

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI EKONOMI KREATIF BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Sopannah^{1*)}, Syamsul Bahri¹⁾, Mohammad Ghozali²⁾

¹⁾Departement of Accounting, University of Widyagama, Malang

³⁾Departement of Syari'ah Economic Law, University of Darussalam Gontor, Ponorogo

*Email Korespondensi : anasopannah@widyagama.ac.id

ABSTRAK

Kearifan lokal pada intinya kegiatan yang melindungi dan melestarikan alam dan lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji dan melestarikan kearifan lokal yang berkembang di masyarakat. Karena Kearifan lokal terbentuk sebagai proses interaksi antara manusia dengan lingkungannya dalam rangka memenuhi berbagai kebutuhannya. Walaupun kearifan lokal bersifat lokal tapi mengandung nilai-nilai moral universal. Terbukti industri kreatif memiliki peran yang cukup signifikan terhadap perkembangan PDB Nasional. Pada tahun 2017 industri kreatif mampu menyumbang sekitar Rp 952 triliun atau 7,28% terhadap total PDB Nasional. Industri ekonomi kreatif tumbuh 4,95% pada tahun 2017, angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun 2016 yang hanya tumbuh sebesar 4,41%. Kontribusi terbesar berasal dari sektor kuliner sebanyak 41%, mode atau fashion 17% dan kerajinan 14,9%. Terkait pariwisata yang merupakan bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif, oleh karena itu para pelaku ekonomi kreatif harus menciptakan daya tarik tersendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pemberdayaan masyarakat pada pelaku ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal (batik) di Kota Malang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis AHP dan ANP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa batik dapat dijadikan sebagai peluang bisnis yang menjanjikan serta sebagai wadah pembelajaran dan pelestarian budaya dengan terciptanya motif batik berbasis kearifan lokal. Serta tumbuhnya ekonomi kreatif ditengah-tengah masyarakat tentunya sangat berdampak pada kehidupan masyarakat khususnya dalam segi perekonomiannya.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Strategi Pemberdayaan Masyarakat, Batik

ABSTRACT

Local wisdom is essentially an activity that protects and preserves nature and the environment. Therefore, it is important to study and preserve local wisdom that develops in the community. Because local wisdom is formed as a process of interaction between humans and their environment in order to meet their various needs. Even though local wisdom is local, it contains universal moral values. It is proven that the creative industry has a significant role in the development of National GDP. In 2017 the creative industry was able to contribute around IDR 952 trillion or 7.28% of the total National GDP. The creative economy industry grew 4.95% in 2017, this figure increased compared to 2016 which only grew by 4.41%. The largest contribution came from the culinary sector as much as 41%, fashion or fashion 17% and crafts 14.9%. Regarding tourism, which is an inseparable part of the creative economy, creative economy actors must create their own charm. The purpose of this research is to formulate a community empowerment strategy for creative economy actors based on local wisdom (batik) in Malang City. The research method used in this research is AHP and ANP analysis. The results showed that batik can be used as a promising business opportunity as well as a place for learning and cultural preservation by creating batik motifs based on local wisdom. As well as the growth of the creative economy in the midst of society, of course, has a profound impact on people's lives, especially in terms of their economy.

Keywords: Creative Economy, Community Empowerment Strategy, Batik

PENDAHULUAN

Berangkat dari sejarah maka terciptalah suatu budaya, yang kemudian membentuk produk-produk yang memiliki nilai lebih dengan memadukannya dengan sentuhan budaya pada produk yang dibuat. Semua produk budaya selalu berasas pada pola kearifan lokal yang berasal dari manusia dengan segala pemahaman dan pola pikirnya. Kearifan lokal yang bermula dari kognisi untuk bertindak dan bersikap dalam suatu peristiwa, kemudian membentuk ekspresi beragam berupa adat, karya seni, hingga pola pikir manusia pun terbentuk dari kearifan lokal tersebut. Sebuah sinergi ditunjukkan keduanya: kearifan lokal mengintervensi evolusi budaya, dan karya budaya melukiskan bentuk kearifan lokal yang khas di setiap daerah. (Angga Aryo: 2010)

