



Perumusan Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sukoharjo

Nunung Sri Mulyani¹, Izza Mafruhah¹, Dewi Ismoyowati¹, Nurul Istiqomah¹
¹FEB UNS

Corresponding author: dewiismoyowati@staff.uns.ac.id

Abstrak. Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan pada aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Ekonomi kreatif memiliki peran sebagai salah satu penyumbang ekspor Indonesia. Ekonomi kreatif menjadi bagian dari ekspor non migas yang saat ini tengah digalakkan. Tingginya peran ekonomi kreatif ini tidak lepas dari peran industri kreatif yang disumbangkan oleh masing-masing daerah. Selain itu, dalam industri kreatif melibatkan seluruh stakeholder yang ada yaitu ABCGM (*Academic, Business, Community, Government dan Media*). Kelima unsur tersebut secara bersama-sama terlibat dalam pengembangan ekonomi kreatif. Sukoharjo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki banyak industri baik mikro, kecil maupun menengah besar. Jumlah industri kecil di Sukoharjo mempunyai kontribusi terbesar yaitu 97,39%. Sukoharjo merupakan salah satu kabupaten yang memiliki beberapa perusahaan besar dengan tenaga kerja yang cukup banyak. Hal ini berhubungan secara langsung dengan jumlah investasi yang ditanamkan pada industri. Industri besar memiliki kontribusi paling besar dalam sisi investasi yaitu sebesar 83,5 % dan meningkat menjadi 86 % pada tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan : 1). Pemetaan industri kreatif dan pelaku usaha industri kreatif di kabupaten Sukoharjo, 2). mengetahui permasalahan industri kreatif di kabupaten Sukoharjo serta 3). Mengetahui dukungan seluruh stakeholder terhadap industri kreatif di kabupaten Sukoharjo. Alat analisis yang digunakan adalah melakukan pendataan pada Dinas Perindustrian, Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM, Unit Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan masing-masing kecamatan. Setelah itu data akan dikelompokkan dan diolah dengan menggunakan Analisis Atlasti.

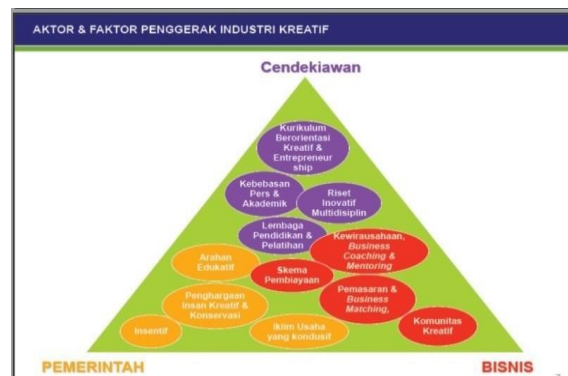
1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif dibangun berdasarkan hubungan antara kreatifitas dalam bidang keilmuan dengan peran para akademisi, ditopang dengan kreatifitas dibidang teknologi serta budaya yang saling mempengaruhi antara satu dan yang lainnya. Sistem triple helix tersebut menjadi kerangka pembangunan ekonomi kreatif. Akademisi, Bisnis dan Pemerintah merupakan aktor utama penggerak berkembangnya kreatifitas, ide, ilmu pengetahuan serta teknologi untuk meningkatkan industri ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif mempunyai ciri khusus dalam menampilkan keunggulan krestivitas dalam menghasilkan desain yang berbeda berdasarkan kreativitas, bakat serta minat yang dimiliki oleh pengusaha dalam membuat barang dan jasa yang memiliki nilai tambah. Ekonomi kreatif memiliki ciri-ciri antara lain a) memiliki unsur utama kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual; b) penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara langsung berhubungan dengan pelanggan; c) Siklus hidup relative singkat, memiliki margin yang tinggi dan juga persaingan yang ketat serta mudah ditiru (Saksono, 2012). Ekonomi kreatif memiliki peran sebagai salah satu penyumbang ekspor Indonesia. Ekonomi kreatif menjadi bagian dari ekspor non migas yang saat ini tengah digalakkan. Data perbandingan ekspor migas dan non migas Indonesia selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa pertumbuhan eksport migas dari tahun ke tahun terus menurun sementara ekspor non migas mulai berkembang sebagaimana ditunjukkan dalam gambar berikut ini:

