

PERAN TRANSFER KNOWLEDGE DALAM MENGEMBANGKAN INDUSTRI KREATIF

Zaenudin Tachyan, Maskarto Lucky Nara Rosmadi

STIE Kridatama Bandung
Jl. Terusan Borobudur No. 1-4 (depan TVRI) Cibaduyut Bandung

E-mail: tachyanzaenudin@yahoo.com, maskartolucky@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan perekonomian nasional yang fluktuatif disertai dengan kurang berkembangnya sektor industri makro berdampak pada laju pertumbuhan dan perkembangan ekonomi bangsa Indonesia. Berbagai upaya dilakukan untuk segera keluar dari situasi yang dapat berdampak bagi pembangunan yang sedang dilaksanakan. Untuk mengantisipasi permasalahan tersebut, tentunya harus dapat mengikutsertakan peran ekonomi mikro dalam membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi. Industri kreatif yang telah mengakar dan menjadi mata pencaharian pokok masyarakat Indonesia dapat mendukung program pembangunan nasional. Salah satu industri kreatif tersebut, yaitu industri susu karamel Cisondari Kabupaten Bandung. Keberadaan industri susu karamel Cisondari memang belum terkenal jika dibandingkan dengan susu karamel Pangalengan Kabupaten Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif, maksudnya data yang diperoleh menggambarkan atau menjelaskan sedemikian rupa yang kemudian dilakukan penganalisaan sedangkan teknik pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder (kepuustakaan). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diterangkan, bahwa industri susu karamel Cisondari yang merupakan industri rumah tangga memiliki ciri khas yang berbeda dengan susu karamel yang diproduksi di pangalengan dan keberadaannya dapat menjadi wahana kuliner baru bagi Kabupaten Bandung. Beberapa faktor yang perlu ditingkatkan adalah kurangnya peran pemerintah daerah dalam memberikan penyuluhan dan bantuan permodalan melalui industri perbankan. Dengan keterbatasan yang ada susu karamel Cisondari sudah tersebar diseluruh wilayah Jawa Barat. Namun demikian keterbatasan bahan baku dan sumber daya manusia (SDM) masih menjadi masalah utama yang harus segera ditangani.

Kata Kunci: Transfer Knowledge, pengembangan, industri kreatif.

1. PENDAHULUAN

Indonesia pasca krisis moneter 1998 yang berimbas pada hampir semua negara di dunia termasuk Indonesia menerapkan kebijakan pembangunan nasional tidak hanya pada sektor industri makro dan manufaktur tetapi juga mendorong industri mikro, usaha kecil dan menengah serta koperasi. Hal ini dilakukan dalam upaya mempercepat pemerataan pembangunan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, menurunkan tingkat angka pengangguran, menurunkan angka kemiskinan di seluruh Indonesia.

Persaingan ekonomi global yang hampir melanda seluruh negara di dunia terutama berkaitan dengan pengembangan teknologi untuk industri menengah dan besar berdampak pada daya saing produksi untuk barang sejenis. Bagi negara miskin dan berkembang termasuk Indonesia, hal ini

tentunya sangat berpengaruh pada pemerataan perekonomian dan kesejahteraan rakyat. Dampak lain yang sangat terasa adalah meningkatnya angka pengangguran yang disebabkan keterbatasan lapangan kerja.

Tabel 1. Tenaga Kerja Indonesia

Dalam jutaan	2012	2013	2014	2015	2016
Tenaga kerja	120.3	120.2	121.9	122.4	127.8
Bekerja	113.0	112.8	114.6	114.8	120.8
menganggur	7.3	7.4	7.2	7.6	7.0

Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Dari Tabel 1 di atas, secara umum dapat diketahui angka pengangguran di Indonesia tiap tahun adanya mengalami penurunan secara kuantitas. Namun, menurut Menteri Tenaga Kerja RI Hanif Dhakiri jumlah pengangguran lulusan perguruan tinggi (sarjana) justru meningkat yaitu

sebanyak 787.000 orang. Hal ini tentunya memprihatinkan, karena perguruan tinggi berperan strategis dalam peningkatan daya saing bangsa.

