

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN WAJO

Nasriah Akil*)
STIM LPI Makassar, Jl. Bung

***Abstract :** The model used in the development of the creative economy in Wajo, is adopting a model of creative economic development nationwide, but the main actors used the concept of Quadruple Helix (Government, intellectuals, business and community) which is supported by the industry, technology, government, institutions, and financial mediation institutions. The main foundation of this model is a creative community. To support the creative economy development model in Wajo, that the government establish an Integrated Business Service Centre (Plut) and Regional Innovation Center (PID) to train undergraduate become consultants and managers.*

***Keywords:** Creative Economy Development Strategy*

***Abstrak :** Model yang digunakan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo, adalah mengadopsi model pengembangan ekonomi kreatif nasional, namun pada aktor utama memakai konsep Quadruple Helix (Pemerintah, intelektual, bisnis dan komunitas) yang ditopang oleh Industri, teknologi, pemerintah, institusi, dan lembaga mediasi keuangan. Pondasi utama dari model ini adalah masyarakat yang kreatif. Untuk mendukung model pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo, agar pemerintah mendirikan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) dan Pusat Inovasi Daerah (PID) dengan melatih sarjana menjadi konsultan dan pengelolanya.*

***Kata Kunci :** Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi isu dunia sebagaimana yang terlihat dengan adanya laporan tahunan ekonomi kreatif oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa yang dikenal dengan “Creative Economy Report 2010”.

Ekonomi kreatif sendiri, tidak lepas dari industri kreatif karena merupakan pondasi ekonomi kreatif dengan berbagai jenisnya, yang kesemuanya jika di Indonesia merupakan jenis usaha-usaha ekonomi yang dijalankan oleh sebagian besar masyarakat dalam skala kecil dan menengah (UKM). Usaha kecil dan menengah memiliki ketangguhan yang sangat kuat pada berbagai situasi karena basis dari usaha ini adalah masyarakat itu sendiri dan telah mendapat perhatian oleh pemerintah sebagaimana tercermin dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Menengah Kecil dan Menengah.

Kabupaten Wajo sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan, merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi yang cukup besar baik dari sumber daya alam maupun sumber daya manusia, yang terlihat dari besarnya kontribusi hasil pertanian kabupaten ini pada produksi padi Provinsi Sulawesi Selatan, kemudian tidak sedikit orang-orang kelahiran kabupaten ini sukses..

Jika kita membaca laporan tahunan ekonomi kreatif PBB maka dapat disimpulkan bahwa dasar ekonomi kreatif adalah manusia. Bukan hanya hasil tenun yang memiliki potensi pengembangan ekonomi kreatif, karena potensi alam Kabupaten Wajo cukup memungkinkan untuk dikembangkan lebih jauh, salah satu contohnya adalah pengembangan pariwisata, danau Tempe memiliki jenis biota yang tidak terdapat di danau lain di dunia, dan banyak lagi potensi ekonomi kreatif

melalui industri kreatif yang sebenarnya sudah dikembangkan oleh usaha-usaha kecil dan menengah yang terdapat di Kabupaten Wajo.

Lantas bagaimana mengembangkan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo? Menurut Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, Dr. Sapta Nirwandar, saat menjadi pembicara dalam Seminar Nasional “*Build Indonesian Global Competitiveness through Digital Creative Industry Development with Triple Helix Concept*” pada 9 Mei 2014 di Universitas Padjadjaran Bandung, bahwa untuk mengembangkan ekonomi kreatif, selain peran pemerintah, akademisi, dan pelaku bisnis, dibutuhkan juga peran komunitas. Ini disebut *The Quadruple Helix* (Triple Helix + komunitas). “Tidak hanya pemerintah, intelektual, dan bisnis, tetapi juga komunitas (pengguna/konsumen)”.

Atas pertimbangan inilah, Setelah menyadari akan besarnya kontribusi UKM yang didukung oleh kreatifitas, ide dan budaya serta kearifan lokal, peran pemerintah, akademisi, pelaku UKM/bisnis dan komunitas. Penulis melakukan penelitian dan ingin mengambil peran dalam meneliti setiap permasalahan yang dihadapi oleh aktor dalam konsep Quadruple Helix, dengan judul : Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wajo.

Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang permasalahan di atas maka pertanyaan penting yang ingin dijawab melalui penelitian ini, yaitu:

“Bagaimana konsep strategi model pemberdayaan dan pengembangan UKM berbasis ekonomi kreatif untuk memperkuat struktur ekonomi yang telah diterapkan di Kabupaten Wajo?”

Tujuan dan Hasil yang Diharapkan

Tujuan dan hasil yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

- a. Memberikan konsep strategi model pemberdayaan dan pengembangan UKM berbasis ekonomi kreatif untuk memperkuat

struktur ekonomi yang telah diterapkan di Kabupaten Wajo.

- b. Memberikan rekomendasi kepada pemerintah Kabupaten Wajo dalam strategi pengembangan UKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo.

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) sekarang menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri dan informasi. Alvin Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang **ekonomi kreatif** dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif.

Menurut ahli ekonomi Paul Romer (1993), ide adalah barang ekonomi yang sangat penting, lebih penting dari objek yang ditekankan di kebanyakan model-model ekonomi. Romer juga berpendapat bahwa suatu negara miskin karena masyarakatnya tidak mempunyai akses pada ide yang digunakan dalam perindustrian nasional untuk menghasilkan nilai ekonomi.