Kearifan lokal pada intinya berupa kegiatan yang melindungi dan melestarikan alam serta lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji dan melestarikan kearifan lokal yang berkembang di masyarakat. Karena Kearifan lokal terbentuk sebagai proses interaksi antara manusia dengan lingkungannya dalam rangka memenuhi berbagai kebutuhannya. Walaupun kearifan lokal bersifat lokal tapi mengandung nilai-nilai moral universal. Terlihat dari masyarakat desa yang kehidupannya apa adanya, mandiri, tidak berlebih-lebihan, tenggang rasa, bijaksana dalam berhutang, tidak merusak kelestarian generasi dan lingkungan, dan sebagainya. Bentuk kearifan lokal tersebut memberi peluang kreatifitas masyarakat yang selanjutnya memunculkan industri kreatif.

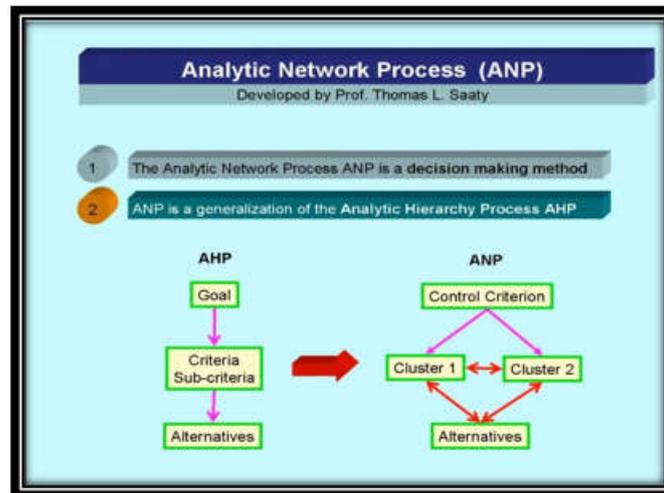
Industri kreatif merupakan industri yang memproduksi *tangible* dan *intangible* output yang memiliki nilai-nilai ekonomi melalui eksplorasi nilai budaya dan produksi barang dan jasa yang berbasiskan ilmu pengetahuan, baik itu produk tradisional maupun modern (Sutrisno, Ilmiani, dan Prasetyani, 2018). Daya saing muncul tidak hanya dalam bentuk produk dalam kuantitas namun juga berkualitas.

Peran industri kreatif cukup signifikan terhadap perkembangan PDB Nasional. Khususnya pada tahun 2017 industri kreatif mampu menyumbang sekitar Rp 952 triliun atau 7,28% terhadap total PDB Nasional. Industri ekonomi kreatif tumbuh 4,95% pada tahun 2017, angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun 2016 yang hanya bertumbuh diangka 4,41%. Kontribusi terbesar berasal dari sektor kuliner sebanyak 41%, mode atau fashion 17% dan kerajinan 14,9%. Terkait pariwisata yang merupakan bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif, oleh karena itu para pelaku ekonomi kreatif harus menciptakan inovasi pada produknya untuk menghasilkan daya tarik tersendiri.

Ekonomi kreatif berkembang pesat di Indonesia tak terkecuali di Kota Malang. Selain itu, munculnya berbagai wisata tematik yang juga mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif makin meningkat di masyarakat. Seluruh lapisan masyarakat dan pemerintah saling bekerjasama untuk menciptakan kekhasan dan memperkenalkan daerah masing-masing. Mengingat Kota Malang merupakan Kota Pariwisata dan Kota Pendidikan, setiap tahun ataupun musim liburan banyak wisatawan yang berdatangan. Oleh sebab itu, tak heran jika begitu banyak wisata-wisata baru yang ditawarkan di kota Malang ini. Dan selain sub sektor kuliner, Craft (batik) menjadi salah satu ekonomi unggulan di kota Malang (Sopannah, Bahri, Ghozali, 2019).

