

- **Lak Lak Nazhat El Hasanah**

Prodi Ilmu Ekonomi FE-UII

Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta

ABSTRAK

Saat ini pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya di Indonesia perlu ditingkatkan. Ekonomi kreatif Indonesia sebagai kekuatan baru menuju 2025 tidak hanya sebatas semangat tetapi juga *mission statement* untuk berkreasi dengan mengatasmakan identitas budaya Indonesia pada setiap karya kreatif yang diciptakan oleh anak bangsa. Perkembangan ekonomi kreatif juga tidak dapat terlepas dari generasi muda sebagai gudang kreativitas. Generasi muda adalah sumber daya produktif yang dengan ide kreatifnya dapat membuka sebuah usaha (wirausaha) yang juga membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran di angkatan kerja produktif. Semakin banyak anak muda yang berkecimpung di dunia wirausaha, semakin banyak pula produktivitas yang dihasilkan sehingga berdampak pula pada meningkatnya perkembangan ekonomi nasional. Analisis SWOT yang dilakukan menghasilkan kegiatan pengembangan wirausaha muda dalam ekonomi kreatif berbasis budaya melalui program pelatihan, pengembangan serta pemodalan.

Kata kunci: kreatif, muda, wirausaha

ABSTRACT

The development of culture-based creative economy in Indonesia needs to be improved. Indonesia creative economy as a new force to the spirit of 2025 is not only limited but also to be creative with the mission statement on behalf of the cultural identity of Indonesia on any creative work created by the children of the nation. Development of the creative economy can not be separated from the younger generation as a storehouse of creativity. Young people are the productive resources with creative ideas can open a business (entrepreneurs), which also help the government in reducing the unemployment rate in the labor force. More and more young people are involved in the entrepreneurial world, the more the productivity is generated so that the impact on the increasing development of the national economy. SWOT Analysis which do generate program development of young entrepreneurs in the creative economy through culture-based training program, development and capitalization.

Keyword : Creative, Young, Entrepreneurs

PENDAHULUAN

Sebuah konsep di era baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumberdaya manusianya sebagai faktor produksi yang utama sering disebut dengan ekonomi kreatif. Istilah ini sudah dikenal sejak tahun 2006, namun, perencanaan pengembangan 14 sub sektor ekonomi dalam industri kreatif baru dimulai di tahun 2009 sejak Inpres No.6 Tahun 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif dikeluarkan. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011, pemerintah secara resmi membentuk Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang bertanggung jawab dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia baik Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya maupun Ekonomi Berbasis Media, Desain dan IPTEK.

Secara keseluruhan industri kreatif terbukti memainkan peran yang signifikan bagi perekonomian nasional dengan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan domestik bruto rata-rata sekitar 7,1% dari PDB. Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya pada tahun 2013 mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 7,06 juta orang atau sebesar 59,4% dari total penyerapan tenaga kerja sektor industri nasional. Penyerapan tenaga kerja ekonomi kreatif Seni dan Budaya didominasi oleh kelompok industri kuliner dan kerajinan. Untuk pertumbuhan produktivitas tenaga kerja di sektor Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya tumbuh sebesar 0,53% pada tahun 2013 (Kemenparekraf, 2014).

Sumber daya yang melimpah baik sumber daya manusia, sumber daya alam dan sumber daya budaya yang dimiliki memberikan peluang besar bagi berkembangnya ekonomi kreatif di Indonesia. Yogyakarta misalnya, salah satu kota yang merupakan kota pelajar dan kota seni dan budaya, mempunyai kearifan lokal yang unik yang bisa memacu masyarakat untuk berkreasi. Salah satu bentuk kreativitas bisa melalui

kewirausahaan. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Memiliki jiwa entrepreneur berarti mendorong adanya mental yang mandiri, kreatif, inovatif, bertanggung jawab, disiplin, dan tidak mudah menyerah, seperti layaknya seorang wirausaha ketika memulai usahanya dari bawah. Alangkah baiknya jika sifat-sifat ini ditelurkan pada generasi muda yang notabene adalah jiwa petualang, penuh ide, dan menyukai tantangan secara umum memiliki kesamaan dengan konsep wirausaha yang menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang. Dush M. Dkk. (2012) di Orissa, India menemukan bahwa kewirausahaan oleh kaum muda dalam beberapa tahun terakhir telah berhasil mendongkrak persaingan ekonomi dan meningkatkan pembangunan di daerah tersebut. Kewirausahaan di kalangan kaum muda jarang dieksplorasi secara khusus, bahkan kebijakan dan program seringkali dibuat satu namun berlaku untuk semua (*one size fits all*). Bisnis tak lagi identik dengan suatu usaha yang dijalankan oleh mereka yang berusia matang dengan segenap kemampuan dan *skill* pendukung dalam mendirikan sebuah bisnis. Anak muda khususnya kaum mahasiswa dengan rentang usia antara 18-25 tahun telah banyak yang menjadi pebisnis muda atau pengusaha muda atau lebih dikenal dengan istilah *young entrepreneurship*.