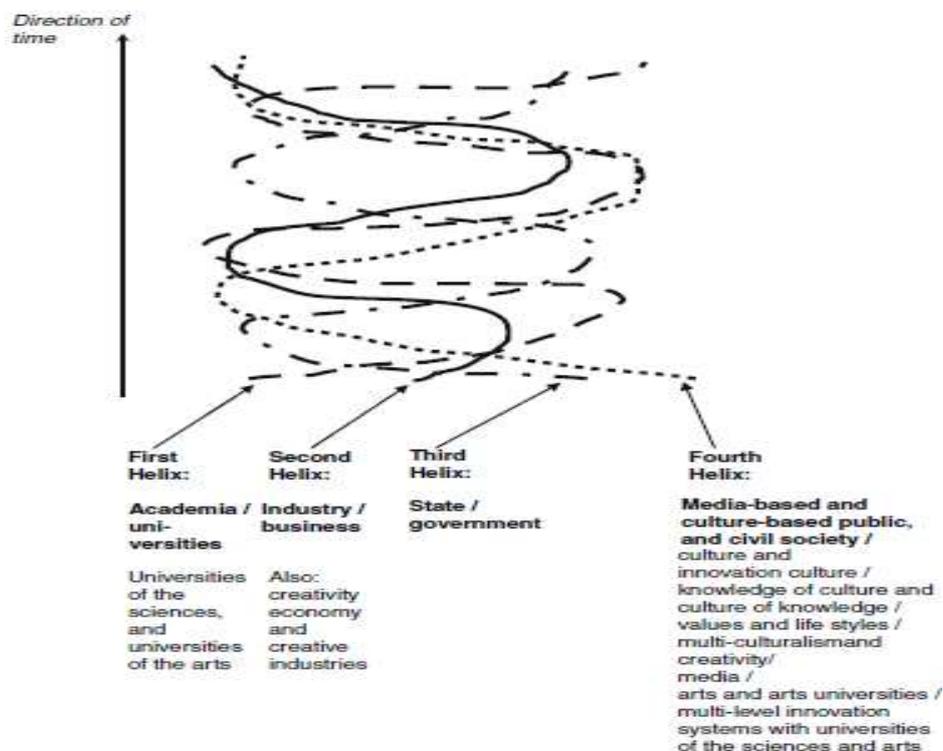
Howkins (2001) dalam bukunya *The Creative Economy* menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif setelah menyadari pertama kali pada tahun 1996 ekspor karya hak cipta Amerika Serikat mempunyai nilai penjualan sebesar US\$

60,18 miliar yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Dos Santos (2007) mendefinisikan Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan aset kreatif yang berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi. PBB mengenai Ekonomi Kreatif (*Creative Economy Report*) tahun 2010 memberikan gambaran mengenai ekonomi kreatif dalam sebuah bagan yang diambil dari KEA European Affairs (2006), seperti di bawah ini.



Di Indonesia, gaung **Ekonomi Kreatif** mulai terdengar saat pemerintah mencari cara untuk meningkatkan daya saing produk nasional dalam menghadapi pasar global. Menurut Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, Dr. Sapta Nirwandar, saat menjadi pembicara dalam Seminar Nasional “*Build Indonesian Global Competitiveness through Digital Creative Industry Development with Triple Helix Concept*” pada 9 Mei 2014 di Universitas Padjadjaran Bandung, bahwa untuk mengembangkan ekonomi kreatif, selain peran pemerintah, akademisi, dan pelaku bisnis, dibutuhkan juga peran komunitas. Ini disebut **The Quadruple Helix** (Triple Helix + komunitas).

Menurut Carayannis and Campbell (2009) bahwa *Quadruple Helix* merupakan konsep pemecahan masalah yang berkelanjutan dalam perspektif pembangunan berkelanjutan yang melibatkan secara bersama-sama inovasi, kewirausahaan dan demokrasi., seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Konsep empat heliks ini diambil dari Etzkowitz and Leydesdorff (2000) Carayannis and Campbell (2009), dan (2010) serta Danilda et al. (2009).

Usaha Kecil Dan Menengah

Menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

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 usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut Departemen Tenaga Kerja (Depnaker) usaha mikro adalah usaha yang memiliki kurang dari 5 orang tenaga kerja.

Rudjito (2003) usaha mikro adalah usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh penduduk miskin atau mendekati miskin. Usaha mikro sering disebut dengan usaha rumah tangga. Besarnya kredit yang dapat diterima oleh usaha adalah Rp 50 juta. Usaha mikro adalah usaha produktif secara individu atau tergabung dalam koperasi dengan hasil penjualan Rp 100 juta.

Model Pengembangan UKM Berbasis Ekonomi Kreatif

Berbagai model pengembangan UKM telah dikembangkan di negara-negara maju. Jepang misalnya mengembangkan UKM melalui model “sub-contracting”. Artinya perusahaan-perusahaan skala besar memberikan order kepada perusahaan-perusahaan skala menengah dan kecil untuk jenis-jenis pekerjaan yang tidak ditanganinya sendiri. Sebagai contoh perusahaan raksasa mobil Toyota atau Mitsubishi hanya merakit mesinnya saja sedangkan pengerjaan body mobil diserahkan kepada perusahaan “sub-Kontraktor”

skala menengah dan pembuatan suku cadang disub-kontrakkan kepada perusahaan skala kecil. Model kemitraan “*sub-contracting*” demikian memungkinkan perusahaan besar, menengah dan kecil maju secara bersamaan.