Kontribusi industri kreatif terhadap PDB Indonesia pada tahun 2015 sebesar 7,39 % dengan besarnya penyerapan tenaga kerja sebesar 15,17 juta orang. Tren kontribusi industri tersebut mengalami kenaikan setiap tahunnya. Bahkan pada tahun 2017, kontribusi industri kreatif tersebut mengalami peningkatan menjadi sebesar 7,57 % dengan besarnya penyerapan tenaga kerja sebanyak 16,91 juta orang. Tren tersebut terus meningkat sehingga diperkirakan pada tahun 2019, kontribusi industri kreatif mencapai 1.100 trilyun rupiah atau sebesar 7,55 % terhadap PDB, dan penyerapan tenaga kerjanya diperkirakan mencapai 18,10 juta orang (Statistik, 2017).

Industri kreatif melibatkan seluruh stakeholder yang ada yaitu ABCGM (*Academic, Business, Community, Government dan Media*). Kelima unsur tersebut secara bersama-sama terlibat dalam pengembangan ekonomi kreatif baik secara detail bisa ditunjukkan dalam gambar berikut ini:



Gambar 1. Aktor dan faktor penggerak industri kreatif (Pangestu, 2008)

Tingginya peran ekonomi kreatif ini tidak lepas dari peran industri kreatif yang disumbangkan oleh masing-masing daerah. Sukoharjo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki banyak industri baik mikro, kecil maupun menengah besar.

Saat ini industri kecil banyak diwarnai dengan industri kreatif, mulai dari kerajinan berbahan baku kayu dan limbah kayu, seperti yang ada di Bulakan, industri batik yang tersebar di beberapa wilayah, industri sarung goyor di Tangkisan, industri rotan di Trangsan, industri jamu di Nguter, industri gamelan dan batu bata di Mojolaban dan banyak industri kreatif rumahan lainnya yang tersebar di berbagai wilayah. Industri kreatif ini memiliki peran yang cukup banyak dalam penciptaan lapangan kerja dan lapangan berusaha. Terdapat beberapa kendala utama yang selama ini ada dalam pengembangan ekonomi kreatif secara umum dan juga terjadi di Sukoharjo, yaitu dari aspek peningkatan kualitas produksi, peningkatan pemasaran, peningkatan permodalan dan juga pengembangan jejaring. Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Sukoharjo terbagi menjadi empat yaitu : a) Aspek ide kreatif dan pengembangan kualitas produk, b) Aspek pemasaran, c) Aspek permodalan; d) Aspek pengembangan jejaring.

2. Metode Penelitian

2.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengambil objek Kabupaten Sukoharjo yang merupakan penelitian aplikatif yaitu hasil penelitian akan bisa dilanjutkan dengan pengabdian kepada masyarakat. Metodologi penelitiannya adalah dengan menggunakan *mixed method*, yaitu gabungan antara metode kuantitatif dan kualitatif. Ruang Lingkup penelitian adalah IKM yaitu Industri Kecil Menengah. IKM mengandung pengertian bahwa yang dijadikan sebagai obyek penelitian adalah pengusaha kecil yang menambah *value* pada produk baik barang maupun jasa.

Penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Data sekunder diperoleh dari beberapa dinas terkait pada level kabupaten, dan juga data dari masing-masing kecamatan di Sukoharjo. Data sekunder akan dipilah dan dikelompokkan untuk dan diolah dengan menggunakan Analisis Atlati.