Peluang yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta ternyata belum bisa dimanfaatkan secara maksimal oleh kaum muda apalagi wirausaha berbasis budaya, hal ini dikarenakan minat masyarakat Indonesia menjadi pengusaha memang masih rendah. Pola pikir generasi muda setelah menyelesaikan studi adalah mencari pekerjaan (menjadi karyawan) juga mendorong rendahnya wirausaha khususnya kaum muda. Indonesia merupakan negara dengan piramida muda di mana usia produktif mendominasi. Jumlah penduduk Indonesia saat ini berkisar sebanyak 24 juta jiwa sebagaimana

dilansir sebuah media *online* www.detik.com tanggal 29 September lalu. Namun, dari 24 juta jiwa tersebut hanya 0,24% saja yang berwirausaha. Artinya, dibandingkan jumlah penduduk Indonesia tentu sangat kurang sekali. Indonesia masih membutuhkan sekitar 4,18 juta wirausaha lagi. Dari uraian di atas maka permasalahan yang dikemukakan dalam tulisan ini adalah bagaimana pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

LANDASAN TEORI DAN KAJIAN EMPIRIS

Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya

John Howkins (2001) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai ekonomi yang menjadikan kreatifitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Richard Florida (2002) dalam bukunya *The Rise of Creative Class dan Cities and Creative Class* yang menyebutkan bahwa manusia pada dasarnya adalah kreatif, apakah ia seorang pekerja di pabrik kaca mata atau seorang remaja di gang senggol yang sedang membuat musik *hip-hop*, perbedaannya terletak pada statusnya. Sedangkan menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreatifitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi (Kemenparekraf, 2014).

Konsep ekonomi kreatif ini lebih dikenal dengan istilah industri kreatif karena industri kreatif merupakan bagian

dari ekonomi kreatif itu sendiri. Menurut *United Kingdom Departement Culture, Media and Sport* (DCMS, 2001), industri kreatif adalah berbagai hal yang memerlukan kreativitas, keterampilan, dan bakat yang dilakukan untuk penciptaan kesempatan kerja dan kesejahteraan melalui eksploitasi properti intelektual. Kegiatan industri kreatif ini mencakup iklan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, *fashion*, film dan video, musik, seni pertunjukan, percetakan, *software*, televisi dan radio serta video dan *game* komputer. Menurut UNCTAD (dalam UN, 2008), industri kreatif didefinisikan sebagai :

1. Siklus kreasi, produksi, dan distribusi barang jasa yang menggunakan modal kreativitas dan intelektual sebagai input utama.
2. Serangkaian kegiatan berbasis pengetahuan yang ditekankan pada seni yang berpotensi memberikan pendapatan dari perdagangan dan hak atas properti intelektual.
3. Terdiri atas produk intelektual atau jasa artistik, baik kasat mata dan tidak, dengan materi kreatif, bernilai ekonomi, dan memiliki sasaran pasar yang jelas.
4. Persimpangan antara kesenian, jasa, dan sektor industri.
5. Perwujudan sektor baru yang dinamis pada perdagangan dunia.

Pengembangan ekonomi kreatif difokuskan untuk melakukan penataan ulang 15 kelompok industri kreatif, penguatan sumber daya manusia kreatif yang merupakan pondasi dalam pengembangan ekonomi kreatif, dan penguatan kelembagaan ekonomi kreatif.

Tabel 1. Jenis dan Kriteria Industri Kreatif

No	Departemen Perdagangan Indonesia	Kriteria
1	1. Kerajinan (diproduksi tanpa mesin oleh pengrajin) 2. Kuliner	Budaya: Seluruh benda peninggalan nenek moyang berupa bangunan, arsitektur, dan benda-benda lain beserta

		rangkaian tradisi yang diwariskan secara turun temurun dan menjadi identitas masyarakat
3	3. Video, Flim, Fotografi	Seni: Bentuk penggambaran alam yang diekspresikan dalam dokumentasi visual dan pertunjukkan sesuai budaya masyarakat yang berlaku, atau dapat diterima oleh masyarakat
4	4. Musik 5. Seni Pertunjukkan 6. Pasar Barang Seni	
5	7. Penerbitan dan Percetakan	Media: Mencakup alat penyampaian informasi dan komunikasi serta inovasi teknologi dan pengetahuan. Menjadi alat pembelajaran masyarakat
6	8. TV dan Radio	
7	9. Permainan Interaktif 10. Teknologi Informasi	
8	11. Desain (Grafis, interior, produk, industri, pemasaran, kemas, konsultasi jasa identitas perusahaan) 12. Mode (baju, alas kaki, aksesoris dan distribusinya	Desain: Ekspresi seni, pengetahuan dan budaya masyarakat yang diolah dalam produk fungsional untuk kepentingan praktis.
9	13. Arsitektur 14. Periklanan 15. Penelitian & Pengembangan	