Daya saing menjadi kunci kemenangan di era globalisasi. (<http://www.harnas.co/2016/11/17/kemenaker-jumlah-pengangguran-sarjana-meningkat>, diunduh pada Tanggal 23 September 2017).

Untuk menanggulangi permasalahan di atas, tentunya pemerintah harus berupaya keras untuk keluar dari permasalahan ini dengan tidak memprioritaskan pembangunan ekonomi makro (industri dan manufaktur) tetapi harus mengedepankan ekonomi mikro (UKM, Koperasi, dan Industri kreatif). Mudrajat Kuncoro (2004:205), berpendapat bahwa pengembangan industri daerah merupakan langkah strategik dalam pembangunan daerah. Di Indonesia, sektor industri terbagi menjadi empat klasifikasi, yaitu: industri besar, industri menengah, industri kecil, dan industri rumahan.

Mohammad Rudy Salahuddin, Deputi Koordinasi Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Daya Saing Koperasi dan UKM Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, menegaskan bahwa besarnya potensi ekonomi kreatif untuk berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja dan nilai ekspor. Pada Tahun 2013 ekonomi kreatif mampu berkontribusi 7,05% terhadap PDB Nasional, menyerap 11,91 juta tenaga kerja atau 11 persen dari total tenaga kerja nasional, serta menciptakan 5,4 juta usaha kreatif yang sebagian besar adalah UKM.

(<https://www.ekon.go.id/berita/view/ekonomi-berbasis-kreativitas.1659.html>, diunduh pada Tanggal 24 September 2017). Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia mengalami peningkatan yang bervariasi dari berbagai sektor usaha, seperti dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Perkembangan Industri Kreatif dari Berbagai Sektor Dari Tahun 2011-2015

No	Lapangan Usaha	Dalam Prosentase			
		2012	2013	2014	2015
1	Industri makanan & minuman	5,31	5,14	5,32	5,61
2	Industri tekstil & pakaian jadi	1,35	1,36	1,32	1,21
3	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	0,25	0,26	0,27	0,27
4	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	0,70	0,70	0,72	0,67

5	Industri Furnitur	0,26	0,26	0,27	0,27
6	Ekspor Kerajinan Tangan	15,5	17,7 7	20,1 8	21,7 2
7	Fashion dan kerajinan	44,3	24,8	-	-
8	Industri Periklanan	20	-	-	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Dari Tabel 2 di atas, maka dapat diketahui bahwa industri kreatif sangat berperan dalam mengurangi angka pengangguran. Berkaitan dengan industri kreatif ini diungkapkan oleh Suryana (2013), menyatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir di 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. Namun demikian, keterbatasan yang dimiliki oleh masyarakat (pelaku bisnis) terutama dalam, maka perlu proses alih pengetahuan (*transfer knowledge*) agar industri rumah tangga menjadi lebih berkembang dan bervariasi serta dapat menambah pemasuka bagi kesejahteraan masyarakat.

Industri rumah tangga susu karamel yang terletak di Desa Cisondari Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung memiliki potensi yang cukup menjanjikan serta dapat mengangkat citra Kabupaten Bandung disamping industri pariwisatanya. Konsep industri kreatif merupakan aktivitas masyarakat yang berbasis inovasi dan kreativitas yang dapat berpengaruh terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, industri makanan merupakan bagian dari 14 sektor industri kreatif yang sangat potensial untuk dikembangkan oleh pemerintah daerah khususnya kawasan wisata kuliner.

Dari uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut:

- Bagaimana perkembangan industri susu karamel di Desa Cisondari Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung.
- Apa saja faktor penghambat dan penunjang dalam pengembangan industri susu karamel di Desa Cisondari Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung.

