

## PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BERBASIS INOVASI DAN KREATIVITAS (STRATEGI PENGUATAN *PROPERTY RIGHT* TERHADAP INOVASI DAN KREATIVITAS)

Darwanto

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Jl. Prof Sudharto, SH Tembalang Semarang 50275

darwantomsiugm@gmail.com

### Abstract

*Economy has entered a new phase in which the source of competitive advantage has changed. The advantages of an economy are not only from technology, especially natural resources. Source of the latest competitive advantage is innovation and creativity. Small and Medium Enterprises (SMEs) as part of the economy also should improve their competitiveness by innovation. Competitive advantage based on innovation and creativity should be preferred because of its durability and a longer period of time. This study aims to formulate an institutional strategy to encourage innovation and creativity in SMEs. This paper studies the ideas of the book and the SWOT method. Furthermore, this paper does a comparative strategy of creating strong institutions for the creation of creativity and art that can improve the competitiveness of SMEs from several countries. SMEs problems related to the productivity, among others a lack of protection of copyright on innovation and creativity. This resulted frequent occurrence of plagiarism on a product to the detriment of SMEs creator of the product. Property rights to the product or product design does not function as a production incentive. Overlooked property rights create production disincentives. Therefore there needs to be an incentive for creators' production so that they are still motivated to do innovation and creativity continuously. Step that can be done is appreciation by granting patents to innovative SMEs. This will encourage further creations and produce products with features and designs that attract consumers.*

**Keywords:** *institution, property right, innovation, SME*

### Abstrak

Perekonomian sudah memasuki babak baru dimana sumber keunggulan bersaing sudah berubah. Keunggulan suatu perekonomian bukan hanya bersumber dari teknologi, apalagi sumber daya alam. Sumber keunggulan daya saing terkini adalah inovasi dan kreativitas. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi kelembagaan dalam mendorong inovasi dan kreativitas pelaku UMKM. Paper ini hasil pemikiran dengan penelitian pustaka dan menggunakan metode analisis SWOT. Selanjutnya tulisan ini melakukan komparasi strategi menciptakan kelembagaan yang kuat bagi penciptaan kreativitas dan seni yang mampu meningkatkan daya saing UMKM dari beberapa negara. Permasalahan UMKM terkait dengan produktivitas antara lain kurangnya perlindungan terhadap hak cipta atas inovasi dan kreativitas. Hal ini mengakibatkan sering terjadinya penjiplakan pada suatu produk sehingga merugikan UMKM pencipta produk. Hak cipta (*property right*) terhadap produk atau desain produk tidak berfungsi sebagai insentif produksi. *Property right* yang diabaikan menciptakan disinsentif produksi. Oleh karena itu perlu ada insentif bagi pencipta produksi sehingga mereka tetap terdorong melakukan inovasi dan kreativitas secara terus menerus. Langkah yang dapat dilakukan adalah apresiasi dengan pemberian hak paten terhadap UMKM yang inovatif. Ini akan mendorong kreasi-kreasi lebih lanjut serta menghasilkan produk dengan fitur dan disain yang menarik konsumen.

**Keyword:** *institution, property right, inovasi, UMKM*

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia ekonomi saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya menjadi paradigma ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas. Howkins (2001) menyatakan bahwa kehidupan ekonomi manusia saat ini telah memasuki era baru yaitu orbit ekonomi

pengetahuan atau orbit ekonomi kreatif (*creativity based economy*). Keberadaan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbang pendapatan daerah dalam bentuk pajak. Menurut penelitian Situmoran,

bahwa UMKM di Indonesia memiliki beberapa masalah yang antara lain : (a) kurangnya permodalan, (b) kesulitan dalam pemasaran, (c) struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, (d) kualitas manajemen rendah, (e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah, (f) mayoritas tidak memiliki laporan keuangan, (g) aspek legalitas lemah, dan (h) rendahnya kualitas teknologi.