Sumber: Artiningsih dkk, 2010

Sedangkan berbicara mengenai ekonomi kreatif basis budaya, Geertz (2010) menekankan kebudayaan sebagai sekumpulan ide dan proses kreatif dari akal budi yang diwariskan kemudian mewarnai kehidupan sebuah kemasyarakatan. Proses kreatif dari akal budi jika diimplementasikan terhadap suatu bidang usaha akan menghasilkan suatu produk yang kreatif. Rianse dkk. (2013) mendefinisikan budaya merupakan pola hidup menyeluruh, bersifat kompleks, abstrak serta luas yang terpolarisasi dalam suatu citra yang khas, yang berarti setiap produk industri kreatif basis budaya akan mempunyai ciri yang khas yang unik dan berbeda dari yang lain. Ekonomi Kreatif

Berbasis Seni dan Budaya terdiri dari : Pasar Barang Seni, Kerajinan, Film, Video dan Fotografi, Musik, Seni Pertunjukan.

Pengertian ekonomi kreatif berbasis budaya lokal adalah ekonomi yang mengandalkan kreatifitas masyarakat dengan memanfaatkan potensi budaya lokal yang tersedia untuk dimanfaatkan sebagai modal dalam memperoleh keuntungan (Zulbetti, 2015). Pada periode 2013 kontribusi ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya terhadap PDB nasional mencapai 3,51%. Berikut data mengenai distribusi Nilai Tambah Bersih (NTB) ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya terhadap PDB.

Tabel 2. Distribusi NTB Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya Terhadap PDB Tahun Berlaku 2010-2013

Sektor	Uraian	2010	2011	2012	2013
1	Pasar Barang Seni	0,02	0,02	0,02	0,02
2	Kerajinan	1,13	1,07	1,02	1,02
3	Film, Video dan Fotografi	0,09	0,09	0,09	0,09
4	Musik	0,06	0,06	0,06	0,06
5	Seni Pertunjukan	0,03	0,03	0,03	0,03
6	Kuliner	2,40	2,29	2,27	2,29
Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan budaya		3,74	3,55	3,48	3,51
Ekonomi Kreatif Lainnya		3,60	3,55	3,54	3,54
Jumlah Ekonomi Kreatif		7,34	7,10	7,02	7,05
Jumlah Non-Kreatif		92,66	92,90	92,98	92,95
PDB Indonesia		100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Direktorat Neraca Produksi, Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, kontribusi ekonomi kreatif basis seni dan budaya terhadap PDB nasional pada periode 2013 adalah sebesar 3,51%, dengan total nilai sebesar 319.518 milyar dari pertumbuhan ekonomi nasional. Angka tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2012 yang mengalami pertumbuhan sebesar 11,24%. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh subsektor kerajinan dan kuliner yang merupakan penopang terbesar untuk ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya. Berikut ini beberapa studi yang terkait dengan ekonomi kreatif adalah:

Bahren, Herry Nur Hidayat, Sudarmoko, Virtuous Setyaka (2014), dengan judul penelitian Industri Kreatif Berbasis Potensi Seni dan Sosial Budaya di Sumatera Barat: Hasil studinya mengungkapkan seni memiliki hubungan yang dilematis dengan industri, antara nilai estetika dan nilai pasar. Dengan menggunakan metode *triple helix*, diketahui bahwa daerah terpilih dalam studi ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan industri kreatifnya, baik itu karena potensi artistik, lokasi, seniman, pemerintah, masyarakat dan pihak terkait lainnya.