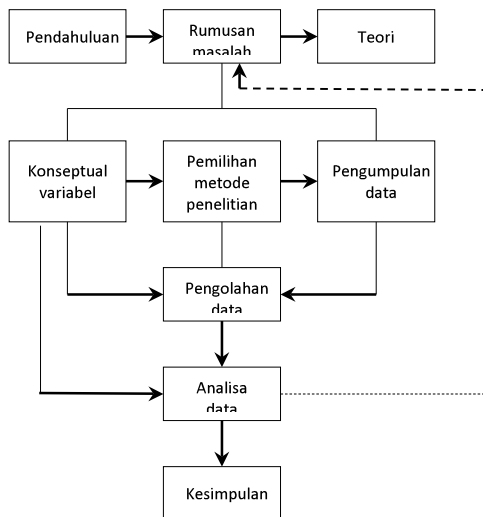
Adapun tujuan dari penelitian empiris ini adalah:

- a. Untuk mengetahui, menganalisis, menggambarkan, dan pengembangan industri kreatif pembuatan susu karamel di Desa Cisondari Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung.
- b. Untuk mengetahui faktor penghambat dan penunjang untuk pengembangan industri kreatif pembuatan susu karamel di Desa Cisondari Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menggunakan metode kepustakaan (*library research*). Data yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah dan media massa lainnya. Selanjutnya data-data yang telah dikumpulkan lewat penelitian dideskripsikan dan dianalisis agar permasalahan dapat dijawab secara sistematis dan terarah.

Menurut Sugiyono (2011:89), penelitian menggunakan teknik analisis kualitatif bersifat induktif, yaitu berdasarkan data yang diperoleh dan dikembangkan menjadi hipotesis. Adapun desain penelitian terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Desain Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan di sentra industri susu karamel Desa Cisondari Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung.

3. LANDASAN TEORI

Manajemen

Ilmu manajemen sebenarnya sama usianya dengan kehidupan manusia. Mengapa demikian, karena pada dasarnya manusia dalam kehidupan sehari-harinya tidak terlepas dari prinsip-prinsip

manajemen baik secara langsung maupun tidak langsung. Ilmu manajemen ilmiah timbul pada sekitar awal abad ke 20 di benua Eropa Barat dan Amerika. Dimana di negara-negara tersebut sedang dilanda revolusi yang dikenal dengan nama revolusi industri, yaitu perubahan-perubahan dalam pengelolaan produksi yang efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan masyarakat sudah semakin maju dan kebutuhan manusia semakin banyak dan beragam jenisnya.

Sekarang timbul pertanyaan, siapa saja yang sebenarnya memakai manajemen? Stephen P. Robbins dan Mary Coulter (2007:8), menjelaskan bahwa manajemen adalah proses mengoordinasikan aktivitas-aktivitas kerja sehingga dapat selesai secara efektif dan efisien dengan dan melalui orang lain. Namun, tidaklah cukup sekedar efisien, manajemen juga memfokuskan pada efektivitas dalam menyelesaikan aktivitas-aktivitas sehingga sasaran organisasi dapat tercapai.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Untuk memahami konsep manajemen sumber daya manusia, terlebih dahulu harus mengerti arti manajemen dan sumber daya manusia. Sebagai suatu ilmu, konsep manajemen bersifat universal dengan menggunakan kerangka berpikir keilmuan mencakup kaidah-kaidah, dan prinsip-prinsipnya. Kiggundu yang dikutip Faustino Cardoso Gomes (2003:4) memberikan pengertian berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia (MSDM), yaitu "*Human resource management ...is the development and utilization of personnel for the effective achievement of individual, organizational, community, national, and international goals and objectives*". (manajemen sumber daya manusia adalah pengembangan dan pemanfaatan personil (pegawai) bagi pencapaian yang efektif mengenai sasaran-sasaran dan tujuan-tujuan individu, organisasi, masyarakat, nasional, dan internasional)

Oleh karena itu, manajemen sumber daya manusia ini tidak hanya sekedar ilmu melainkan juga menuntut bobot seni (*art*) yang sangat kental dan karenanya pula ilmu manajemen sumber daya manusia cepat berkembang. Hal ini dikatakan oleh Veithzal Rivai (2004:1), bahwa manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

Transfer Pengetahuan (*Transfer Knowledge*)

Berkembangnya organisasi (bisnis) bukan disebabkan banyaknya anak perusahaan diberbagai daerah (wilayah) tetapi dikarenakan sumber daya manusia (karyawan) yang dioptimalkan potensinya.

