

METODE PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF KOMODITI PERTANIAN

Bambang Yudi Ariadi

Staf Pengajar Jurusan Agrobisnis, Fakultas Pertanian Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang
Alamat Korespondensi : Bumiasri Sengkaling Blok N No. 26 Malang
Email: bambang_yudiariadi@yahoo.com

ABSTRACT

The final objective of the research was to evaluate resources to find scientific capital of method of developing creative industry on agricultural product. The research aimed to: 1) Describe the role of leadership at creative industry; 2) Describe the innovation, creativity and imagine of the entrepreneur in managing creative industry; and 3) Arrange method of developing creative industry on agricultural product. The research was conducted in Malang, while the subjects were entrepreneurs of creative industries who use agricultural product as raw material. The data collected was analyzed by qualitative descriptive method. The research result showed that: 1) The main asset of creative industry was creativity asset or cognitive asset, namely: design, empathy, game, and meaning.; 2) The important indicator that determine success in conducting creative industry was the ability of the entrepreneur in adaptation in term of technical, economical and the risk or uncertainty of market

Key words: creative industry, cognitive asset

PENDAHULUAN

Pada peradaban keempat, menempatkan kreativitas dan inovasi sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi, hal ini memberikan konsekuensi perubahan cara pandang seorang pemimpin dalam mengelola usahanya. Karena kreativitas dan inovasi lebih berharga dari sumber ekonomi lainnya, pemerintah (regulator) dan perusahaan (operator) memerlukan paradigma baru dalam kebijakan dan manajemen yang lebih cocok dengan kondisi ekonomi kreatif.

Keanekaragaman nilai budaya, warisan dan kearifan lokal merupakan sumber inspiratif dalam industri kreatif. Industri Kreatif daerah belum menjadi kajian yang intensif dan belum mampu mengubahnya menjadi industri yang membuka lapangan kerja, melakukan ekspor karya kreatif, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Naskah publikasi ini merupakan hasil dari penelitian tahap pertama dari dua tahap penelitian dengan tujuan akhir yang ingin dicapai adalah tersusunya metode pengembangan industri kreatif

komoditi pertanian yang bermanfaat untuk penguatan pembelajaran mata kuliah sumberdaya manusia, peningkatan produktivitas dan daya saing industri kreatif komoditi pertanian serta sekaligus sebagai suatu gerakan moral bangsa membangun ekonomi Indonesia melalui industri kreatif. Tujuan penelitian tahap pertama adalah 1) Untuk mengidentifikasi lingkungan industri kreatif secara backward dan forward linkage; 2) Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha mereka.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian (*Research Design*) Penelitian ini dirancang dalam dua tahap penelitian dengan muara akhir yang ingin dicapai adalah dirumuskannya metode pengembangan industri kreatif komoditi pertanian. Secara lengkap disajikan dengan pendekatan sistem sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel. 1. Desain Penelitian “Metode Pengembangan Industri Kreatif Komoditi Pertanian”

	Input	Proses	Output
T A H A P I	<i>Base line study</i> terhadap lingkungan industri kreatif komoditi pertanian	Analisis deskriptif kuantitatif	1) Identifikasi lingkungan usaha secara <i>backward</i> dan <i>forward linkage</i> . 2) Deskripsi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha mereka.
T A H A P II	Evaluasi sumberdaya guna memperoleh modal ilmiah dalam metode pengembangan industri kreatif komoditi pertanian	1) Analisis sikap dan perilaku pengusaha dengan model sikap multiatribut dari Fishbein 2) Analisis deskriptif kuantitatif	1) Deskripsi peran kepemimpinan dalam industri kreatif. 2) Deskripsi inovasi, kreatifitas dan imajinasi pelaku dalam mengelola industri kreatif. 3) Metode pengembangan industri kreatif komoditi pertanian.