Keberadaan UMKM di Provinsi Jawa Tengah terbagi dalam empat jenis, yaitu :

produksi non pertanian, pertanian, perdagangan dan jasa. Terlihat pada Tabel 1 keempat jenis UMKM yang ada di Provinsi Jawa Tengah tersebut memiliki rata-rata pertumbuhan yang meningkat disepanjang tahun 2007 hingga 2011. Jumlah UMKM terbanyak di Provinsi Jawa Tengah adalah UMKM perdagangan dan Pertumbuhan rata-rata tertinggi disepanjang tahun 2007 hingga tahun 2011 adalah UMKM pertanian.

**Tabel 1**

**Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2007 hingga 2011 (dalam unit)**

Jenis UMKM	Tahun					Rata-Rata Pertumbuhan
	2007	2008	2009	2010	2011	
Produksi Non Pertanian	16.343	20.343	20.682	21.205	23.374	9,72%
Pertanian	6.909	8.305	9.385	9.775	10.097	10,16%
Perdagangan	23.401	28.007	28.172	28.247	28.362	5,24%
Jasa	6.239	7.639	7.639	8.389	8.389	8,06%
Jumlah	52.892	64.294	65.878	67.616	70.222	7,63%

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2012.

Meningkatnya jumlah pelaku UMKM tentu saja mengakibatkan adanya persaingan pasar yang semakin ketat. Bahkan, persaingan antara pelaku UMKM satu dengan yang lain pada saat ini sudah meningkat. Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2011 mencatat sebanyak 38.792 unit atau sekitar 55,24 persen UMKM di Jawa Tengah yang berbasis kreativitas (seperti : anyaman, gerabah, kerajinan kayu, gravir, *handycraft*, dan lain-lain). Setiap UMKM khususnya pada UMKM berbasis kreativitas memiliki keunggulan masing-masing dalam bentuk inovasi dan kreativitas, namun kurangnya perlindungan terhadap kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh para pelaku UMKM masih terbatas. Hal ini mengakibatkan masih sering terjadinya penjiplakan pada produk-produk UMKM sehingga membuat pelaku UMKM enggan untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas. Kondisi ini pada akhirnya akan mengurangi produktivitas UMKM di Provinsi Jawa Tengah. Oleh karena itu perlu ada langkah strategis dalam mendorong UMKM berbasis kreativitas tetap berkembang dengan inovasi dan kreativitas masing-masing.

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi kelembagaan dalam mendorong inovasi dan kreativitas pelaku UMKM tetap mampu bersaing dengan berbasis kreativitas yang mereka miliki tanpa merugikan UMKM lainnya.

## KAJIAN TEORITIS

### Pengertian UMKM

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mendefinisikan UMKM berdasar kriteria tertentu, antara lain sebagai berikut:

- Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil dalam Undang

- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini
- Kriteria UMKM menurut jumlah aset dan omset yang dimiliki sesuai dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 adalah:

<b>Kriteria</b>		
<b>Uraian</b>	<b>Asset</b>	<b>Omset</b>
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari 50 juta-500 juta	Lebih dari 300 juta-2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari 500 juta-10 miliar	Lebih dari 2,5 miliar-50 miliar

Sumber : Undang-Undang No.20 Tahun 2008

### Hak Kepemilikan (*Property Rights*)

Bromley dan Cernea (1989) mendefinisikan hak kepemilikan sebagai hak untuk mendapatkan aliran laba yang hanya aman bila pihak-pihak lain respek dengan kondisi yang melindungi akiran laba tersebut. Makna dari definisi tersebut bahwa hak kepemilikan berdasarkan penguasaan individu atas aset (dalam pengertian luas dapat berupa ilmu pengetahuan/*knowledge* dan ketrampilan/*skill*) sehingga dalam dirinya terdapat hak untuk menggunakan atau memindahkan aset yang dikuasai atau dimiliki. Keberadaan hak kepemilikan juga terkait dengan adanya produktifitas dan efisiensi ekonomi. Hubungan antara hak kepemilikan dengan kepastian hukum untuk melindungi penemuan-penemuan baru (contoh: teknologi). Dalam sudut pandang ini negara yang dapat menjamin hak kepemilikan terhadap inovasi/penemuan melalui hak paten akan memiliki implikasi besar terhadap produktifitas dan efisiensi ekonomi. Jaminan terhadap hak paten akan memberi insentif bagi para pelaku ekonomi untuk terus menemukan inovasi baru, dan bila inovasi tercipta maka secara langsung akan meningkatkan produktifitas (Yustika, 2006).