Oleh karena itu, sumber manusia merupakan utama yang harus dibina dan bukan lagi menjadi pelengkap organisasi tetapi lebih dari itu sumber daya manusia sudah dapat dikatakan sebagai *intangible asset* yang sangat mendukung dan terpenting dalam suatu organisasi.

Rangkoyo berpendapat, bahwa *transfer knowledge* dipergunakan untuk memperlancar pertumbuhan bisnis, meningkatkan efektivitas dan produktivitas, memperbesar pendapatan dan profit, yang mana semuanya berperan dalam kesinambungan (*sustainable*), kinerja (*performance*), dan inovasi (*innovation*). <http://ikhtisar.com/transfer-knowledge-belum-jalan-di-banyak-perusahaan/>, diunduh pada Tanggal 3 September 2017.

Selanjutnya Steve Trautman, berpendapat bahwa *knowledge transfer is the methodical replication of the expertise, wisdom, and tacit knowledge of critical professionals into the heads and hands of their coworker. It is more than just on-the-job training. It is the planned movement of the right skills and information at the right time to keep a workforce prepared, productive, innovative, and competitive.* (<http://blog.stevetrautman.com/you-are-here-knowledge-transfer-defined/>), diunduh Tanggal 4 September 2017

Industri Kreatif

Perubahan paradigma dari budaya agraris ke budaya industri yang ditandai dengan hadirnya industri atau ekonomi kreatif itu dipandang sebagai fenomena peradaban manusia fase keempat. Pemerintah Republik Indonesia meluncurkan cetak biru ekonomi kreatif Indonesia. cetak biru ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang berorientasi pada kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan. Cetak biru tersebut memberi acuan bagi tercapainya visi dan misi industri kreatif Indonesia sampai dengan Tahun 2030. Landasan utama industri kreatif adalah sumber daya manusia Indonesia yang dikembangkan sehingga mempunyai peran sentral dibandingkan dengan faktor produksi lainnya. (Mukhil Paeni, 2008)

Industri kreatif di Indonesia memiliki kondisi yang berbeda dengan negara maju di Eropa dan Amerika. Di Eropa, industri kreatif muncul karena industri manufakturnya sudah mengalami penurunan sehingga mereka mencari alternatif industri yang baru sedangkan di Indonesia, berangkat dari potensi yang ada tetapi belum diangkat menjadi industri yang dapat mendorong perekonomian. Industri kreatif adalah pemanfaatan

cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta, dan kreativitas. (2014:99)

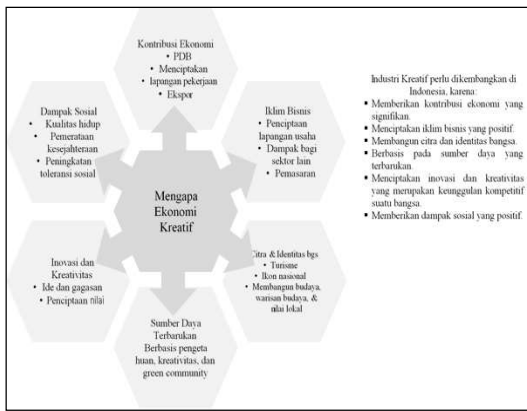
Departemen Perdagangan RI (2009:5) memberikan batasan, bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. sedangkan M.T. Simatupang (2008:69), berpendapat bahwa industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu.

Tabel 3. Jenis-jenis Industri Kreatif di Indonesia

Jenis Industri Kreatif
Periklanan: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain: riset pasar, iklan, promosi, kampanye relasi publik.
Arsitektur: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi.
Pasar seni dan barang antik: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, serta produk antik.
Kerajinan: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, dan lain-lain.
Desain: Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, dan konsultasi identitas perusahaan.
Desain Fesyen: Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.
Video, Film dan Fotografi: Kegiatan yang terkait dengan produksi Video, film, dan jasa fotografi, termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
Permainan interaktif: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi
Musik: Kegiatan yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, dan lain-lain.
Seni Pertunjukan: Kegiatan yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, dan lain-lain.
Penerbitan dan percetakan: Kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
Layanan komputer dan piranti lunak: Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal.
Televisi dan radio: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.
Riset dan pengembangan: usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru.