Model pengembangan UKM lainnya adalah melalui modal ventura. Pengembangan UKM juga dapat dilakukan melalui model inkubator. Sementara itu “*community based development*” yakni pengembangan UKM berdasarkan daya dukung masyarakat dikembangkan dengan sangat berhasil di Taiwan. Untuk pengembangan UKM skala mikro atau skala rumah tangga di pedesaan, telah dikembangkan “Model Grameen Bank” yang dipelopori oleh Prof. Muhammad Yunus di Bangladesh.

Konsep Strategi

Definisi strategi pertama dikemukakan oleh Chandler (1962) yaitu “strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut” (Rangkuti, 2005). John A. Bryne, Jack Trout dalam bukunya *Rout On Strategy* mengulas bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang berbeda di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realista pasar dengan menjadi yang pertama dan lebih baik (Suyanto, 2007, h. 16). Porter (1985) mengatakan bahwa “strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing” (Rangkuti, 2005). Dalam Webster’s New World Dictionary (1992:1165) strategi didefinisikan sebagai “the science of planning and directing military operation”. Menurut Pearce and Robinson (2000: 4) strategi merupakan rencana main suatu perusahaan. Jauch & Glueck (1997:12), Glueck & Jauch, (1997:12-13). Hill & Jones (1998:3-4) meninjau strategi dari dua sisi yaitu:

1. Sisi yang pertama “*A strategy is a specific pattern of decisions and action that’s managers take to achieve an organization’s goals*”. Strategi dipandang sebagai pola khusus dari keputusan dan tindakan yang diambil manajer untuk mencapai tujuan organisasi.
2. Sisi kedua yang juga dikemukakan oleh Mintzberg (1985) bahwa strategi merupakan pola di dalam arus keputusan atau tindakan. Lebih jauh Mintzberg menekankan bahwa strategi melibatkan lebih dari sekedar perencanaan seperangkat tindakan. Strategi juga ternyata melibatkan kesadaran bahwa strategi yang berhasil justru muncul dari dalam organisasi.

Wheelen (2000), menjelaskan tentang elemen dari manajemen strategi, dimana “*strategic management consist of four basic elements*” : 1) *Environment scanning*, 2) *Strategy formulaion*, 3) *Strategy implementation*, 4) *Evaluation and control*. Miles dan Snow (1984) juga mengklasifikasi strategi menjadi tiga jenis : defender : prospector, dan analyser. Mengacu pada pada klasifikasi strategi dari Porter tersebut, Schuler, R.S. dan S.E. Jackson (1987) membedakan secara jelas klasifikasi strategi bersaing Porter dalam MSDM strategi tersebut menjadi tiga : cost reduction, innovation, dan quality enhancement. Lien (2002) Scarborough dan Thomas (2008), menyatakan bahwa banyak pengelola usaha kecil enggan mengeluarkan biaya untuk promosi dan penelitian sebagaimana yang dilakukan oleh usaha skala besar. Porter (1980) dalam buku klasiknya *Competitive Strategy* menguraikan tiga strategi : 1) kepemimpinan/keunggulan biaya (*cost leadership*), 2) diferensiasi, dan 3) focus. Kesuksesan strategi ini menurut Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough dan Doug Wilson (2008) akan bergantung pada perusahaan kecil yang bersangkutan untuk mengidentifikasi berbagai kebutuhan kelompok sasarannya dan untuk mengembangkan berbagai keahlian yang dibutuhkan untuk melayani mereka.

Alur Pikir Penelitian

Berdasarkan alur pikir di kajian ini, beberapa konsep model pengembangan/pemberdayaan UKM yang dipakai selama ini di beberapa Negara dan daerah di Indonesia dan menjadi obyek bahasa di sini terdiri dari model CBD, Grameen Bank, Modal Ventura, Inkubator, dan Bank Syariah

METODOLOGI

Pendekatan Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif (triangulasi), terutama dan sisi ilmu Ekonomi, sosiologi dan antropologi.

Teknik Pengumpulan, Sumber, dan Analisis Data

Untuk menganalisis daya dukung UKM/ekonomi kreatif itu sendiri digunakan alat analisis kualitatif (Triangulasi) dengan dasar konsep Quadruple Helix yaitu untuk melihat 4 (empat) aktor utama : Pemerintah, Pelaku Bisnis, Cendekiawan/Akademisi dan Komunitas.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian melakukan penelitian tidak bersifat kuantitatif, melainkan dalam bentuk kualitatif sehingga pengumpulan data dala penelitian ini lebih banyak melakukan wawancara dengan beberapa tokoh masyarakat, pelaku dan konsumen yang terkait dengan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo.

Dalam pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dengan tokoh, pelaku dan konsumen antara lain : Bapak Syafruddin yang biasa juga panggil Asong (Pelaku usaha Karaoke), Bapak Faisal (Pemilik dan pengelola Sanggar Seni), Bapak H. Baji (Pemilik Usaha Sutura), Bapak Sudirman Sabang (Budayawan), Bapak Muhlis dari media (Warta Wajo), Bapak Rahmat (Budayawan muda dan Penikmat Seni Wajo), Dr.