### METODOLOGI PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Pengumpulan data

sekunder dalam penelitian ini melalui studi literatur dan data dari dinas-dinas terkait seperti : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. Data-data tersebut digunakan sebagai sumber referensi dan acuan dalam mengidentifikasi SWOT. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dengan metode matrik SWOT. Analisis matrik SWOT berfungsi mengetahui strategi kelembagaan yang harus dilakukan setelah mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya. Analisis internal meliputi identifikasi faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) sedangkan faktor eksternal adalah identifikasi faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Perbandingan UMKM Berbasis Kreativitas di Negara Maju dan di Indonesia

Keberadaan UMKM berbasis kreativitas di beberapa negara memiliki posisi yang berbeda-beda sebagai penggerak perekonomian. Di negara-negara maju posisi UMKM berbasis kreativitas sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, namun di beberapa negara berkembang keberadaan UMKM berbasis kreativitas memiliki peran masih cukup rendah dalam pertumbuhan ekonomi dibandingkan sektor lainnya.

Tabel 2. Gambaran UMKM berbasis Kreativitas pada Beberapa Negara

UK	USA	Eropa
<ol style="list-style-type: none"> <li>dukungan penuh dari komite industri kreatif</li> <li>dukungan investasi bagi industri kreatif</li> <li>terdapat pemetaan strategi untuk mengembangkan kluster kreatif melalui kebijakan perumusan dan pengembangan program</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>adanya kekuatan aglomerasi</li> <li>terdapat undang-undang yang mengatur tentang industri kreatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>adanya perlindungan untuk kreativitas dan inovasi</li> <li>investasi pada sumber-sumber inovasi</li> </ol>
Hongkong	Korea	China
<ol style="list-style-type: none"> <li>mengedepankan kebudayaan setempat sebagai mesin penggerak industri</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>pergeseran paradigma ke arah industri yang mengedepankan nilai kebudayaan yang dimiliki</li> <li>memfasilitasi pembentukan infrastruktur</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>adanya strategi nasional pentingnya membangun industri kreatif</li> <li>adanya peraturan dari pemerintah</li> <li>bakat merupakan kompetensi dasar dari persaingan industri kreatif</li> <li>kuatnya perlindungan HAKI</li> <li>pendampingan bisnis dan meningkatnya penyatuan rantai industri</li> <li>membangun brand dan memperbesar potensi lokal</li> </ol>
Jepang	Singapura	Indonesia
<ol style="list-style-type: none"> <li>pemerintah mendukung penuh melalui perlindungan HAKI</li> <li>adanya perluasan lingkungan kreatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>adanya kekuatan IT dan infrastruktur telekomunikasi yang baik</li> <li>dukungan pemerintah</li> <li>adanya pengembangan <i>world class art</i> dan infrastuktur budaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>dukungan Pemerintah melalui PP No.6 Tahun 2006 tentang pengembangan ekonomi kreatif</li> <li>pengelompokan subsektor UMKM kreatif menjadi 14 sektor</li> <li>adanya peraturan tentang hak kekayaan intelektual</li> </ol>