Metode Analisis

Tempat penelitian yaitu di Kota Malang dengan unit analisis adalah pengusaha/ pengrajin industri kreatif komoditi pertanian yang terhimpun dalam Jaringan Ekonomi Kreatif Indonesia (JEKI) di Kota Malang.

Data yang terkumpul selanjutnya dilakukan analisis secara deskriptif kuantitatif untuk menjawab berbagai tujuan penelitian. Berbagai temuan dilapang tentang faktor pendukung dan penghambat dalam mengembangkan industri kreatif diuraikan secara komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lingkungan industri kreatif

Secara umum lingkungan industri kreatif bergerak dari sektor hulu sampai sektor hilir. Sektor hulu merupakan sektor yang terkait dengan penyediaan bahan baku dan teknologi kreatif. Bahan baku dan teknologi kreatif merupakan satu kesatuan dalam sistem produksi kreatif, tidak hanya dalam bentuk

kebendaan (bahan baku) saja, tetapi lebih dari itu. Bahan baku dan teknologi kreatif (aset) terpenting atau utama yang perlu diperhatikan adalah **aset kreatif atau kognitif seperti desain, empati, permainan, dan makna** untuk dapat meningkatkan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Sektor hilir yang dalam hal ini pemasaran hasil karya seni, merupakan sektor penting dalam mengembangkan industri kreatif. Keterkaitan kedepan dengan pengrajin ini memberikan andil yang sangat signifikan. Para pengrajin perlu saluran jelas dan pasti akan produk yang dihasilkan. Namun demikian, pasar kreatif memang sulit untuk dipastikan. Konsumen industri kreatif belum banyak yang dapat menghargai nilai dari karya kreatif terutama desain. Pemerintah perlu melakukan sosialisasi yang lebih luas untuk mendidik pelanggan.

Rantai nilai ekonomi kreatif dari hulu ke hilir memerlukan kebijakan agar tidak hanya menjadi tukang jahit (industri kreatif), tetapi menjadi desainer atau seniman dengan keterampilan artistik yang diakui profesinya. Industri kreatif harus mampu mengelola pekerja sebagai artis atau seniman sekaligus sebagai profesi. Pemerintah daerah perlu mengakui profesi ini

di dalam tatanan struktur ketenagakerjaan dan terus menerus melakukan sosialisasi yang lebih luas untuk mendidik pelanggan. Masyarakat atau konsumen industri kreatif diupayakan tidak terlena warisan budaya masa lalu, tetapi turut melestarikan dan menjadikan warisan budaya sebagai sumber inspirasi untuk dapat menciptakan karya yang bernilai ekonomi.

Indikator Penting Dalam Menjalankan Industri Kreatif

Teknis atau aset kreatif

Dalam menjalankan industri kreatif para pekerja seni (pengrajin) modal utama yang harus dimiliki dan merupakan aset penting adalah aset kreatif atau kognitif. Dari data atau informasi yang diperoleh menunjukkan pembentukan aset kreatif 65 % berasal dari lingkungan keluarga (turun menurun) mereka mengakui ini diperoleh dari pergumulan yang terus menerus dengan lingkungan keluarga. Sementara itu responden lainnya 25%, bahwa aset kreatif ini terbentuk dari kombinasi lingkungan keluarga (turun temurun) dan pendidikan baik formal maupun iformal. Dan hanya 15% responden mengakui bahwa aset kreatif atau kognitif didapatkan saat mereka mengikuti pendidikan baik formal maupun non formal.

Aset kreatif atau kognitif yang terdiri dari desain, empati, permainan, dan makna merupakan cikal bakal dalam mengembangkan usaha mereka. Nilai budaya lokal semacam ini penting bagi tumbuh kembangnya produk kreatif.