Kartawijaya (Dekan Fakultas Seni UNM Makassar) sebagai akademisi dan pengamat, Ibu Andi Ati Panampe (Kabid Ekonomi BappedaKab. Wajo), Bapak Herman (Kabid Seni Disbudpar Kab. Wajo).

Kabupaten Wajo sebagai kabupaten penghasil kain tenun sutera terbesar di Indonesia dan kerajinan sutera menjadi produk unggulan yang sudah dikenal ke tingkat nasional sampai ke mancanegara seperti Malaysia, Singapura dan Jepang. Kain sutera yang diproduksi di Kabupaten Wajo menurut Bapak H. Baji memiliki 17 langkah/tahap dimulai dari tahap persiapan bahan baku hingga menjadi sebuah kain. Proses ini dapat dikatakan bahwa satu lembar kain sutera membutuhkan minimal 17 tenaga kerja ahli dan terampil di bidangnya masing - masing, yaitu mulai dari pembibitan ulat sutera, pemintalan hingga penenunan.

Oleh karena itu industri kain sutera Kabupaten Wajo merupakan industri yang mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar belum termasuk tenaga kerja yang digunakan dalam hasil akhir dan aneka produk (pakaian, souvenir, kerajinan, dan lain-lain). Hal inilah memacu pemerintah daerah Kabupaten Wajo menetapkan sebuah wilayah yang dikenal dengan Kampung Sutera (wawancara dengan Ibu Andi Ati Panampe Kabid. Ekonomi Bappeda Kab. Wajo). Di lain pihak industri tenun sutera ini menghadapi permasalahan bahan baku benang sutera yang harus di impor dari negara lain (Cina) terutama untuk benang utama dari kain (benang lusi), seperti yang dikeluhkan oleh H. Baji (Pemilik Usaha Tenun Kain Sutera) karena benang lokal belum memiliki kualitas yang setara dengan benang impor.

Persoalan bahan baku benang, bukan saja dihadapkan kualitas namun juga dari segi jumlah, di mana pada tahun 80-an bahan baku benang ini dipasok dari 3 daerah yaitu Kabupaten Enrekang, Kabupaten Soppeng, dan Kabupaten Wajo yang mencapai 70 ton

sehingga pengrajin kain tenun sutera di kabupaten ini bergairah untuk memproduksi kain, dan menurut pengakuan H. Baji bahwa saat itu dia mampu memasok kain putih ke Jawa sebesar 5000 meter sebulan belum termasuk pengrajin lain. Namun pada saat ini pengrajin sudah banyak yang berhenti berproduksi karena kesulitan dalam mendapatkan bahan baku. Sebagai gambaran bahwa saat ini tinggal satu pemasok benang sutera dari Kabupaten Enrekang yang besarnya hanya berkisar 1 ton, sebelumnya kabupaten ini memasok benang sutera mencapai 30 ton.

Agak berbeda dengan pernyataan Ibu Andi Ati Panampe (Kabid. Ekonomi Bappeda) bahwa persoalan bahan baku, bukan lagi persoalan utama bagi pengrajin, karena telah ada pembibitan ulat sutera dan pemintalan benang yang memasok kebutuhan di pengrajin di Kabupaten Wajo. Hal ini sebenarnya di akui juga keberadaannya oleh H. Baji namun jumlahnya jauh di bawah kebutuhan produksi. Menurut H. Baji, sebenarnya hal ini telah dikeluhkan berkali-kali ke pemerintah melalui rapat-rapat di BPA (Badan Pesuteraan Alam berkantor di Kelurahan Bili-Bili Kabupaten Gowa Sul-Sel) dan Perhutani (perusahaan yang ditunjuk pemerintah untuk mengelola sutera alam di Kabupaten Soppeng) namun persoalan bahan baku ini belum selesai, jadi kebutuhan benang tetap diimpor, meskipun terkadang melanggar kuota yang diberikan Kementerian Perdagangan.

Persoalan persuteraan di Kabupaten Wajo bukan hanya dihadapkan pada persoalan bahan baku, juga permasalahan belum adanya corak tenun sutera yang khas dan memiliki nilai budaya dan filosofi lokal seperti yang dimiliki oleh daerah lain (Jawa dan NTT). Hal ini diakui oleh H. Baji sebagai pengusaha sehingga lebih sering mengirim kain putih ke Jawa yang kemudian dibuat menjadi kain batik. Permasalahan belum adanya corak khas Wajo, membuat pengrajin sering menggunakan corak umum Sulawesi

Selatan menjadi coraknya sehingga sulit menentukan bahwa corak tersebut adalah corak Wajo, hal ini diakui oleh budayawan Wajo Bapak Sudirman Sabang, bahwa corak tersebut sebenarnya sudah ada namun belum ada kesepakatan bersama budayawan, pemerintah dan pengusaha dalam menentukan corak.