Sumber: dikembangkan penulis

Usaha Mikro Kecil Menengah berbasis kreativitas di UK mulai diidentifikasi dan dipetakan persebarannya pada tahun 1998 untuk menentukan strategi dalam mengembangkan keberadaan UMKM tersebut. Pada tahun 2005 UMKM berhasil menyediakan 1,8 juta

kesempatan kerja dan mengguguli UMKM berbasis kreativitas yang ada pada semua negara di Eropa lainnya. Keberhasilan UK dalam mengembangkan UMKM berbasis kreativitas tersebut karena adanya penghargaan besar serta perlindungan terhadap

yang dimiliki oleh pelaku UMKM, seperti perlindungan terhadap: penciptaan ide baru dalam melihat peluang atau permasalahan, gambar, simbol, desain, ekspresi budaya, produk baru dan teknologi baru dalam melakukan bisnis. Perlindungan terhadap kekayaan intelektual (keaktivitas dan inovasi) di UK berupa kapasitas perlindungan terhadap hak cipta dan nilai ekspresif (*expressive value*) ternyata berpengaruh terhadap kemajuan dan perkembangan UMKM berbasis kreativitas di UK.

USA adalah negara yang banyak mengembangkan usaha mikro kecil menengah berbasis kreativitas dengan dua kekuatan utama, yaitu penciptaan komunikasi budaya (seperti : *fashion jeans*, *barbie* dan *hollywood*) dan inovasi teknologi dengan memperkenalkan perusahaan google, microsoft dan boeing. Perkembangan pesat UMKM berbasis kreativitas di USA yaitu adanya kekuatan aglomerasi dan peraturan perundang-undangan. Aglomerasi ekonomi memusatkan beberapa aktifitas ekonomi UMKM berbasis kreatifitas dalam satu kelompok sehingga kekuatannya akan lebih besar. Pemerintah USA mendukung secara tegas UMKM berbasis kreativitas melalui Undang-Undang atas Hak Kekayaan Intelektual yang memberikan perlindungan atas munculnya produk-produk tiruan.

Usaha Mikro Kecil Menengah berbasis kreativitas di Eropa memiliki perbedaan untuk di Eropa Barat dan Eropa Timur. Perkembangan UMKM berbasis kreativitas di Eropa Barat lebih memimpin dibandingkan UMKM berbasis kreativitas di Eropa Timur yang masih pada tahap primer, hal ini dikarenakan di Eropa Timur terdiri dari negara-negara sosialis dimana perekonomian diatur sepenuhnya oleh negara. Namun secara umum negara-negara di Eropa telah memiliki strategi dan kebijakan khusus yang mengatur UMKM berbasis kreativitas berbasis hak cipta. Semua karya yang diciptakan dilindungi oleh Undang-Undang Hak Cipta.

UMKM berbasis kreativitas di Jerman dilindungi juga dengan perundang-undangan yang mengatur penciptaan ide dan inovasi pada UMKM tersebut. UMKM berbasis kreativitas digolongkan menjadi lima : (a) audio visual, (b) buku, sastra dan pers, (c) seni dan desain, (d) arsitek dan iklan, serta (e) pertunjukan dan

hiburan. Jerman juga mengalami kesuksesan dalam UMKM berbasis kreativitasnya, hal ini didukung oleh tiga hal yaitu : peluang historis, keberagaman budaya dan keseriusan dalam mengembangkan sumber daya manusia.

UMKM berbasis kreativitas di Korea memiliki kinerja yang baik, terutama yang berorientasi pada bidang teknologi, seperti : audiovisual dan media baru (film, animasi dan video game). Kebijakan pemerintah pada UMKM berbasis kreativitas sangat berperan meningkatkan sektor kreatif dalam negeri, terlebih komisi penyiaran korea juga memainkan peran penting dalam memperkuat produksi dalam negeri.