METODE PELAKSANAAN

Pada penelitian ini tim peneliti menggunakan pendekatan analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan *Analytic Network Process* (ANP) yang merupakan pengembangan analisis dari metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). ANP digunakan untuk pengambilan keputusan yang sangat rumit, kompleks serta memerlukan berbagai variasi interaksi dan ketergantungan diantara elemen dan klaster yang ada. Sebagai metode pengembangan dari metode AHP, ANP menggunakan cara *Pairwise Comparison Judgement Matrices* (PCJM) antar elemen yang sejenis. Perbandingan berpasangan ANP dilakukan antar elemen dalam komponen atau klaster untuk setiap interaksi dalam *network* (Rusydia, 2013).



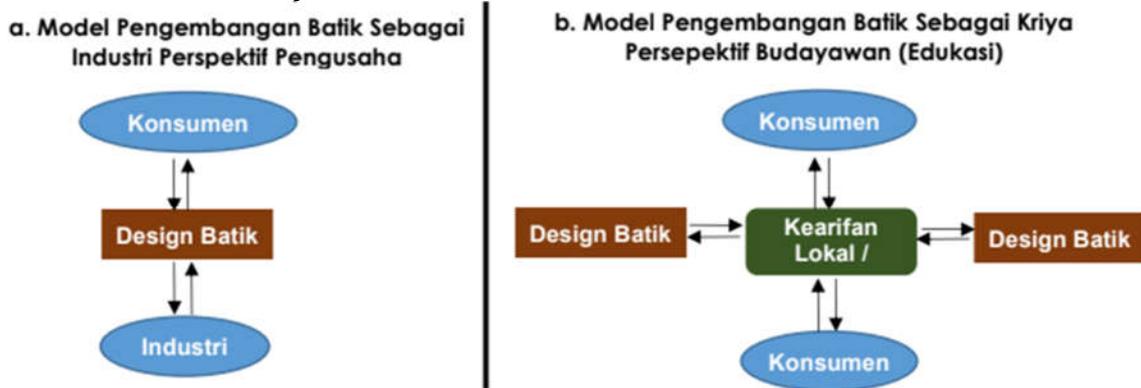
Gambar 1. *Analytic Network Process (ANP)*

Responen dari penelitian ini merupakan pelaku industri ekonomi kreatif craf berbasis kearifan lokal yang ada di Kota Malang. Diharapkan dengan menggunakan pendekatan metode ini dapat menghasilkan dampak yang paling berpengaruh dan peranan penting dalam peningkatan pemberdayaan masyarakat dengan munculnya ekonomi kreatif di lingkungannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan ekonomi kreatif memiliki tren pasar terlalu cepat berubah dan bersifat sementara. Sebaliknya potensi unggulan dan kearifan lokal bersifat jangka panjang. Untuk mempertahankan keeksisannya industri batik terus melakukan inovasi baik dari segi motif maupun pewarnaan batik itu sendiri. Potensi keunggulan industri batik dengan mengusung tema besar kearifan lokal yang memiliki urgensi sebagai sumber ide serta gagasan yang khas nan unik. Keberagaman motif dan karakter batik menjadi modal dan keuntungan besar bagi para pengrajin batik. Poin penting dalam pengembangan batik adalah dari tren atau permintaan pasar yang menyatakan bahwa masyarakat mulai paham tentang kualitas dan produk eksklusif sehingga memiliki benda yang tiada duanya akan menaikkan pamor status mereka, terutama sosial media di era pasar modern seperti saat ini.

Dari hasil pengamatan peneliti berikut ini merupakan model strategi pengembangan batik yang dapat dikembangkan oleh para pelaku ekonomi kreatif yang memiliki unsur kearifan lokal khususnya batik.



Gambar 2. Korelasi model pengembangan batik dari sisi Pengusaha dan Pelestarian Budaya Batik.

Gambar a menjelaskan model pengembangan batik dari prespektif pengusaha bahwa desain batik besar pengaruhnya berasal dari tren yang ada dipasar dengan warna-warna tren dunia. Proses inilah yang sering kali dijadikan para pengusaha batik sebagai peluang usaha untuk mendapatkan tempat dihati para konsumen dan diharapkan akan meningkatkan permintaan produk di pasar. Dengan mengkombinasikan motif-motif batik yang lebih unik dan ditambah dengan kontras pewarnaan yang lebih berani.