Sumber: data diolah

Arti penting kegiatan ekonomi kreatif menurut Departemen Perdagangan RI (2008:4) dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Arti Penting Industri Kreatif
Sumber: Departemen Perdagangan RI

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkaitan dengan pengembangan industri kreatif, pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa Inpres Nomor 6 Tahun 2009 Tanggal 5 Agustus 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Arah kebijakan pemerintah berkaitan dengan industri kreatif adalah sebagai berikut:

1. Mendukung para wirausahawan kreatif yang membutuhkan kemudahan dalam memulai dan menjalankan usaha.
2. Menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan adil untuk menjamin setiap pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif memiliki akses pasar yang sama.
3. Mendorong penciptaan produk kreatif yang mengintegrasikan budaya lokal dan kecenderungan pasar yang diminati oleh pasar dalam dan luar negeri.
4. Memberikan prioritas bantuan dan fasilitasi pembiayaan industri di bidang ekonomi kreatif yang sudah layak/mandiri tetapi belum *bankable* dengan skema pembiayaan yang sesuai.

Wahono, Toha, dan Sisbintari dalam penelitiannya Tahun 2013 yang berjudul “Model transfer pengetahuan (transfer of knowledge) dalam rangka alih generasi pada usaha keluarga di industri kreatif batik di Jawa Timur” menunjukkan bahwa masalah transfer pengetahuan ini menjadi sangat krusial terutama ketika terjadi alih generasi. Praktiknya, belum ada model yang bias dijadikan acuan untuk itu, sehingga harus ditemukan model alternatif yang lebih bias mewakili model transfer pengetahuan dalam usaha dan industri batik sehingga terjadi tidak bersifat ala kadarnya.

Temuan lain penelitian Wahono dkk (2010), transfer pengetahuan industri batik di Tuban lebih terbuka dan berjalan lancar dibanding dengan dua daerah penelitian lainnya di Banyuwangi dan Bangkalan-Madura. Berdasarkan kondisi tersebut diatas, sangat penting bagi kita untuk turut menjaga dan mengembangkan secara terus-menerus tentang apa yang oleh badan dunia UNESCO pada tahun 2009 disebut sebagai *intangible cultural heritage of humanity* tersebut. Sebab, banyak usaha batik yang kondisinya sangat baik dan mapan dimasa lalu namun kini sedang dihadapkan pada penurunan usaha, bahkan banyak diantaranya yang sudah tidak mampu bertahan hidup lagi menghadapi persaingan lokal, nasional, dan global yang kian keras sekarang ini.

Karena itu proses transfer pengetahuan pada usaha batik ini sangat penting dalam rangka pengembangan industri kreatif batik ke depan baik dalam perspektif ekonomi maupun perspektif sosial dan budaya. Upaya ini perlu terus ditingkatkan, apalagi secara makro ekonomi kita sedang dihadapkan deindustrialisasi dan juga deficit dagang dengan negara-negara lain.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Anggraini Tahun 2015 dengan judul “Modal intelektual dalam pengembangan ekonomi kreatif: studi kasus pada sentra kerajinan sepatu Cibaduyut Bandung” diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Assesment pada Sentra kerajinan sepatu cibaduyut

Kode	Faktor Human Capital	Quantity (%)	Quality (%)	Systematic (%)	Mean Value (%)	Improvement Value (%)
HC-1	Keterampilan	57,50	59,00	51,5	56,00	44,00
HC-2	Professional competence	27,25	26,50	25,00	26,25	73,75
HC-3	Social competence	51,25	48,75	51,25	50,42	49,58
HC-4	Employee motivation	49,00	46,25	41,25	45,50	54,50
HC-5	Leadership ability	45,75	47,50	43,75	45,67	54,33

Sumber: data diolah

Tabel 1 menunjukkan hasil QQS *assesment* pada Sentra Kerajinan Sepatu Cibaduyut. *Mean value* menggabungkan *quantity*, *quality* dan *management systematic* kedalam satu nilai yang bertujuan untuk menemukan kekuatan dan kelemahan pada faktor IC. Nilai *mean value* rendah

dan *improvement value* tinggi menunjukkan kelemahan.