UMKM berbasis kreativitas di Cina disebut juga sebagai industri budaya dan kreativitas. UMKM berbasis kreativitas di Cina megandalkan ketrampilan dan bakat-bakat masyarakat Cina yang kreatif dengan menggunakan teknologi yang tinggi untuk menciptakan serta mempromosikan sumber daya budaya melalui pengembangan dan penggunaan kekayaan intelektual sehingga menghasilkan produk yang memiliki *value added* yang tinggi. Saat ini Cina mengakui terdapat sembilan sektor industri kreatif, yaitu : (a) budaya dan seni, (b) pers dan publikasi, (c) layanan dukungan dan lainnya, (d) radio, televisi dan film, (e) perangkat lunak, jaringan dan komputer, (f) iklan dan perdagangan seni, (g) jasa desain, (h) hiburan dan *travelling*, serta (i) jasa lainnya.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis kreativitas di Jepang terinspirasi dari UMKM berbasis kreativitas yang ada di United of Kingdom (UK). Pemerintah Jepang sangat mendukung keberadaan UMKM berbasis kreativitas di Jepang dengan berupaya membangun Jepang sebagai negara yang mengedepankan hak kekayaan intelektual (HaKi). Pada tahun 2002 di Jepang didirikan Dewan HaKi untuk melindungi kekayaan intelektual pada UMKM berbasis kreativitas, yang antara lain berupa : properti industri (paten, desain dan merk dagang) serta hak cipta (musik, seni dan sastra). Kegiatan promosi produk-produk UMKM berbasis kreativitas di Jepang diserahkan pada perusahaan-perusahaan swasta.

yang ada di UK. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis kreativitas di Singapura dikategorikan dalam tiga kelompok besar, yaitu: (a) seni dan budaya, (b) desain, serta (c) media. Pemerintah Singapura melindungi UMKM berbasis kreativitas dengan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual dan mendidik konsumen untuk menghormati kreativitas serta melarang adanya pembajakan terhadap kreativitas.

Di Indonesia UMKM berbasis kreativitas menyumbang 4,7 persen PDB nasional pada tahun 2006 dan tumbuh sebesar 7,3 persen pada tahun 2007. Pada tahun 2008 UMKM berbasis kreativitas di Indonesia mampu menyerap 3,7 juta tenaga kerja. Meskipun demikian keberadaan UMKM berbasis kreativitas belum di Indonesia belum dipetakan. Fokus pemerintah pada keberadaan UMKM berbasis kreativitas di Indonesia ditunjukkan dengan adanya instruksi presiden kepada kementerian perdagangan untuk meningkatkan industri kreatif busana, kerajinan, iklan, musik, *handicrafts* dan *furniture* serta untuk melakukan proses pemetaan terhadap UMKM berbasis kreativitas yang ada di Indonesia.

### Analisa SWOT UMKM berbasis Kreativitas di Provinsi Jawa Tengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis kreativitas di Provinsi Jawa Tengah dikelompokkan menjadi 14 sektor yaitu : (1) arsitektur, (2) desain, (3) film dan video, (4) fotografi, (5) kerajinan, (6) layanan komputer dan piranti lunak, (7) musik, (8) barang seni, (9) penerbitan dan percetakan, (10) periklanan, (11) permainan interaktif, (12) riset dan pengembangan, (12) seni pertunjukan, (13) televisi dan radio,serta (14) busana. Pengembangan UMKM berbasis kreativitas terus dilakukan oleh pemerintah Provinsi Jawa Tengah namun kontribusi sektor ini belum optimal terhadap PDRB Provinsi Jawa Tengah. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah (2010) UMKM berbasis kreativitas berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki tren pertumbuhan yang cenderung meningkat sehingga diharapkan mampu menjadi salah satu pilar ekonomi rakyat dimasa mendatang.