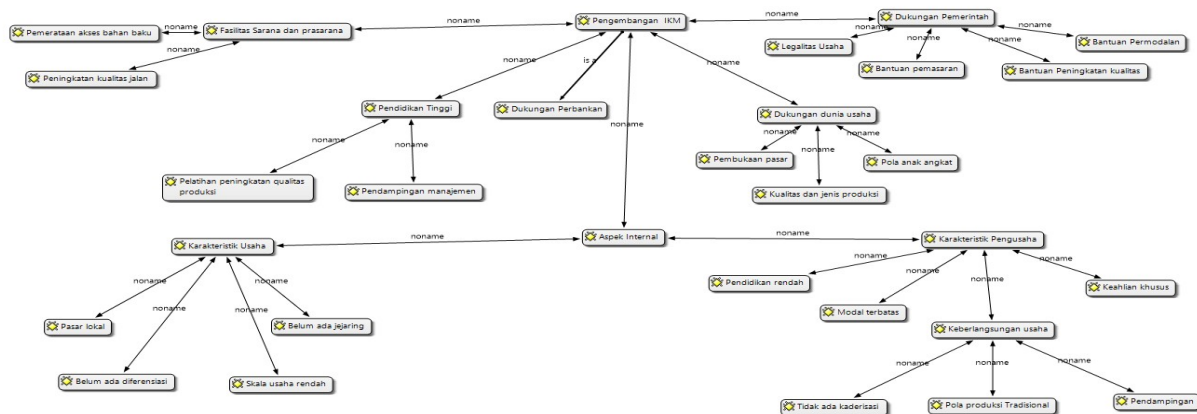
Hasil Analisis Atlasti berupa pemetaan permasalahan industry kreatif di kabupaten Sukoharjo .Sedangkan data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan berbagai pihak terkait yang terdiri atas : a. Pelaku usaha / IKM , b.Dinas terkait ,c. Kecamatan – Kecamatan .Data primer terdiri atas keunggulan, kelemahan, peluang, hambatan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dan pemerintah dalam pengembangan industri kreatif di kabupaten Sukoharjo.

3. Hasil dan Diskusi

Pada identifikasi permasalahan yang dihadapi IKM di kabupaten Sukoharjo. Metode pengambilan data yang dilakukan adalah dengan melakukan indepth interview kepada beberapa narasumber yang terdiri atas

- a. Pelaku usaha atau IKM yang terdiri atas 10 orang tiap kecamatan, sehingga total responden dari pelaku usaha sebanyak 120 orang,
- b. Aparat Pemerintah yang terdiri atas ASN di lingkungan kecamatan dan organisasi pemerintah daerah yang menangani masalah IKM, perdagangan, penanaman modal, tenaga kerja dan perdagangan.

Hasil wawancara secara mendalam menunjukkan bahwa ternyata permasalahan industry kreatif di Sukoharjo bisa dipilah adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Identifikasi permasalahan IKM di Sukoharjo
 Sumber: Data diolah

Hasil pengolahan data dengan menggunakan atlas.ti tersebut menunjukkan bahwa terdapat beberapa permasalahan dalam pengembangan IKM, yaitu:

1. Aspek Internal yang terdiri atas a) aspek karakter usaha dan b) Aspek karakter pengusaha, secara detail masing-masing aspek akan dijelaskan sebagai berikut:
 - a. Aspek karakter usaha yaitu permasalahan yang disebabkan oleh berbagai masalah berkaitan dengan pengembangan produk usaha itu sendiri yaitu (i) Pasar usaha yang masih bersifat local; (ii) Belum adanya diferensiasi produk yang mendorong peningkatan segmen pasar; (iii) Skala usaha rendah dan sebagian belum tergabung dalam kluster sehingga masing-masing masih berdiri sendiri; (iv) belum adanya jejaring dalam pengembangan usaha sehingga belum terdapat dukungan yang kuat dalam pengembangan Industri Kecil Menengah.
 - b. Aspek Karakter Pengusaha, yaitu bagaimana pengusaha mempunyai karakter tersendiri yang terbentuk karena factor internal pengusaha yaitu terdiri atas (i) Pendidikan pengusaha yang relative masih rendah; (ii) Modal yang masih terbatas yang menyebabkan usaha tidak bisa cepat berkembang; (iii) Keahlian khusus, beberapa IKM membutuhkan keahlian khusus sehingga ketika tenaga kerja mendapatkan masalah maka akan kesulitan mendapatkan tenaga kerja yang mampu meningkatkan usahanya; (iv) Keberlangsungan usaha yang terdiri atas (1)