Artiningsih, Rukuh Setiadi dan Duhita Mayang sari (2010), melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis potensi sosial ekonomi dan

budaya yang dimiliki Kota Semarang untuk mengembangkan industri kreatif. Penelitian dilakukan dengan memetakan potensi ekonomi, sosial dan budaya Kota Semarang dalam pengembangan industri kreatif. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Kota Semarang sebagai kota metropolitan memiliki berbagai potensi, baik potensi sosial, ekonomi maupun budaya untuk dapat dikembangkan menjadi industri kreatif. Namun pada kenyataannya, Kota Semarang belum dapat memanfaatkan potensi-potensi yang dimilikinya untuk dikembangkan sebagai industri kreatif seperti kota-kota lainnya. Industri kreatif yang saat ini berpotensi baik untuk dikembangkan dan mampu mengungkap potensi sosial, ekonomi, dan budaya

Puspa Rini dan Siti Czafrani (2010), melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal oleh pemuda dalam rangka menjawab tantangan ekonomi global. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu metode yang memadukan analisis data dengan aspek-aspek yang terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mengatasi permasalahan ekonomi, pengembangan ekonomi kreatif sangat diperlukan yakni perekonomian kreatif yang menjual keanekaragaman budaya Indonesia, dengan pemuda sebagai aktor utamanya. Melalui hal tersebut, diharapkan

para pemuda bisa menghadapi tantangan globalisasi dengan tidak menghilangkan identitas sebagai pemuda Indonesia serta sukses di pasar bebas.

Kewirausahaan

Pemahaman dasar kewirausahaan mengarah kepada hakikat yang sama, meskipun belum ada terminologi yang sama tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*), yaitu peningkatan kualitas hidup manusia yang merujuk pada sifat, ciri-ciri, dan watak yang melekat pada seseorang untuk memiliki kemauan yang keras untuk mewujudkan wawasan yang inovatif ke dalam kegiatan usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Sehingga pada setiap orang yang memiliki perilaku kreatif, inovatif, menyukai perubahan dan kemajuan, berani mengambil resiko, dan menerima tantangan.

Entrepreneurship yang umumnya yang berkembang berasal dari teori Schumpeter (1934), dimana *entrepreneurship* adalah pengusaha yang melaksanakan kombinasi baru dalam bidang teknik dan komersial ke dalam bentuk praktik. Dalam hal ini kewirausahaan merupakan fungsi dari pengusaha yang mengenalkan dan melaksanakan kemungkinan baru dalam bidang perekonomian.

Adapun kemungkinan-kemungkinan baru yang dikembangkan Schumpeter adalah:

1. Memperkenalkan produk baru atau kualitas baru suatu barang yang belum dikenal oleh konsumen.
2. Melaksanakan suatu metode produksi baru dari suatu penemuan ilmiah baru, dan cara-cara baru untuk menangani suatu produk agar lebih mendayagunakan keuntungan.
3. Membuka suatu pemasaran baru, baik pasar yang belum pernah dimasuki cabang industri yang bersangkutan atau sudah ada pemasaran sebelumnya.

4. Pembukaan suatu sumber dasar baru, atau sumber-sumber barang setengah jadi, atau sumber yang masih harus dikembangkan.

Pengembangan kewirausahaan lebih banyak ditujukan kepada pengusaha untuk memiliki karakter-karakter unggul dalam meningkatkan kualitas hidupnya melalui perusahaan yang dijalkannya. Pengembangan aspek perusahaan banyak ditujukan untuk memperbaiki dan mengembangkan manajerial perusahaan termasuk fungsi produksi, keuangan, pemasaran, serta fungsi manajemen dan organisasi.

Kewirausahaan adalah semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang efisien melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas, dan inovasi serta kemampuan manajemen. Esensi kewirausahaan dari pengertian tersebut merupakan tanggapan positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan bagi diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat.

Era kreatif berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kekayaan intelektual seperti seni rupa, film dan televisi, piranti lunak, permainan, atau desain *fashion*, dan termasuk layanan kreatif perusahaan seperti iklan, penerbitan, dan desain. Perdagangan dan perputaran barang dan jasa kreatif memunculkan corak ekonomi baru yang disebut ekonomi kreatif. Jiwa wirausaha adalah jiwa bagaimana mereka memunculkan suatu ide untuk menghasilkan produk yang mempunyai nilai jual karena kewirausahaan juga merupakan cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif tersebut. Semangat, perilaku, dan kemampuan wirausaha tentunya bervariasi satu sama lain, dan atas dasar itu wirausaha

dikelompokkan menjadi tiga tingkatan yaitu, wirausaha awal, wirausaha tangguh, dan wirausaha unggul.

Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya

Wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya adalah pemuda yang berpikir dan bertindak untuk mengembangkan kreatifitas yang unik dan berbeda dengan yang lain sehingga dapat lebih menguntungkan. Misalkan dengan mengembangkan produk-produk yang menjadi ciri khas suatu daerah baik kerajinan tangan maupun produk-produk lainnya. Penggunaan istilah-istilah yang berhubungan dengan kreatifitas memang cukup membingungkan. Kreatif bukan semata-mata kegiatan yang bersifat “jenius” atau memberi “inspirasi” yang terkesan misterius (Sennet, 2008). Di India dan Jepang misalnya, kreativitas cenderung lebih tenang dan bersifat biasa-biasa (Gell, 1998). Sementara di Korea Selatan, kreatifitas yang terjadi beberapa tahun terakhir dalam aktivitas musik dan film televisinya terkesan dramatis namun ‘menggila’ sehingga menjadi tren baru yang digemari kaum muda bukan hanya di negaranya sendiri tapi juga ‘menulari’ kaum muda di negara-negara yang lain. Dengan demikian, kreatifitas bersifat unik, namun dampaknya bisa sangat dahsyat bukan saja terhadap cara-kebiasaan-pola hidup manusia secara sosial, budaya dan politik, namun berdampak juga pada pertumbuhan ekonomi bangsa.

Untuk menumbuhkan wirausaha muda dalam bidang ekonomi kreatif berbasis budaya tentu memerlukan proses panjang, mulai dari menyiapkan sumberdaya manusianya hingga sumberdaya pendukung seperti ketersediaan dana, sarana, dan prasarana pelatihan yang memadai. Untuk lebih memudahkan proses penumbuhan wirausaha, muda di bidang ekonomi kreatif berbasis budaya maka perlu ada batasan umur, sehingga program penumbuhan dan pembinaan dapat dilakukan secara optimal.

Oleh karena itu, wirausaha muda di bidang ekonomi kreatif berbasis budaya yang dimaksud dalam program penumbuhan wirausaha muda di bidang ekonomi kreatif berbasis budaya ini adalah generasi muda yang berusia 18-40 tahun, memiliki semangat berwirausaha, mengelola dan mengembangkan usaha berbasis budaya secara kreatif, inovatif, dan profesional memiliki jejaring usaha secara luas dan berwawasan global.

Wirausaha muda di bidang ekonomi kreatif berbasis budaya ini sebagai anggota keluarga berperan sebagai generasi penerus yang mampu menjamin kesejahteraan keluarga dengan mengembangkan usaha yang digeluti sebagai mata pencaharian. Untuk itu, wirausaha muda perlu disiapkan sebaik mungkin sebagai generasi muda penerus pelaku utama dan pelaku usaha ekonomi kreatif masa depan yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dalam mengembangkan berbagai usaha ekonomi kreatif.

Oleh karena itu, pengembangan wirausaha muda di bidang ekonomi kreatif berbasis budaya adalah upaya peningkatan kompetensi wirausaha muda kreatif dalam mengakses teknologi, modal, pasar dan manajemen sehingga menjadi wirausaha mandiri yang inovatif, kreatif, mampu bersaing, berwawasan global dan profesional terutama dalam industri kreatif berbasis budaya sehingga bisa menjadi *innovative entrepreneur* selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang mengganbarkan program-program yang dilakukan dalam usaha pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya. Sampel diambil dari beberapa usaha yang bergerak dalam industri kreatif yang produknya berbasis budaya yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengambilan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel

ditentukan berdasarkan tujuan studi yang telah dirumuskan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kondisi riil ekonomi kreatif yang berbasis budaya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga dapat diberikan program-program pengembangan wirausaha muda dalam

ekonomi kreatif tersebut. Data yang dianalisis diperoleh dari hasil suvey dengan melakukan wawancara kepada 6 pelaku industri kreatif basis budaya yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Daftar Industri Kreatif Basis Budaya

Nama Sentra	Alamat
Sentra Blangkon	Beji, Sidomoyo, Godean
Sentra ATMB Lurik	Kembangan, Sumber Rahayu, Moyudan
Sentra Kuningan	Ngawen, Sidokarto, Godean
Sentra ATMB Tenun Serat Alam	Gamlong, Sumberrahayu, Moyudan
Sentra Tenun Stagen	Sejati Desa, Sumberrarum, Moyudan
Sentra Tenun Stagen	Pangkelan, Sumberarum, Moyudan

PEMBAHASAN

Sektor kerajinan yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai produk yang memiliki nilai seni dan budaya yang

cukup tinggi. Hal ini sudah menjadi sebuah citra bahwa produk-produk kerajiana yang diperoleh dari Daerah Istimewa Yogyakarta sangat unik dan mengandung Seni dan budaya yang tinggi.