**Tabel 3. Faktor Strategi Internal dan Eksternal UMKM berbasis Kreativitas di Provinsi Jawa Tengah**

Kekuatan	Peluang
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. sumber daya manusia yang kreatif dan mampu mengembangkan ide-ide baru (inovasi)</li> <li>2. sebagian besar unit usaha UMKM masih memiliki hubungan pekerjaan seperti hubungan kekeluargaan yang terjalin dengan kompak</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan dari pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Dinas Koperasi dan UMKM yang berkomitmen mengembangkan UMKM di Provinsi Jawa Tengah</li> <li>2. Apresiasi pasar luar negeri yang baik dalam hal originalitas produk</li> <li>3. Infrastruktur dan telekomunikasi yang semakin baik membantu pemasaran produk UMKM</li> </ol>
Kelemahan	Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah dan kualitas SDM kurang memadai</li> <li>2. Kurangnya loyalitas, ketekunan dan daya konsentrasi</li> <li>3. Merk dagang yang masih belum dimiliki oleh sebagian besar UMKM</li> <li>4. Permodalan yang masih terbatas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. kurangnya perlindungan terhadap produk UMKM berbasis kreativitas sehingga masih terjadi penjiplakan karya cipta</li> <li>2. kekuatan inovasi produk dan harga produk asing</li> </ol>

**Tabel 4. Strategi Pengembangan UMKM berbasis Kreativitas di Provinsi Jawa Tengah**

Strategi S-O	Strategi S-T
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. memanfaatkan dukungan dan komitmen dari pemerintah dengan menjalin kerjasama dengan dinas koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah serta instansi-instansi lainnya</li> <li>2. memanfaatkan daya beli masyarakat dengan membuat berbagai macam inovasi produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. memberikan pembinaan terhadap generasi penerus akan pentingnya kelanjutan usaha yang menggambarkan peluang usaha yang menguntungkan</li> <li>2. Mendorong pemerintah untuk mengendalikan barang-barang impor yang merusak pasar lokal</li> <li>3. memperbaiki hak paten dan mendaftarkan produk yang belum memiliki hak paten untuk mengatasi masalah hak kekayaan intelektual (HAKI)</li> <li>4. melakukan inovasi sesuai dengan selera pasar</li> </ol>
Strategi W-O	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. melakukan upaya untuk memperbaiki kualitas SDM dengan cara penanaman dengan memberikan <i>reward and punishment</i> agar SDM lebih termotivasi</li> <li>2. melakukan berbagai upaya dalam hal penambahan modal (seperti usaha dalam pembuatan proposal bisnis pada lembaga-lembaga keuangan bank/non bank)</li> <li>3. Penciptaan merk / <i>branding</i> sesuai dengan identitas lokalitas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. meningkatkan dan memperbaiki kualitas SDM yang ada saat ini dengan membina hubungan baik dengan karyawan agar tercipta loyalitas</li> <li>2. melakukan strategi pengembangan produk yang unik dengan ciri khas tertentu.</li> </ol>

Sumber: dikembangkan penulis

### Kelembagaan dan UMKM berbasis Kreativitas di Provinsi Jawa Tengah

Efektifitas keberadaan usaha mikro kecil menengah di Provinsi Jawa Tengah perlu didukung dengan adanya kerangka kerja tata kelola kelembagaan yang dapat mengkonduksifkan serta mendukung pengembangan UMKM berbasis kreativitas. Kerangka kerja kelembagaan di tingkat provinsi juga harus memperhatikan peraturan nasional, kondisi negara dan kapasitas negara dalam memelihara UMKM berbasis kreativitas. kerangka kerja kelembagaan yang dapat digunakan adalah dengan mengefektifkan maupun memperbaiki peraturan mengenai undang-undang kekayaan intelektual. Keberadaan undang-undang ini sangat efektif dalam merangsang kreasi dan inovasi, karena para pencetus merasa mendapatkan perlindungan atas kreasi dan inovasinya.

Selain itu adanya perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual merupakan prasyarat

yang harus dipenuhi agar UMKM yang berbasis kreativitas tersebut dapat memasuki akses pasar global, dalam hal ini HaKI dianggap sebagai kekuatan bersaing agar kreasi para inovator dalam negeri (khususnya Jawa Tengah) tidak diklaim oleh negara lain. Keberadaan Undang-Undang kekayaan intelektual juga seharusnya menciptakan peraturan khusus untuk setiap jenis UMKM berbasis kreatifitas, seperti di USA terdapat hukum khusus "*mechanical rights*" untuk mengatur pencipta/komposer musik (Raustiala dan Chris, 2006).