Sementara itu, nilai *mean value* tinggi dan *improvement value* rendah menunjukkan kekuatan. Berdasarkan hal tersebut faktor IC yakni keterampilan (HC-1) dan *social competence* (HC-3) diidentifikasi sebagai kekuatan pada Sentra Kerajinan Sepatu Cibaduyut, karena memiliki nilai *mean value* tertinggi dan *improvement value* terendah. Sementara itu, diidentifikasi sebagai kelemahan terbesar yakni faktor IC *profesional competence* (HC-2).

Dari hasil penelitian di atas, maka dapat diketahui bahwa pengetahuan memegang peranan penting untuk dapat mengembangkan industri kreatif yang ada di masyarakat. Namun demikian kendala utama untuk berbagi pengetahuan tidaklah mudah karena tidak diperoleh pada pendidikan formal.

Hal ini dirasakan oleh salah seorang pengrajin susu karamel bernama Ibu Eti yang ada di Desa Cisondari. *Transfer knowledge* (berbagi pengetahuan) untuk mengembangkan industri susu karamel di desanya tidaklah mudah. Keterbatasan pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki oleh ibu-ibu di sekitar rumahnya merupakan kendala utama.

Ditambahkan oleh ibu Eti, peran pemerintah pusat maupun pemerintah Kabupaten Bandung sampai saat ini belum dirasakan baik berupa pelatihan kewirausahaan maupun dalam bentuk modal. Padahal potensi yang dimiliki oleh Desa Cisondari cukup melimpah terutama susu sapi. Pendapat dari ibu Eti diperkuat oleh pengrajin lain, yaitu ibu Erna. Ibu muda ini mengaku sudah 5 (lima) tahun memproduksi susu karamel di rumahnya. Pasarnya tidak seluas produksi ibu Eti.

Ibu Erna menyampaikan bahwa produksi susu karamel yang ada di Desa Cisondari umumnya dijual dan dipasarkan di sekitar desa karena berdekatan dengan kawasan wisata perkebunan Gambung. Kendala utama yang dialami olehnya adalah berkaitan dengan permodalan. Memang benar sampai saat ini perhatian dari pemerintah khususnya pemerintah Kabupaten Bandung belum menyentuh industri rumah tangga yang mereka bangun. Padahal merek (pemerintah daerah) selalu mempromosikan kawasan wisata perkebunan teh Gambung khususnya melalui media sosial maupun melalui siaran resmi pemerintah kabupaten. Saya berharap pemerintah bisa memberikan perhatian pada pengembangan industri susu karamel yang

ada di Desa Cisondari agar kesejahteraan masyarakat dapat meningkat terutama untuk membiayai sekolah anak-anak mereka.

Ibu Wati memiliki cerita sendiri sebagai pengrajin susu karamel. Dia memanfaatkan media sosial yang dibantu oleh anaknya untuk mempromosikan hasil produksinya. Sekarang pasar hasil produksi Ibu Wati sudah hampir ke seluruh Jawa Barat. Bahkan ada yang memesan lewat online dari luar daerah Jawa Barat. Tetapi dia juga berharap peran pemerintah daerah untuk memperhatikan usaha mereka yang ada di Desa Cisondari.

Berbeda dengan ibu-ibu pengrajin, Budi pedagang oleh-oleh khas Ciwidey memberikan pendapatnya, bahwa para wisatawan khususnya dari berbagai daerah di Indonesia memberikan penilaian yang baik tentang susu karamel yang diproduksi Desa Cisondari. Mereka biasanya membeli oleh-oleh susu karamel yang diproduksi di Pangalengan Kabupaten Bandung. Menurut Budi, rasa maupun kualitas susu karamel Desa Cisondari lebih enak dibandingkan dengan yang diproduksi di Pangalengan. Namun karena kurangnya promosi, maka hanya sedikit para wisatawan yang membeli oleh-oleh di sekitar kecamatan Pasirjambu.

