Tentang Keuangan Desa. Dalam Pasal ini disebutkan bahwa “Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan

mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Sebenarnya luasan cakupan ekonomi kreatif sebagian besar merupakan sektor ekonomi yang tidak membutuhkan skala produksi dalam jumlah besar karena usaha ekonomi kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia. Usaha kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok usaha kecil dan menengah, misalnya industri kreatif berupa *distro* yang sengaja memproduksi desain produk dalam jumlah kecil. Hal ini lebih memunculkan kesan eksklusifitas bagi konsumen sehingga produk *distro* menjadi layak untuk dibeli bahkan dikoleksi. Hal ini juga berlaku bagi industri ekonomi kreatif di bidang konveksi lainnya, seperti Dagadu dari Jogja atau Joger dari Bali. Kedua industri ini tidak memproduksi dalam jumlah besar namun eksklusifitas dan kerativitas desain produknya banyak digemari konsumen. Perekonomian Indonesia

saat ini mulai berubah karena saat ini lebih difokuskan pada pengembangan ekonomi kreatif.

Adanya instruksi dari Presiden Susilo Bambang Yudoyono pada tahun 2006 untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia merupakan pijakan awal bagi Indonesia untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai pondasi perekonomian Negara. Proses pengembangan industri ekonomi kreatif ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesian *Design Power* oleh Departemen Perdagangan untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Indonesia memiliki jutaan potensi industri ekonomi kreatif yang layak dikembangkan di Tanah Air. Potensi itu sekitar 17.500 pulau, 400 suku bangsa, lebih dari 740 etnis (di Papua saja 270 kelompok etnis), budaya, bahasa, agama dan kondisi sosial-ekonomi lainnya karena Negara Indonesia terbentang dari Sabang sampai Merauke dengan keanekaragaman suku, agama, ras, budaya, dan antar golongan.

Indonesia harus mengembangkan ekonomi kreatif karena berpotensi besar memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, mengembangkan ekonomi berbasis kepada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, serta memberikan dampak sosial yang positif. Agar hal ini bisa tercapai, maka basis pembangunan industri ekonomi harus dari tingkat desa sesuai dengan jargon pembangunan yang didengungkan Presiden Joko Widodo “*Membangun Indonesia Dari Pinggiran*” karena jumlah desa di Indonesia lebih banyak dari kelurahan dan hal ini berarti representative dari Indonesia adalah desa. Oleh karena itu, sosialisasi untuk membumikan industry ekonomi kreatif sangat diperlukan bagi seluruh elemen masyarakat yang ada di Desa Jatimulyo. Berdasarkan kajian yang dilakukan, Desa Jatimulyo sangat berpotensi untuk membentuk industri ekonomi

kreatif, misalnya kerajinan bambu yang dikelola oleh Bapak Mistar, kesenian hadrah oleh ibu-ibu pengajian, maupun wisata desa dengan menyulap jembatan gantung di dusun Darusalam menjadi obyek tempat selfie.

### VII. Khalayak Sasaran

Program pengabdian masyarakat yang mengambil tema tentang *Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif*, secara umum bertujuan untuk memberikan sosialisasi kepada pemerintah desa, tokoh masyarakat, pemuda, dan masyarakat Desa Jatimulyo tentang usaha ekonomi kreatif. Lebih jauh lagi, manfaat yang ingin diperoleh dengan adanya kegiatan sosialisasi ini adalah memberikan dorongan kepada seluruh elemen masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember agar tertarik dan mau menekuni usaha ekonomi kreatif dengan harapan nantinya dapat membuka lapangan pekerjaan bagi mereka sehingga bisa mengurangi angka pengangguran. Usaha kerajinan bambu yang dulunya sudah mempunyai pangsa



pasar di Bali sangat prospek untuk dikembangkan menjadi industri ekonomi kreatif, dan tentunya dukungan dari Pemerintah Desa Jatimulyo serta masyarakatnya sangat diperlukan untuk mencapai tujuan dan manfaat yang diharapkan.

### VIII. Evaluasi Kegiatan

Bentuk kegiatan program pengabdian masyarakat tentang *Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif* ini adalah sosialisasi dan diskusi yang dilakukan di balai Desa Jati Mulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Dalam sosialisasi ini kami memaparkan tentang apa itu usaha ekonomi kreatif, sejarah perkembangan usaha ekonomi kreatif, sub- sektor industry ekonomi kreatif, dan yang terakhir tentang peran usaha kreatif dalam memajukan perekonomian Negara Indonesia. Untuk kegiatan diskusi antara pemateri dengan kelompok sasaran sangat hidup, artinya *target group* atau kelompok sasaran sangat antusias dan tertarik tentang usaha ekonomi kreatif karena masyarakat mereka dapat mempunyai jenis pekerjaan lagi selain di sektor

pertanian yang sifatnya hanya musiman.

Kelompok sasaran saat melakukan sosialisasi tentang "*Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif*" adalah perangkat Desa Jatimulyo, masyarakat Desa Jatimulyo, tokoh masyarakat Desa Jatimulyo, dan pemuda atau karang taruna Desa Jatimulyo. Dari sini dapat dikatakan bahwa kegiatan sosialisasi ini ditujukan kepada semua unsur yang ada di Desa Jatimulyo agar mereka dapat mengerti, memahami, dan mau menggerakkan usaha ekonomi kreatif di Desa Jatimulyo.

Target yang ingin dicapai dengan adanya sosialisasi tentang "*Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif*" adalah memberikan edukasi kepada seluruh unsur yang ada di Desa Jatimulyo, baik dari unsur perangkat desa, tokoh masyarakat, masyarakat, pemuda, dan kelompok-kelompok atau organisasi kemasyarakatan lainnya terkait apa itu industry ekonomi kreatif serta pentingnya peran industry ekonomi kreatif dalam perekonomian. Dengan adanya sosialisasi ini, maka

harapannya adalah seluruh unsur masyarakat yang ada di Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember tertarik untuk meneruskan dan membangun industri ekonomi kreatif yang telah ada yakni kerajinan bamboo yang sudah merambah pasar Bali. Selain itu, diharapkan di Desa Jatimulyo dapat tumbuh sektor industri ekonomi kreatif lainnya agar dapat membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran.

Sosialisasi kegiatan ini dilaksanakan pada Hari Rabu tanggal 11 Juli pukul 09.00 – 12.00 di balai Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember dengan jumlah peserta 37 orang.

#### DAFTAR PUSTAKA

Afiff, Faisal. 2012. *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. Rangkaian Kolom Kluster I, 2012. Jakarta. Binus University

Afiff, Faisal. 2012. *Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif*. Rangkaian Kolom Kluster I, 2012. Jakarta. Binus University

Antariksa, Basuki. 2012. *Konsep Ekonomi Kreatif: Peluang*

*dan Tantangan dalam Pembangunan di Indonesia*. Jakarta.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Antariksa, Basuki. 2012. *Konsep Indonesia Kreatif: Tinjauan Awal Mengenai Peluang dan Tantangannya bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

LEMHANNAS RI. 2012. *Pengembangan Ekonomi Kreatif guna Menciptakan Lapangan Kerja dan Mengentaskan Kemiskinan dalam Rangka Ketahanan Nasional*. Jakarta

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Jakarta

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2010. *Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Studi Industri Kreatif Indonesia

Rianse, dkk. 2013. *“Peran Pemerintah dan Perguruan Tinggi dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal”* disampaikan pada Kongres Kebudayaan Indonesia (KKI), Yogyakarta 8 - 11 Oktober