Menurut Bapak Sudirman Sabang (budayawan), sebenarnya sudah ada corak yang dimiliki oleh Wajo namun belum ada buku yang ditetapkan secara bersama untuk corak tersebut, seperti Balo' Tettong, Balo' Renni dan lain-lain. Agak berbeda ketika permasalahan ini di bawa ke akademisi yang diwakili oleh Dr. Kartajayadi (Dekan Fak. Seni UNM) menyatakan bahwa, sebenarnya sudah ada buku mengenai corak ini namun terkadang pengrajin enggan menggunakan corak tersebut karena para pengrajin telah terkontaminasi budaya dari Jawa. Hal ini dapat saja terjadi karena pengrajin Wajo dan Jawa telah bekerjasama dalam waktu yang sudah sangat lama, dan para desainer busana yang notabene berasal dari Jawa sering meminta pengrajin di Wajo membuat kain dengan motif yang sesuai dengan rancangan mereka, seperti yang diakui oleh H. Baji. Ketika permasalahan ini dipertanyakan ke Ibu Andi Ati Panampe (Pemerintah) juga sepeham dengan hal tersebut.

Potensi industri kreatif Wajo bukan hanya dari sisi desain tapi juga terdapat potensi seni pertunjukan, di mana telah berkembang dengan pesat sanggar - sanggar seni di kabupaten ini, mulai dari seni tari tradisional, seni tari kreasi dan musik. Potensi ini dijalankan oleh kaum muda dan telah memiliki pasar tersendiri baik tingkat lokal maupun tingkat regional (antar kabupaten) seperti yang diungkapkan oleh Faisal (pemilik dan pengelola sanggar seni) namun belum dapat dijadikan penghasilan utama karena pasar masih kecil untuk bidang ini, hal ini terlihat dari pemilik sanggar

ini masih berprofesi lain, sehingga mereka tidak fokus pada bisnis seni pertunjukan.

Bapak Sudirman Sabang sebagai pendamping dari pelaku seni yang mempertunjukkan Tari Pa'duppa kepada tamu dari Belanda. Kendala seperti ini menurut Bapak Sudirman Sabang karena belum adanya dialog antara budayawan, pelaku seni dan pemerintah daerah dalam hal pengembangan seni tari dan seni musik yang diadopsi dari seni tradisional, dan juga belum adanya literatur yang diajarkan kesekolah-sekolah dalam rangka melestarikan budaya (seni) lokal. Hal ini juga menjadi perhatian Bapak Rahmat (budayawan muda dan penikmat seni lokal).

Seni pertunjukan tarik suara juga berkembang di kabupaten Wajo dengan menjamurnya usaha tarik suara lokal (electone dan karaoke) seperti yang dilakukan oleh Bapak Syafruddin yang biasa di panggil Asong yang mengembangkan usaha karaoke keliling yang sebelumnya belum pernah ada di Kabupaten Wajo bahkan di Sulawesi Selatan, dan usaha ini telah banyak ditiru dan menjamur di kabupaten ini bahkan di kabupaten lain, seperti yang ditemui di Kabupaten Sidrap. Bagi pemakarsa usaha ini bukanlah merupakan batu sandungan, bahkan fenomena ini menjadikan dia untuk terus berinovasi di bidang ini dengan membuat perangkat karaoke yang lebih baik. Pada sisi yang lain Bapak Rahmat juga memberi ruang bagi generasi muda untuk mengembangkan seni musik menjadi seni pertunjukan.

Keluhan yang timbul dari seni pertunjukan adalah belum adanya wadah yang dapat dipakai bersama, namun ini telah dijawab oleh pemerintah daerah khususnya Dinas Parawisata, dengan membangun panggung pertunjukan (belum dapat digunakan) di area kantor Dinas Budaya dan Parawisata yang ditunjukkan oleh Bapak Herman (Kabid. Seni Disbudpar Kab. Wajo), dan sebenarnya sudah ada juga tersedia panggung pagelaran seni pertunjukan di Atakae. Hal ini juga di

akui oleh Ibu Andi. Ati Panampe (Kabid. Ekonomi Bappeda Kabupaten Wajo). Namun diakui pula bersama bahwa belum adanya wadah yang menjembatani pemerintah, budayawan dan pelaku seni dalam melestarikan dan mengembangkan budaya lokal.

Kabupaten Wajo juga telah memiliki cikal bakal industri pertelevisian yang digagas oleh sekelompok anak muda. Hingga saat ini di Kabupaten Wajo berkembang 3 cikal bakal stasiun televisi, salah satunya adalah Muhlis (penggagas TV local “Warta Wajo”) mengungkapkan bahwa industri pertelevisian sangat memungkinkan mengalami perkembangan yang berarti di Wajo, hanya terkendala pada izin yang diberikan oleh Komisi KPID, sehingga mengalami kesulitan untuk memuat iklan komersial sebagai sumber utama penghasilan perusahaan, dan besarnya investasi awal yang harus dikeluarkan, namun permasalahan investasi dapat diatasi bila ada izin dan rekomendasi dari Komisi Penyiaran Daerah (KPID).

Kabupaten Wajo juga dikenal sebagai kabupaten yang memiliki wilayah Danau Tempe terluas dan telah melegenda dalam masyarakat Wajo, yang tercatat dalam syair-syair lagu (Bunga Alau’na Tempe) dan dalam sastra lontara seperti yang diungkap oleh Bapak Sudirman Sabang (budayawan), sehingga danau ini menjadi potensi yang sangat besar untuk pengembangan perekonomian, baik pada sektor pertanian dan perikanan maupun pada ekonomi kreatif, di mana danau ini memiliki fauna (ikan) yang tidak dimiliki oleh daerah lain di dunia. Sehingga danau dapat menjadi potensi kuliner dan potensi festival budaya.

Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kabupaten Wajo

Menurut Higgs & Cunningham dalam penelitiannya (Kasus di *Czech Republic*) memberi gagasan pengembangan industri kreatif, yaitu dengan jalan melakukan pemetaan Industri Kreatif

menurut aktivitas dasarnya dan menurut jenis pekerjaannya, sebagai langkah awal, yang dalam manajemen strategi dikenal dengan *Environment Scanning*, untuk mengenal faktor internal dan faktor eksternal yang mendukung dan menghambat pengembangan industri kreatif.

Industri kreatif sebagai industri dengan basis *Human Capital*, pada tahap memformulasikan strategi yang dipilih dibutuhkan kerangka kerja kebijakan (*framework policy*), karena menurut UNESCO, kerangka kerja kebijakan memberi jalan dan mempromosikan pembangunan berkelanjutan industri kreatif dan kultural, kemudian Inggris pada tahun 2001 mengidentifikasi isu untuk mempromosikan industri kreatif dan kultural.

Sebagai daerah dengan kultur yang kuat, kabupaten Wajo memiliki potensi industri kreatif dengan basis kultur (*Cultural Industries*) seperti terungkap pada symposium Asia Pasifik mengenai *Cultural Industries* di Jodipur pada Tahun 2005

“Those industries which produce tangible or intangible artistic and creative outputs, and which have a potential for wealth creation and income generation through the exploitation of cultural assets and the production of knowledge-based goods and services (both traditional and contemporary). Cultural industries have in common their application of creativity, cultural knowledge and intellectual property to manufacture products and provide services with social and cultural meaning”

Strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

- a. Agar sesegera mungkin pemerintah kabupaten Wajo membentuk suatu wadah yang menjembatani pemerintah, budayawan, pengusaha dan akademisi untuk menggali motif khas Wajo yang siap dipakai oleh para desainer.

- b. Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo memberi dukungan kepada Badan Persuteraan Alam dan perhutani dalam mengembangka pembibitan ulat sutera, yang dikerjasamakan dengan Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Soppeng.
- c. Melakukan sosialisasi kepada tokoh pemerintahan, tokoh adat dan kaum muda mengenai industry kreatif.
- d. Melatih para sarjana dan calon sarjana dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) menjadi Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) dan Business Development Services (BDS-Provider) dan Pendirian PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) di Kabupaten Wajo.

Atas dasar strategi maka, strategi yang paling utama dalam pengembangan

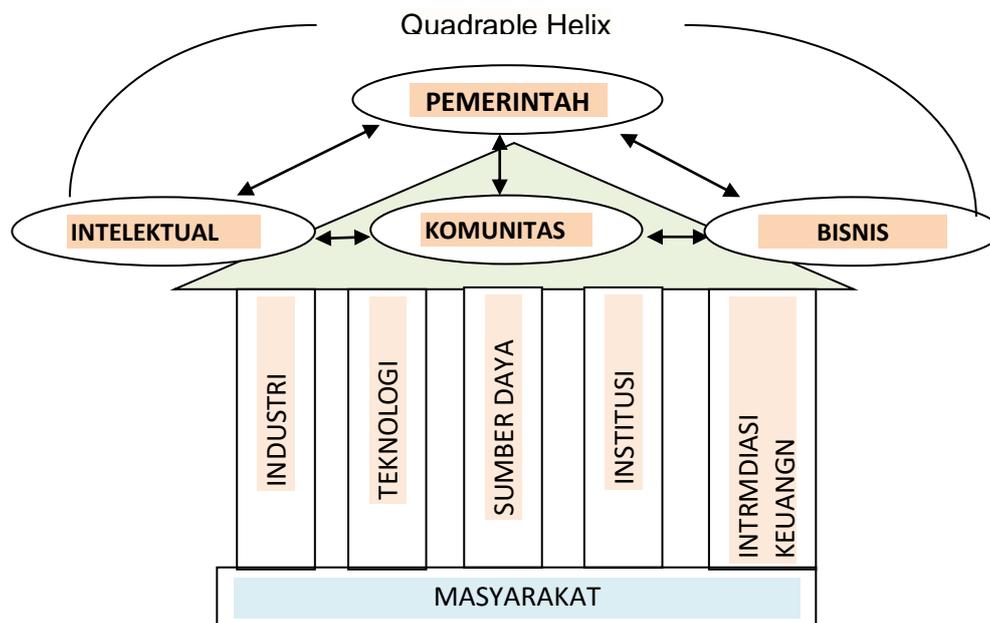
ekonomi kreatifi di kabupaten Wajo adalah mengembangkan sumberdaya manusia, yang terlatih, terampil dan terberdayakan dan didukung oleh kebijakan pemerintah untuk mengedepankan daya inovasi, daya kreasi dan daya adaptasi dengan dasar kultur budaya Wajo yang kuat.

Model Pengembangan Industri Kreatif

Berdasar atas informasi situasi industri kreatif dan strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo, maka model yang digunakan untuk mengembangkan industri kreatif, adalah mengadopsi model pengembangan ekonomi kreatif nasional, namun menggunakan konsep

Quadraple Helix.