Oleh karena itu, dalam upaya memajukan industri kreatif di Desa Cisondari khususnya dalam upaya pengembangan industri rumah tangga susu karamel, diharapkan Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung sebagai instansi terkait mempunyai tugas melakukan pembinaan terhadap pengrajin susu karamel Cisondari. Untuk mengetahui upaya pengembangan industri kreatif di Desa Cisondari, maka peneliti membutuhkan data jumlah pengrajin susu karamel. Dari hasil penelitian yang dilakukan secara empiris diketahui, bahwa jumlah pengrajin berjumlah 10 orang pengrajin. Hal ini tentunya sangat ironis mengingat potensi peternak susu di Desa Cisondari sangat banyak. Dari pelaku industri tersebut peneliti kemudian mengambil beberapa pelaku industri untuk dilakukan wawancara serta diobservasi.

Dari hasil penelitian, maka diperoleh data bahwa produksi susu karamel sebagai industri rumah tangga di Desa Cisondari berdampak pada meningkatnya tingkat kesejahteraan masyarakat setempat disamping dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar khususnya ibu rumah tangga untuk mendapat penghasilan tambahan. Berikut data dari hasil penelitian:

Gambar 3. Hasil Penelitian, data diolah

Dari data di atas, maka dapat diketahui bahwa industri susu karamel memiliki prospek yang cukup menjanjikan dan dapat memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat sekitar. Dengan adanya transfer pengetahuan (*transfer knowledge*) secara berkesinambungan yang dilakukan oleh pengrajin sendiri kepada masyarakat maupun pembinaan berupa penyuluhan dari pemerintah daerah, maka selain meningkatkan taraf hidup masyarakat Desa Cisondari juga sebagai wisata kuliner baru untuk Kabupaten Bandung.

Beberapa faktor penunjang dan penghambat yang dialami para pengrajin susu karamel dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Faktor Penunjang, diantaranya:
 - a. Banyaknya peternak sapi perah di Desa Cisondari.
 - b. Pembayaran susu segar memiliki jangka waktu 15 hari setelah pengambilan.
 - c. Desa Cisondari berada di wilayah pariwisata yang ada di Kabupaten Bandung khususnya di Kecamatan Pasirjambu.
 - d. Banyaknya sumber daya manusia khususnya ibu-ibu rumah tangga untuk membantu penghasilan keluarga.
2. Faktor Penghambat, diantaranya:
 - a. Kurangnya modal untuk pengembangan usaha.
 - b. Bahan baku penunjang, seperti kertas, plastik pembungkus, dan dus masih dibeli secara tunai.
 - c. Peralatan yang dipergunakan masih bersifat sederhana (tradisional).
 - d. Pemasaran masih terbatas untuk wilayah Jawa Barat dan hanya sebagian kecil keluar Jawa Barat sebagai oleh-oleh.
 - e. Pembinaan dari pemerintah daerah belum optimal.
 - f. Sarana dan prasarana belum optimal terutama jalan yang masih sempit dan tidak terpelihara.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka peran transfer pengetahuan (*transfer knowledge*) khususnya bagi industri kreatif berupa produksi susu karamel yang ada di Desa Cisondari Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar dikarenakan tingkat pendidikan formal yang terbatas. Hal ini

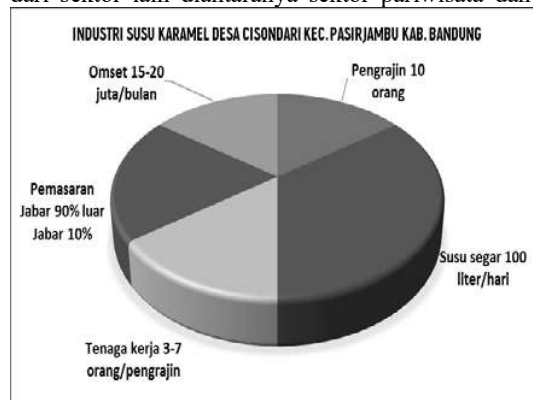
tentunya harus mendapat perhatian yang serius dari Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung terutama Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan untuk melakukan pembinaan dan memberikan solusi untuk pengembangan susu karamel Cisondari agar bisa sejajar dengan susu karamel yang diproduksi di Pangalengan Kabupaten Bandung.