tidak ada kaderisasi hal ini khususnya untuk usaha yang membutuhkan keahlian khusus seperti usaha meuble, usaha gitar dan usaha-usaha yang lebih banyak membutuhkan tenaga dan berpendapatan rendah seperti usaha genteng, usaha batu bata, dan usaha lainnya, maka generasi muda sebagian besar tidak mau untuk turun dalam kegiatan usaha tersebut sehingga membutuhkan sentuhan teknologi untuk bisa mempertahankan usahanya; (2) Pola Produksi Tradisional sehingga menyebabkan jumlah produksi tidak bisa berkembang dengan cepat; permasalahan dalam standarisasi produk; dan (3) Kurangnya pendampingan yang dilakukan terhadap pelaku usaha

2. Aspek Fasilitas Sarana dan Prasarana yang terdiri atas pemerataan akses bahan baku dan juga peningkatan kualitas jalan. Secara detail akan dibahas sebagai berikut :
 - a. Fasilitas pemerataan akses bahan baku menjadi bagian penting karena akan berpengaruh terhadap berjalannya produksi yang dilakukan oleh IKM
 - b. Peningkatan kualitas jalan, transportasi merupakan sarana utama yang harus diperhatikan karena merupakan komponen yang cukup tinggi meskipun di luar produksi. Ketika fasilitas jalan lancar maka akan menyebabkan kelancaran dalam pasok supply barang dan jasa, di sisi lain pemasaran juga akan lebih mudah dilakukan, waktu tempuh akan berkurang sehingga perjalanan akan semakin lancar.
3. Aspek dukungan Dunia usaha
 Dunia usaha merupakan salah satu pendukung utama dalam pengembangan Industri Kecil Menengah. Selama ini sering terjadi bahwa usaha besar bersaing dengan usaha kecil menengah, namun dalam dunia baru sharing economy merupakan bagian yang penting, owning justru akan menyebabkan usaha tidak berjalan dengan maju dan bagus. Oleh sebab itu maka sinergi yang tepat antara Industri Kecil dan menengah dengan dunia usaha besar akan sangat penting. Aspek Dukungan pemerintah, merupakan langkah yang harus dilakukan oleh pemerintah khususnya untuk mendukung perkembangan IKM. Dukungan pemerintah dimulai dari aspek regulasi khususnya berupa kemudahan dalam perijinan, perlindungan atas produksi dan pembukaan pasar sebagaimana yang telah dikembangkan selama ini. Pembukaan jejaring juga merupakan salah satu tugas pemerintah. Pada posisi ini pemerintah menjadi pusat dan agen utama pengembangan IKM. Pemerintah sebaiknya menyusun grand design sehingga target dan langkah-langkah utama yang dilakukan bisa dikoordinasikan antar pelaku dan tidak terjadi tumpang tindih dalam pengembangan IKM.
4. Aspek Perbankan, salah satu kelemahan utama IKM adalah dari aspek pendanaan dan permodalan. Di sisi lain kelemahan IKM adalah dalam manajemen keuangan, Pendidikan tinggi melakukan upaya pendampingan dalam manajemen keuangan dengan harapan IKM memiliki kemampuan menyusun laporan keuangan sehingga bisa bankable, pada posisi ini akan memudahkan bagi Perbankan sebagai agent of development memiliki tanggungjawab untuk meningkatkan investasi khususnya bagi IKM.