Nilai Ekonomi

Sebagaimana industri pada umumnya, dalam sebuah sistem produksi kreatif akan menciptakan karya yang bernilai ekonomi. Para pekerja seni 95% berpendapat bahwa sistem produksi kreatif yang sangat tinggi (kecermatan dan tingkat kesulitan) ini akan menciptakan nilai karyanya yang tinggi dan hanya 5% saja yang mengatakan sistem produksi tidak penting.

Resiko Ketidakpastian

Pasar karya seni bersifat monopsoni atau rendahnya permintaan karya seni akan menciptakan

nilai karya seni yang tinggi, namun demikian karena belum adanya sentuhan yang mengikatkan (regulasi) antara pekerja kreatif dengan permintaan yang bersifat jangka panjang menyebabkan ketidakpastian harga menjadi sangat tinggi. Pekerja kreatif sebagian besar (99%) menginginkan adanya sarana yang memadai untuk menghubungkan antara pekerja kreatif dengan permintaan pasar.

Peran kepemimpinan dalam industri kreatif

Metode Pengembangan Industri Kreatif Komoditi Pertanian.

Kelembagaan ekonomi kreatif terfokus pada upaya peningkatan bahan baku dan teknologi kreatif (aset) memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Bahan baku dan teknologi kreatif (aset) terpenting atau utama yang perlu diperhatikan adalah **aset kreatif atau kognitif seperti desain, empati, permainan, dan makna**. Pembentukan kelembagaan seharusnya ditekankan untuk memperkuat ikatan horizontal daripada memperkuat ikatan vertikal. Pengembangan kelembagaan cenderung menggunakan pendekatan struktural dibanding kultural, dengan harapan perilaku dan tindakan masyarakat akan mengikutinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

1. Aset utama yang perlu diperhatikan dalam peningkatan nilai ekonomi industri kreatif disektor hulu adalah aset kreatif atau kognitif seperti desain, empati, permainan, dan makna.
2. Indikator penting dalam menentukan keberhasilan menjalankan industri kreatif ditentukan oleh kemampuan pengrajin/pengusaha dalam beradaptasi yang tinggi baik teknis, ekonomis dan resiko ketidakpastian pasar.
3. Kepemimpinan memiliki peran utama dalam industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim, 2002. *Pedoman Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada*

Masyarakat oleh Perguruan Tinggi. Edisi VII. Jakarta: Dirjen Dikti, Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat.

———, 2004. ***Jawa Timur Dalam Angka.*** BPS Propinsi. Surabaya.

Armand Sudiyono, 1997. ***Tataniaga Pertanian.*** Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Malang.

Bayu Krisnamurthi, 2002. ***Strategi Pemabangunan Ekonomi Rakyat, Dalam Kerangka Pembangunan Ekonomi Daerah.*** Pusat Studi Pembangunan IPB.

Bambang Yudi A., 2004. ***Aplikasi Analisis Biaya, Volume dan Laba pada Agroindustri Kripik Pisang.*** Hasil Penelitian Dosen Muda. Universitas Muhammadiyah Malang.

Bary, PJ, 1984. ***Risk Management in Agriculture.*** The IOWA State Univercity Press..

Davis and Cosenza, 1993. ***Business Research for Decision Making.*** Third Edition. Wadsworth Publishing Company, Belmont – California – USA.

Dillon H.S, 1999. ***Pertanian Membangun Bangsa.*** Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.

Downey W.D. dan Erickson S.P., 1987. ***Manajemen Agribisnis.*** Penerbit Erlangga. Jakarta.

Erliza Hambali, dkk, 2006. ***Jarak Pagar Tanaman Penghasil Biodiesel.*** Penebar Swadaya. Jakarta.

Kotler, Philip (1994). ***Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.*** Eighth Edition. Prentice Hall International, New Jersey – USA.

Soekartawi, 1993. ***Resiko dan Ketidakpastian Dalam Agribisnis: Teori dan Aplikasi.*** PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Soekanto R. dan Indriyo G. 2000. ***Manajemen Produksi.*** BPFE, UGM. Yogyakarta