Faktor pendukung yaitu berdekatan dengan kawasan wisata kebun teh Gambung sangat menentukan kemajuan industri rumah tangga di Desa Cisondari, sedangkan faktor penghambat seperti jalan yang masih sempit dan tidak terawat (berlubang) perlu dicarikan jalan pemecahannya terutama untuk memasarkan hasil produksi dan pemenuhan bahan baku penunjang. Sumber daya manusia (SDM) yang melimpah terutama ibu rumah tangga dapat penunjang untuk meningkatkan hasil produksi susu karamel.

Saran

Industri kreatif sebagai pendukung peningkatan perekonomian Indonesia hendaknya mendapat perhatian serius baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Berbagai komoditi yang ada dalam lingkup industri kreatif merupakan aset bangsa Indonesia untuk memperoleh devisa yang cukup besar dari ekspor barang ke manca negara.

Banyaknya pelaku industri kreatif yang masih bekerja secara manual harus mendapatkan pelatihan dari pemerintah agar dapat bersaing dengan industri sejenis negara lain. Selain itu, industri kreatif juga dapat meningkatkan devisa dari sektor lain diantaranya sektor pariwisata dan



dapat meningkatkan budaya lokal yang ada di nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Yuhana & Annisa Anggraini. (2015). *Modal intelektual dalam pengembangan ekonomi kreatif: studi kasus pada sentra kerajinan*

- sepatu Cibaduyut Bandung*. Jurnal Manajemen Indonesia. 15 (2), 103-114.
- Departemen Perdagangan RI. (2009). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Departemen Perdagangan RI. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Gomes, Faustino Cardoso. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.
- Nazir, Moh. (2003). *Metode Penelitian*. cetakan kelima. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Paeni, Mukhlis. *Tradisi Lisan Deposit Ekonomi Kreatif*. Makalah pada Seminar Internasional dan Festival Tradisi Lisan di Wakatobi Sulawesi Tenggara. 1-3 Desember 2008.
- Rivai, Veithzal. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Robbins, Stephen P dan Mary Coulter. (2007). *Manajemen*. edisi 8 jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Rosmadi, Maskarto Lucky Nara. (2014). *Industri Kreatif Dalam Menghadapi Pasar Bebas Asean Tahun 2015*. Jurnal Wawasan Hukum. volume 30 Nomor 1: 97-105
- Simatupang, M.T. (2008). *Industri Kreatif Untuk Kesejahteraan Bangsa*. Inkubator Industri dan Bisnis. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Jakarta: Salemba Empat.
- Departemen Tenaga Kerja Republik Indonesia. (<http://www.harnas.co/2016/11/17/kemenaker-jumlah-pengangguran-sarjana-meningkat>, diunduh pada Tanggal 23 September 2017).
- (<https://www.ekon.go.id/berita/view/ekonomi-berbasis-kreativitas.1659.html>, diunduh pada Tanggal 24 September 2017)
- Rangkoyo, (<http://ikhtisar.com/transfer-knowledge-belum-jalan-di-banyak-perusahaan/>, diunduh pada Tanggal 3 September 2017.
- Trautman, Steve, (<http://blog.stevetrautman.com/you-are-here-knowledge-transfer-defined/>, diunduh Tanggal 4 September 2017
- Wahono, Puji, Akhmad Toha & Ika Sisbintari. (2013). *Model transfer pengetahuan (transfer of knowledge) dalam rangka alih generasi pada usaha keluarga di industri kreatif batik di Jawa Timur*. Laporan Penelitian Jurusan Hubungan Internasional, Fisip: Universitas Jember.