Gambar 5.1 Model Pengembangan Ekonomi Kreatif



Kemampuan industri kreatif selama ini melalui inovasi dan daya adaptasi berkembang secara alamiah, sehingga kehadiran pemerintah diharapkan kemampuan tersebut lebih berkembang, bukan malah sebaliknya. Podasi utama pengembangan industri kreatif adalah masyarakat, sehingga untuk mengembangkan industri kreatif

yang memiliki daya saing membutuhkan pengembangan sumberdaya manusia, yang terampil, terlatih, dan terberdayakan untuk menumbuhkembangkan kreatifitas. Masyarakat yang kreatif adalah masyarakat yang produktif. Dalam model ini juga terdapat lima pilar, yaitu:

1. **Industri**, adalah bagian kegiatan masyarakat yang menghasilkan produk, distribusi dan konsumsi barang atau jasa. Industri kreatif menghasilkan produk kreatif, karena kreatifitas menurut Hawkins (2001) tidak dapat dihitung, sementara produk kreatif dapat dihitung dengan mengalikan dengan transaksinya. Hal ini mengindikasikan adanya kreasi dari produk dan capital serta organisasi yang dikomersialisasikan.
2. **Teknologi**, adalah entitas baik material maupun non-material yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain teknologi bukan hanya mesin atau alat bantu, namun juga termasuk metode-metode atau cara yang membentuk atau mengubah budaya, sehingga teknologi ini menghasilkan suatu karya nyata.
3. **Sumberdaya**, yang dimaksud di sini adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, diantaranya adalah sumberdaya alam, ketersediaan lahan dan lain-lain, Untuk di Kabupaten Wajo adalah produk dari Danau Tempe, hasil pertanian tanaman pangan (Padi).
4. **Institusi**, adalah tatanan sosial, diantaranya adalah adat istiadat, kebiasaan, norma, hukum yang berlaku. Kesemuanya ini lebih bersifat informal, dan memegang kuat budaya ketimuran.
5. **Intermediasi Keuangan**, adalah lembaga yang memediasi dan menyalurkan dana kepada pelaku industri kreatif yang membutuhkan baik dalam bentuk modal maupun dalam bentuk kredit seperti PLUT, KKMB, BDSP dan BTC serta Lembaga Pusat Inovasi Daerah.
Sebagaimana diketahui bahwa produk industri kreatif ada yang bersifat fisik dan ada juga yang non-fisik, sementara paradigm lembaga keuangan tradisional, akan memberikan bantuan modal jika produk yang dihasilkan berbentuk fisik, sehingga perlu lembaga

yang menjembatani pada permasalahan pendanaan, khususnya produk industry kreatif yang non-fisik.

Dalam model pengembangan Ekonomi kreatif terdapat empat aktor utama yaitu, intelektual (Akademisi), komunitas, pemerintah, dan pebisnis, yang dikenal dengan ABCG (Academic, Business, Community and Government).

Intelektual, dalam konteks ekonomi kreatif adalah, seniman, budayawan, punakawan, Begawan, para pendidik di lembaga-lembaga pendidikan, para pelopor di panguyuban, padepokan, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok peneliti, penulis dan tokoh-tokoh lainnya yang terlibat dalam ekonomi kreatif.

Bisnis, adalah suatu entitas organisasi yang dikenal secara legal, dan sengaja dibuat untuk menghasilkan barang atau jasa kepada konsumen, biasanya dimiliki oleh pihak swasta dan berorientasi pada keuntungan. Bisnis ini juga memiliki Hak atas Kekayaan Intelektual, yang dilindungi oleh undang-undang.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo

1. Pemerintah daerah bersama pengusaha pengrajin kain sutera meningkatkan investasi di sektor ini, serta membuka kesempatan terbentuknya pola-pola kerjasama antara pengrajin kain sutera dengan desainer, sehingga terjadi alih teknologi dan menggali potensi kaum muda untuk menjadi desainer fesyen.
2. Melakukan promosi dengan memanfaatkan kearifan lokal, sebagai seni pertunjukan dan seni kerajinan.
3. Memanfaatkan setiap desainer nasional/dunia yang berkunjung ke Kabupaten Wajo untuk memberikan motivasi kepada kaum muda, dalam menghasilkan berbagai produk kreatif, khususnya berasal dari alat tenun pangku

4. Segera dibentuk suatu wadah yang menjembatani pemerintah, budayawan, pengusaha dan akademisi untuk menggali motif khas Wajo yang siap dipakai oleh para desainer.
5. Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo memberi dukungan kepada Badan Persuteraan Alam dan perhutani dalam mengembangka pembibitan ulat sutera, yang dikerjasamakan dengan Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Soppeng.
6. Seni budaya lokal Wajo telah tercatat dalam berbagai literatur, dengan demikian Pemerintah mengumpulkan setiap literatur mengenai seni budaya ini, kemudian memasukkanya kedalam kurikulum muatan lokal di sekolah-sekolah, meskipun telah ada upaya dari seni gerak namun produk kultur lainnya belum optimal.
7. Mengundang para pelaku industri kreatif yang telah sukses dalam skala nasional untuk mmberikan motivasi dan trik menjalankan industri kreatif
8. Pemerintah Daerah bekerja sama dengan desainer fashion, untuk meminta kepada pemerintah pusat agar lebih fokus memperhatikan produksi bibit ulat sutera yang handal.
9. Pada jangka pendek, di buka keran impor benang sutera yang lebih besar sambil mengembangkan ulat sutera lokal yang handal.
10. Memberikan pelatihan dan kesempatan lebih besar bagi kaum muda yang menekuni seni budaya lokal, dengan taraf hidup yang lebih baik.
11. Memberikan bimbingan manajemen pemasaran dan manajemen pengelolaan kas perusahaan pada pelaku industri kreatif.