Tabel 4. Industri Kreatif Berbasis Budaya di DIY

Sektor Industri	Produk Industri Kreatif	Produk yang Dihasilkan
Kerajinan	Tenun Stagen	✓ Stagen Polos ✓ Stagen Warna
	Tenun Lurik	✓ Kain baju ✓ Tas ✓ Sepatu ✓ Sarung Bantal ✓ Dompot ✓ dll
	Tenun Serat Alam	✓ Plisimat ✓ Tas ✓ Tirai ✓ Box Tisu ✓ dll
	Blangkon	Blankon dengan berbagai ukuran
	Kuningan	✓ Lonceng ✓ Genta Sapi

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hiasan ruangan ✓ dll
--	--	---

Sektor kerajinan pada tabel di atas, pembuatan produk sebagian besar prosesnya masih bersifat tradisional namun pengrajin terus melakukan inovasi terhadap produk-produk yang dihasilkan. Misalnya saja kerajinan tenun lurik, kain yang dihasilkan diolah kembali menjadi produk yang bernilai jual tinggi seperti tas, sepatu, dompet dan sarung bantal. Kerajinan tenun juga merupakan warisan budaya yang sudah turun-temurun dari nenek moyang, hal ini diungkapkan oleh salah satu narasumber sebagai berikut:

“..Kegiatan menenun itu sudah dari dulu dari nenek moyang turun menurun, jadi kapan mulai pertama kali menenun tidak tahu, yang saya tahu orang tua saya menenun dan orang tuanya ibu saya juga menenun jadi sudah turun temurun dari dulu..(Wawancara dengan informan, 19 November 2015)”

Ungkapan senada juga disampaikan oleh salah satu narasumber pengrajin blankon yang sudah lama menekuni industri kerajinan blankon, seperti yang diungkapkan sebagai berikut:

“...Saya membuat blankon sudah sejak tahun 1967, awalnya saya mengikuti pakdhe saya yang sudah lama membuat blankon, sekarang pakdhe saya sudah meninggal dan saya terus mempertahankan sampai sekarang... (Wawancara dengan informan, 24 November 2015)”

Adapun potensi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai tempat berkembangnya industri kreatif masih mempunyai titik permasalahan yang secara umum menyangkut ketersediaan Sumber Daya Manusia produktif dan bahan baku. Meskipun Yogyakarta memiliki SDM kreatif yang melimpah, namun minat SDM yang produktif terhadap industri kreatif masih kecil. Minat para pemuda untuk mengembangkan industri kreatif sangatlah

kurang, karena mereka lebih tertarik merantau untuk bekerja di perusahaan atau instansi-instansi pemerintah. Hal tersebut diungkapkan oleh salah satu narasumber yaitu pengrajin tenun stagen yang bernama Ibu Jimah.

“... Di dusun Sejati Desa pengrajin yang muda bisa dihitung jari, kalau sudah punya anak biasanya ibu-ibu dirumah untuk menenun, tetapi memang kebanyakan yang menenun adalah lansia atau yang sudah tua-tua. Para pemuda disini setelah lulus sekolah merantau kemudia kalau sudah pra lansia baru pulang ke kampung halaman dan akhirnya menenun.. (Wawancara dengan informan, 16 November 2015)”

Peluang yang dimiliki oleh industri kreatif basis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah produknya sudah banyak diminati oleh negara-negara lain. Tidak sedikit dari produk yang dihasilkan sudah diekspor ke berbagai negara. Sebagai contoh adalah tenun serat alam yang terbuat dari eceng gondok dan Mendong penjualannya sudah sampai ke pasar internasional. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pengrajin tenun serat alam sebagai berikut:

“... penjualannya ke pasar dalam negeri dan internasional mbak, contohnya Enjeng Gondok yang dibuat taplak di Indonesia tidak laku tapi di luar negeri laku, contoh lain tenun dari mendong sudah diekspor ke Cina, Hongkong Amerika... (Wawancara dengan informan, 16 November 2015)”

Dari gambaran Industri kreatif tersebut di atas, potensi pengembangan industri kreatif sangat tinggi akan tetapi minat wirausaha muda yang menggeluti bidang ekonomi kreatif ini kurang. Dan pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif khususnya berbasis budaya perlu

dilakukan dengan berbagai strategi-strategi pengembangan.

Prinsip Pengembangan

Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya diarahkan untuk mendorong tumbuhnya inisiatif, inovatif, kreativitas dan kerjasama dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi baik teknis, sosial maupun ekonomi. Oleh karena itu, perlu dilakukan pelatihan untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan mereka disertai peningkatan keterampilan teknis, dan peningkatan manajemen dan kepemimpinan.

Disamping itu, program pemberdayaan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya diarahkan untuk mewujudkan kemampuan bekerjasama dan berorganisasi sebagai wadah belajar, berusaha ekonomi kreatif, serta mengembangkan manajemen dan kepemimpinan. Untuk itu diperlukan proses pembinaan yang memberikan keleluasaan kepada mereka dengan cara belajar melalui bekerja (*learning by doing*), mengalami dan menemukan sendiri inovasi teknologi dan atau solusi permasalahan usaha yang dihadapi dalam situasi nyata di lapangan. Untuk mencapai hasil yang optimal, maka seluruh program pembangunan yang ada dengan mengikutsertakan semua pemangku kepentingan dalam proses perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi.