Tata kelola kelembagaan UMKM juga harus mampu membangun jaringan kerjasama antar UMKM yang sejenis sehingga dapat meningkatkan kesepahaman dalam meningkatkan mutu produk yang tinggi. Tata kelola kelembagaan ini mampu menciptakan persaingan yang sehat untuk menghasilkan produk dengan kualitas baik. Namun, tetap memberikan ruang kerjasama yang saling menguntungkan dalam menjalankan bisnis me

## PENUTUP

### Simpulan

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis kreativitas cukup potensial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Tengah. UMKM berbasis kreativitas harus dikembangkan dengan tata kelola atau kelembagaan dengan mengacu tata kelola kelembagaan di negara maju. Tata kelola kelembagaan meliputi perlindungan hak cipta atas kreativitas sebagai bentuk insentif usaha. Pemerintah dapat menciptakan atau menggunakan lembaga yang sudah ada untuk menangani dan mengelola permasalahan UMKM berbasis kreatif. Lembaga ini harus diperkuat dengan dasar hukum yang jelas sehingga mempunyai wewenang untuk memfasilitasi UMKM. Lembaga dan aturan tersebut selanjutnya berfungsi untuk membantu proses kepemilikan hak cipta, prosedur penggunaan hak cipta yang dilakukan oleh pihak lain. Lembaga tersebut juga dapat berperan untuk membentuk kluster atau kelompok usaha yang mempunyai keterkaitan dalam proses produksi. Pemerintah melalui suatu lembaga dan aturan tertentu harus menjamin adanya apresiasi terhadap suatu karya produk (hak cipta produk) sehingga mendorong munculnya produk-produk baru yang disukai konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bakhshi, Hasan, Alan freeman and Peter Higgs. 2013. *A Dynamic Mapping of The UK'S Creative Industries*. [www.nesta.org.uk](http://www.nesta.org.uk)
- Cernea, Michael M dan Daniel W Bromley. 1989. *The Management Of Common Property Natural Resources*. Washington, D.C. The World Bank October 1989.
- Howkins, John. 2001. *The Creative Economy : How People Make Money From Ideas*. London : Penguin
- Khoo, Olivia. 2010. *Intellectual Property and The creative Industries in Asia (China and Singapore)*. Asia Pacific Law review, Vol 18 No. 1.
- Raustiala, Kal dan Chris Sprigman. 2006. *The Piracy Paradox : Innovation and Intellectul Property in Fashion Design*. Working Paper The John M. Ohlin Program in Law and Economics.
- Situmorang, Johnny W dan Janes Situmorang. 2008. *Iklim Usaha UKM Di Era Otonomi Daerah*. INFOKOP Volume 16 September 2008 : 18-36.
- Wong, Chee Yew dan Ruihong Gao. 2008. *Creative Industry in UK, Japan and China : A Supply Chain Management Perspective*. Discussion Paper Series Graduate School of Bussines Administration Kobe University
- Yosimoto, Mitsuhiro. 2003. *The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendation for Their Promotion*. NLI Research
- Yustika, Ahmad Erani. 2006. *Ekonomi Kelembagaan : Definisi, Teori dan Strategi*. Malang : Bayumedia Publishing
- Zhang, Hongman et.al. 2011. *Experiences of Creative Industries Development in Developed Countries and Enlightenments*. Asian Social Science Journal Vol.7 No.8 Agustus 2011.
- \_\_\_\_\_, 2002. *Creative Industries Development Strategy : Propelling Singapore's Creative Economy*. Report of The ERC Services Subcommittee Workgroup on Creative Industry. <http://www.mti.gov.sg>
- \_\_\_\_\_, 2010. *Creative Economy Report 2010 : A Feasible Development Option*. <http://unctad.org>