Model Pengembangan Industri Kreatif

Model yang digunakan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo, adalah mengadopsi model pengembangan ekonomi kreatif nasional, namun pada aktor utama memakai konsep *Quadruple*

Helix (Pemerintah, intelektual, bisnis dan komunitas) yang ditopang oleh Industri, teknologi, pemerintah, institusi, dan lembaga mediasi keuangan. Pondasi utama dari model ini adalah masyarakat yang kreatif.

Untuk mendukung model pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Wajo, agar pemerintah mendirikan **Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) dan Pusat Inovasi Daerah (PID)** dengan melatih sarjana menjadi konsultan dan pengelolanya.

DAFTAR TUJUKAN

Agustiansyah, Riza., Ambarsari, Nia. 2012. **Penerapan Metode Analytic Network Process (ANP) Untuk Menentukan Prioritas Perbaikan Jalan Di Dinas Pekerjaan Umum Kota Bogor.** Bogor.

Biro Pusat Statistik Kabupaten Wajo, 2012, “ **Wajo Dalam Angka**” BPS Kabupaten Wajo.

Biro Pusat Statistik Kabupaten Wajo, 2013, “ **Wajo Dalam Angka**” BPS Kabupaten Wajo.

Bappeda, **Klinik Bisnis Terpadu (KBT) Kota Makassar, 2010“ Petunjuk Pelaksanaan pendampingan UKM Kota Makassar,** Bappeda Makassar,

Budiarti, Winih. 2004. *Analisis Karakteristik Demografi, Sosial, dan Ekonomi Penduduk Miskin Di DKI Jakarta Tahun 2002.* Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Statistik.

Dewanta, A.S. 1995. **Kemiskinan dan Kesenjangan di Indonesia.** Yogyakarta. Aditya Media.

Fakultas Rekayasa Industri. Institut Teknologi Telkom. Departemen

- Perdagangan Republik Indonesia. 2008. **“Pembangunan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025”**: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Medeling dalm Penelitian Manajemen*, Semarang.BP UNDIP.
- Higgs, P. & Cunningham, S. (2008). Creative industries mapping: where have we come from and where are we going? *Creative Industries Journal*, 1(1), 7–30.
- Higgs, P. & Cunningham, S., Bakhshi, H. NESTA. (2008). *Beyond the creative industries: mapping the createive economy in the United Kingdom*. London: Retrieved from,http://www.nesta.org.uk/publications/assets/features/beyond_the_creative_industries/
- Howkinds, John. 2002. **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**.
- Indahsari, K. 2010. **Model Penentuan Kompetensi Inti Industri Daerah (Studi Kasus Kabupaten Bangkalan)**.
- Kementerian Ristek, 2008. **“Petunjuk Pendirian Business Technology Center”** Jakarta. Kemenristek. Jakrta.
- Kementerian KUKM, 2013. **“Modul Pelatihan BDSP Lanjutan**, Jakarta.
- Kementerian Pariwisata, 2012. **“Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif “** Jakarta.
- LIPI, 2013, **“Model Model Pendekatan Pemberdayaan UKM “**LIPI, Jakarta.
- Misbahuddin dan Hasan, M.Iqbal, 2013., **“Analisis data Penelitian dengan Statistik, Bumi Aksara. Jakarta.**
- Penguin Books. England. <http://www.itelkom.ac.id/ahp/library/1998>.
- Remi, Sutyastie Soemitro dan Tjiptoherijanto, Priyono. 2002. **Kemiskinan dan Ketidakmerataan Di Indonesia (Suatu Analisis Awal)**. Jakarta P.T. Rineka Cipta, Jakarta.
- Rodgers. G.B: 1979: *Approaches to the Analysis of Proverty*. Population and Employment Project - ILO: Working Paper No. 71, Jakarta.
- Haryono, S. 1997. *Program Penghapusan Kemiskinan*, Kantor Menteri Negara Kependudukan/BKKBN. Jakarta.
- Swisscontact, 2010” **Praktek Terbaik Pendampingan UMKM, di Asia**, Jakarta.
- Suryawati, Chriswardani, 2005. **Memahami Kemiskinan Secara Multidimensional**, Jurnal Manajemen Pelayan Masyarakat, Volume 8 No.03 September 2005. Hal 122.
- Sutanto, Agus dan Avenzora, Ahmad. 1999. *Buku 1 : Pengukuran Tingkat Kemiskinan Di Indonesia 1976-1999: Metode BPS*. Jakarta: BPS.
- Tambunan, Tulus H, 2001. **Transformasi Ekonomi di Indonesia**. Jakarta: Salemba Empat.
- Todaro, M.P. 2000. *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga*, Terjemahan oleh Munandar, H. dkk. Edisi keenam/ Aid 1. Jakarta: Erlangga.
- Roucek, S.J. dan Wan'en, L.R. 1984. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Bina Akasara.