Penumbuhan dan pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya didasarkan pada potensi dan kebutuhan dalam pengembangan diri dan usahanya. Program dan kegiatan pemuda wirausaha hendaknya berorientasi pada peningkatan pendapatan, nilai tambah, daya saing, dan kesejahteraan. Proses perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi program wirausaha dilaksanakan dengan mengikutsertakan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya sebagai

pelaku utama dan pelaku usaha serta penerima manfaat program pembangunan industri kreatif.

Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya dirancang dan dilaksanakan dengan memperhatikan aspek kelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup secara berkesinambungan. Untuk mencapai ke arah tersebut dibangun berdasarkan falsafah dan cara berpikir sistemik untuk membangun pola pikir positif, kreatif, inovatif, berwawasan global dan saling menguatkan, untuk menciptakan kemandirian (*independency*) dan saling ketergantungan satu sama lain (*interdependency*), sehingga bisa memiliki daya saing dalam era globalisasi hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Puspa Rini dan Siti Chafrani bahwa salah satu kesempatan yang kita telah jadi kami bisa bersaing dengan negara-negara maju lainnya dalam era globalisasi adalah melalui pemberdayaan pemuda untuk mengelola adat setempat mereka melalui ekonomi kreatif. Dengan demikian, di era globalisasi ini seperti hari ini, budaya lokal Indonesia dapat menjadi abadi dan otonomi negara ini dalam mengelola ekonomi yang dapat diwujudkan.

Strategi dan Program Penumbuhan, Pengembangan, dan Pembinaan

Strategi pengembangan

Program penumbuhan, pengembangan, dan pembinaan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya diarahkan untuk meningkatkan potensi dan peran pemuda dalam pengembangan industri kreatif sehingga menjadi pengusaha yang profesional. Beberapa strategi yang dapat ditempuh antara lain;

1. Mengenalkan dunia industri kreatif untuk menghasilkan pemuda yang cinta akan seni dan budaya serta berminat melestarikannya;
2. Mengembangkan kompetensi untuk mengoptimalkan potensi wirausaha

- muda ekonomi kreatif berbasis budaya dalam pengembangan industri kreatif;
3. Meningkatkan akselerasi wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya untuk mengoptimalkan potensi sumberdaya yang dimiliki;
 4. Mengintegrasikan dan mensinergikan program pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya dalam pengembangan industri kreatif.

Program pengembangan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agi Syarif Hidayat program pengembangan industri kreatif bisa dilakukan dengan peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif dan peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif. Dengan peningkatan kualitas lembaga serta kapasitas tenaga kerja akan meningkatkan pertumbuhan industri kreatif. Peningkatan tenaga kerja bisa dilakukan dengan pengembangan wirausaha muda dalam industri kreatif terutama berbasis budaya lokal. Adanya pengembangan wirausaha muda akan meyerap tenaga kerja sehingga juga kan berimbas pada penciptaan lapangan kerja sehingga mengurangi jumlah pengangguran di daerahnya.

Program pengembangan

Program pemberdayaan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya dilaksanakan melalui kegiatan penguatan kelembagaan, peningkatan nilai tambah dan daya saing produk, dan peningkatan aksesibilitas sumber permodalan dan pasar. Untuk itu diperlukan koordinasi, sosialisasi, dan advokasi program di antara para

pemangku kepentingan. Program penumbuhan dan pembinaan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya difokuskan untuk meningkatkan kompetensi teknis, akselerasi, pemberdayaan, integrasi, dan sinergi.

Penelitian yang dilakukan oleh Merry Andriyani menunjukkan beberapa program pengembangan yang dilakukan dalam upaya peningkatan wirausaha muda khususnya industri kreatif berbasis budaya. Dalam penelitiannya terlihat bahwa Program Kewirausahaan Pemuda adalah kegiatan menciptakan jiwa dan semangat kewirausahaan dalam melahirkan pemuda yang berkarakter, berkapasitas, berdaya saing, berprestasi kerja, dan profesional. Pemuda dapat memahami potensi diri sebagai wirausaha muda, mengetahui potensi usaha sesuai daerahnya, memahami teknik manajemen usaha, membentuk jaringan usaha, dan memahami pengembangan usaha. Program Kewirausahaan Pemuda mencakup dua tahapan yaitu, Pelatihan Kewirausahaan Pemuda dan Bimbingan Teknis Wirausaha Muda sebagai bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, mengembangkan profesi diri, bekerja atau usaha mandiri. Melalui program ini maka pemuda dapat memahami potensi-potensi apa saja yang ada pada dirinya agar berani menjadi wirausaha muda dalam mengembangkan kreatifitas dan inovasi usaha.