Sedangkan pada gambar b menjelaskan model pengembangan batik dari perspektif budayawan yang berorientasi pada edukasi, semata-mata batik ini dibuat untuk menjaga dan melestarikan kearifan lokal daerah yang dimiliki masing-masing daerah. Desain batik yang dikembangkan berasal dari potensi keunggulan kearifan lokal yang memiliki karakter dan ciri khas tersendiri. Motif batik ini dibuat dengan memunculkan karakter daerah sehingga semakin memperjelas budaya Indonesia.

Berdasarkan dari hasil pengamatan dan analisi yang dilakukan oleh tim peneliti, maka strategi pemberdayaan masyarakat pada industri kreatif batik di Kota Malang, yakni :

1. Penguataan kapasitas masyarakat bertujuan menumbuhkan partisipasi masyarakat dan meningkatkan interaksi jaringan pemasaran yang lebih luas.
2. Sinergi antara pemerintah, pelaku ekonomi kreatif batik dan akademisi dalam menyusun program dan kegiatan pemberdayaan masyarakat agar tepat sasaran dan berkelanjutan.
3. Pengembangan produk batik yang terstandarisasi yang nantinya dapat meningkatkan jumlah penjualan sehingga penyerapan tenaga kerja yang lebih banyak untuk memenuhi permintaan pasar.
4. Memotivasi para pelaku ekonomi kreatif batik agar mampu mengkoordinir dan melaksanakan pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatan dan akses pemasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey dan FGD (Forum Group Discussion), maka dapat diambil kesimpulan bahwa batik dapat dijadikan sebagai peluang bisnis yang menjajikan serta sebagai wadah pembelajaran dan pelestarian budaya dengan terciptanya motif batik berbasis kearifan lokal. Tentunya dengan motif-motif terbaru dengan terus mengikuti trend warna dunia agar tetap eksis dengan tetap menjaga nilai kearifan lokal yang dituangkan kedalam sebuah lembaran kain yang pada proses akhirnya menciptakan batik nusantara yang unik dan elegan serta menciptakan nilai tambah dari batik itu sendiri yang mampu bersaing pada pasar global. Serta tumbuhnya ekonomi kreatif ditengah-tengah masyarakat tentunya sangat berdampak pada kehidupan masyarakat khususnya dalam segi perekonomiannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang tak dapat disebutkan satu-satu khususnya kepada DPRM Dikti yang telah mendanai penelitian ini, para pelaku ekonomi kreatif Kota Malang, Pemerintahan Kota Malang serta Universitas Widyagama yang selalu mensupport terlaksananya penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Angga Aryo W, 2011, The Tradmodernition: Gerakan Glokalisasi Berbasis Kearifan Lokal Batik Banyumas, Karya Tulis Ilmiah, Juara Harapan 1 UNS
- [2] Departemen Perdagangan RI. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2015.

- [3] Nasir, & Yuslinaini. (2017). Analisis Pemetaan Industri Kreatif Subsektor Kerajinan Serta Dampak Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 11-17.
- [4] Permana, et al. (2014). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif Dalam Penanggulangan Kemiskinan. *Wacana*, Vol.17 No.4
- [5] Rusydiana, Aam. 2013. *Analytic Network Process: Pengantar Teori dan Aplikasi*. Bogor: Smart Publishing.
- [6] Sopanah, 2009, *Model Pemberdayaan UMKM di Malang Raya*, PHB, DIKTI
- [7] Sopanah, 2013, *Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Akses Modal*, Stanas, DIKTI
- [8] Sopanah, 2016, *Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang*, Bappeda Kota Malang
- [9] Sopanah, Syamsul Bahri, M Ghozali, 2018, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Global*, Hibah Ristek Dikti 2018-2020
- [10] Sumartik. (2016). *Geliat Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Branding UMKM*. Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC, 344-349.