Fokus pengembangan industri kreatif di daerah adalah pada tiga hal, yaitu fashion, kuliner serta kriya. Ketiga industri kreatif tersebut banyak ditemukan di kabupaten Sukoharjo dan perlu untuk terus dikembangkan karena akan meningkatkan peluang kesempatan bekerja dan kesempatan berusaha. Data yang berhasil dikumpulkan sebelumnya menunjukkan bahwa ketiga jenis industri kreatif tersebut sudah ada embrionya namun belum berkembang dengan baik, usaha menjahit yang selama ini ada masih berupa usaha rumahan namun memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi usaha Fashion.

4. Kesimpulan

Industri Kecil Menengah di kabupaten Sukoharjo terdiri atas lebih dari 6000 IKM yang terbagi dalam berbagai usaha dengan usaha utama pembuatan batu bata, pembuatan kedelai dan turunannya yaitu tempe, tahu, kecambah dan keripik serta berbagai masakan olahan lainnya kemudian diikuti dengan usaha meubel dan turunannya termasuk handycraft. Permasalahan dan solusi yang dihadapi dalam pengembangan IKM terpilah atas permasalahan internal yaitu berhubungan dengan karakter usaha dan karakter pengusaha, kondisi ini membutuhkan dukungan dari berbagai pihak antara lain

dukungan perguruan tinggi berupa peningkatan kualitas produk dan pendampingan manajemen, dukungan dari pemerintah berupa regulasi, bantuan peralatan, pembukaan jejaring kerjasama dan bantuan pelatihan serta pendampingan, dukungan dari dunia usaha berupa bapak dan anak angkat, pembukaan peluang pasar dan diferensiasi produk, dukungan dari perbankan berupa pendanaan dengan bunga ringan dan fasilitasi berupa fasilitas jalan dan fasilitas akses bahan baku.

Design pengembangan IKM tersebut terdiri atas 4 program utama yang diturunkan ke dalam kegiatan dan sub kegiatan. Kegiatan utama yang diusulkan terdiri atas

1. Aspek produksi yaitu berbagai macam kegiatan yang disusun dalam peningkatan produksi baik dari kualitas maupun kuantitas
2. Aspek Manajemen, meliputi berbagai macam kebutuhan manajemen IKM khususnya dalam manajemen SDM dan manajemen keuangan karena akan sangat berpengaruh terhadap pembukaan jejaring
3. Aspek pemasaran, merupakan aspek utama dalam IKM, karena sebagai papuan produk yang dibuat, inti utamanya adalah pada bagaimana produk tersebut bisa dipasarkan
4. Aspek Kelembagaan, adalah aspek yang disusun berdasarkan peningkatan kelembagaan dan pengembangan internal pengusaha karena berhubungan dengan karakter pengusaha

5. Referensi

Artikel Jurnal yang Ditinjau Sejawat:

- [1] Cham, Purnama, dan Suyanto. (2010). Motivasi dan Kemampuan Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 1.
- [2] Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan Direktorat Pendidikan Formal dan Non Formal Kementerian Pendidikan Nasional. (2010) *Modul 3 Manajemen Usaha Kecil*.
- [3] Harini, S. (2012) Pengaruh Pelatihan Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen SDM, Manajemen Produksi dan Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM. *Proceeding Seminar Nasional Forum Bisnis dan Keuangan*.
- [4] Hendrati, Ignatia Martha dan Mochamad Muchson. (2010) Latar Belakang Pendidikan, Pelatihan, dan Kewirausahaan terkait Kinerja UMKM (Studi di Sentra Industri Tenun Ikat Kelurahan Bandar Kidul Kecamatan Mojoroto Kota Kediri). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Volume 10, No 1, 2010

Buku:

- [1] Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 04(02), 93–104. <https://doi.org/10.21787/jbp.04.2012.93-104> Statistik,
- [2] B. P. (2017). *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*. Jakarta.