Beberapa program kegiatan penumbuhan, pengembangan, dan pembinaan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya yang penulis rekomendasikan adalah :

Tabel 5. Program Penumbuhan, Pengembangan, dan Pembinaan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya

No.	Program	Kegiatan
1	Penumbuhkembangan jiwa kewirausahaan	Diklat teknis kewirausahaan dalam bidang ekonomi kreatif, studi banding

2	Penguatan kelembagaan dan peningkatan manajemen dan kepemimpinan	Diklat kepemimpinan dan manajemen
3	Pengembangan kemitraan dan peningkatan nilai tambah dan daya saing industri kreatif berbasis budaya	Temu usaha dan ekonomi kreatif ekspo
4	Peningkatan aksesibilitas sumber teknologi	Gelar inovasi teknologi dan temu teknologi
5	Peningkatan aksesibilitas sumber permodalan dan pasar	Temu usaha dan pendampingan
6	Peningkatan koordinasi program pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya	Pertemuan berkala, pertemuan nasional
7	Sosialisasi program pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya	Media cetak dan elektronik
8	Advokasi program pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya	Pendampingan

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan industri kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi yang besar karena didukung oleh kekayaan budaya yang melimpah, akan tetapi dalam pengembangan tersebut masih menghadapi sejumlah kendala seperti keterbatasan SDA yang produktif dan keterbatasan bahan baku.
2. Keterampilan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya harus ditingkatkan dari sekedar penguasaan industri kreatif menjadi penguasaan di bidang inovasi dan pemasaran hasil.
3. Untuk itu diperlukan program penumbuhan, pengembangan, dan pembinaan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya dilaksanakan melalui kegiatan penguatan kelembagaan, peningkatan nilai tambah dan daya saing produk, dan peningkatan aksesibilitas sumber permodalan dan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Ivan, (2015), Industri Kreatif Perlu Digenjot, diakses pada tanggal 30 Agustus dari <http://krjogja.com/read/262065/pertumbuhan-industri-kreatif-perlu-digenjot.kr>
- Andari, R., H. Bakhshi, W. Hutton, A. O'Keefe, P. Schneider (2007), *Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries*, The Work Foundation, London
- Andriany, Merry, 2013. Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Kewirausahaan Pemuda. *PubliKA, Jurnal S-1 Ilmu Administrasi Negara* Volume 2 Nomor 1
- Bahren dkk., (2014), Industri Kreatif Berbasis Potensi Seni dan Sosial Budaya di Sumatera Barat, *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni* Vol 16 No1 Juni 2014 Diakses pada tanggal 1 September 2015 <http://www.journal.isi.padangpanjang.ac.id/index.php/ES/>
- Dash, M. and Kulveen Kaur (2012). *Youth Entrepreneurship as a Way of Boosting Indian Economic*

- Competitiveness: A Study of Orissa. India: International Review of Management and Marketing, Vol 2 No 1
- Departemen Perdagangan RI, (2008), Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2015.
- Endriati, Fariana 2009, Potensi Ekonomi Industri Kreatif di Provinsi DKI Jakarta: Suatu Tinjauan Input Output Tahun 2007, Tesis S-2, Program Pasca Sarjana, Universitas Indonesia, diambil 15 Juli 2011 dari <http://eprints.lib.ui.ac.id>
- Hidayat, Syarif Agi, dkk, Strategi Pengembangan Sdm Industri Kreatif Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean Pada Tahun 2016, Prosiding Seminar Nasional Indocompac Universitas Bakrie, Jakarta. 2-3 Mei 2016
- Howkins, John. 2001. The Creative Economy. UK : The Penguin Press.
- Kartasmita, Ginanjar. 1996. Pembangunan untuk rakyat. Jakarta : Pustaka. Cidesindo
- Pusparini, dkk, 2010. Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global. Jurnal UI untuk Bangsa Seri Sosial Humaniora, Volume 1 Desember 2010
- Rasul, Abdul 2014. Pengembangan Kewirausahaan Melalui Koperasi Usaha Kecil dan Menengah <http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/51082733.pdf>
- Richard Florida, 2002. *The Rise of Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, community and everyday Life*, New York, Basic Book
- Ritha F. Dalimunthe, 2004. Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara,
- Scarborough, M. Norman & Zimmerer, W Thomas. 2002. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Prentice Hall: Third Edition