

TRANSFORMASI POLA PIKIR MASYARAKAT DENGAN MENUMBUHKAN JIWA EKONOMI KREATIF SEBAGAI PENDONGKRAK UMK-M DI INDONESIA

Fitria Andriani
Universitas Trunojoyo Madura
fitriaandriani474@gmail.com

Anis Fitria Ambarwati
Universitas Trunojoyo Madura
fitriaanis90@gmail.com

Uswatun Chassanah
Universitas Trunojoyo Madura
chassanah.us18@gmail.com

Nila Ida Wati
Universitas Trunojoyo Madura
nilaidawati05@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMK-M) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Oleh karena itu, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan sekaligus mengatasi pengangguran. Dalam konsep pembangunan, tidak hanya terkait masalah ekonomi saja tetapi juga terarah pada pembangunan sosial dimana masyarakat mampu merubah pola pikirnya dengan menumbuhkan jiwa ekonomi kreatif sebagai pemanfaatan serta pengelolaan sumber daya alam yang tidak lepas dari konsep sustainable development. UMK-M juga memiliki kontribusi besar dalam menghadapi MEA. Penting disadari bahwa menumbuhkan jiwa ekonomi kreatif sangat diperlukan guna mendongkrak UMK-M, yaitu dengan melalui transformasi pola pikir pada masyarakat Indonesia. Sesungguhnya pembangunan yang ideal tercermin dari partisipasi oleh masyarakat itu sendiri. Melalui hal tersebut sesuatu yang diharapkan dapat terwujud dari cita-cita pembangunan nasional adalah kesejahteraan masyarakat terus meningkat.

Kata kunci: Transformasi, Ekonomi Kreatif, UMK-M.

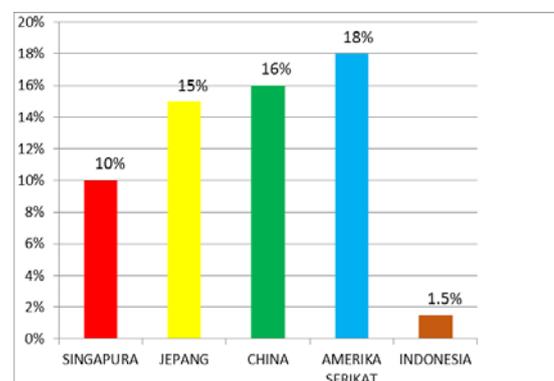
PENDAHULUAN

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi (Polnaya, G.A., 2015). UMK-M menjadi wadah yang baik sebagai pencetak lapangan kerja, karena dalam prosedur pendirian UMK-M tidak dipersulit mengenai kriteria seperti tingkat pendidikan yang harus tinggi. Serta modal yang dibutuhkan cenderung relatif sedikit. Sehingga semua elemen masyarakat dapat mendirikan UMK-M sebagai peluang untuk memperoleh tambahan penghasilan dalam mencukupi kebutuhan keluarga.

Total penduduk Indonesia yang berjumlah kurang lebih 250 juta orang, ternyata hanya 1,5 persen yang menjadi wirausaha dari seluruh penduduk di Indonesia yang berkecimpung dalam UMK-M. Berbeda dengan negara lain yaitu Singapura, meskipun negara kecil namun wirausaha mencapai

10% yang memiliki banyak UMK-M. Sedangkan negara lainnya yaitu Jepang 15%, China 16%, dan Amerika Serikat 18%. Seperti pada grafik dibawah ini.

Grafik 1. Jumlah Wirausaha di Beberapa Negara



Sumber: Kompas.com, 4 Februari 2015

Tidak dipungkiri bahwa UMK-M dalam perkembangannya memiliki prospek yang besar dan menjanjikan. Serta dengan melihat pada era MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), membawa negara pada persaingan dunia kerja yang ketat. Dimana pasar tenaga kerja bebas keluar masuk pada negeri ini. Pencari kerja yang begitu banyak sedangkan lapangan pekerjaan yang tersedia sempit. Di upayakan Indonesia dapat mencetak lulusan yang mampu menciptakan lapangan kerja baru tanpa harus mengandalkan untuk mencari pekerjaan.

Oleh karena itu, dengan adanya transformasi pola pikir masyarakat, diharapkan mampu mengembangkan ide melalui ekonomi kreatif agar terciptanya wirausaha yang dapat mendongkrak UMKM. Sebab ekonomi kreatif dapat bertahan ketika terjadi krisis keuangan global. Terbukti bahwa UMKM sebagai kelompok pelaku ekonomi yang terbesar dalam perekonomian Indonesia telah menjadi kunci pengaman perekonomian nasional dimasa krisis ekonomi (Wicaksono, 2012).

Ekonomi kreatif juga memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang dapat menangkap peluang terbukanya MEA. Sehingga dampaknya dapat memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional dan meningkatkan nilai tambah ekspor produk Indonesia di pasar global, termasuk MEA. Dan dalam mencapai tingkat pertumbuhan dan pembangunan yang baik dan berkualitas melalui ekonomi kreatif pada UMKM, tentunya tidak lepas melalui pemberdayaan masyarakat secara lebih nyata.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Transformasi

Transformasi merupakan sebuah proses perubahan secara berangsur-angsur sehingga sampai pada tahap ultimate, perubahan yang dilakukan dengan cara memberi respon terhadap pengaruh unsur eksternal dan internal yang akan mengarahkan perubahan dari bentuk yang sudah dikenal sebelumnya melalui proses menggandakan secara berulang-ulang dan melipat gandakan (Anonymous, 2016). Dalam hal ini, transformasi yang dimaksud adalah melakukan suatu perubahan pada pola pikir masyarakat. Karena pada era sekarang ini, banyak masyarakat yang enggan melakukan suatu perubahan untuk negaranya menjadi lebih baik, terutama dalam hal perekonomian. Keengganan tersebut disebabkan karena beberapa hal, yakni: mereka takut kehilangan

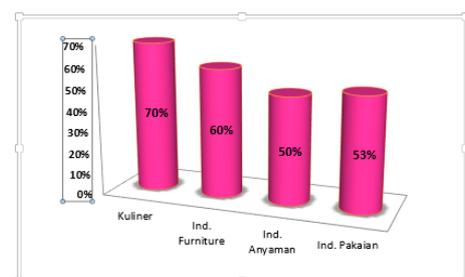
sesuatu yang berharga, mereka gagal untuk memahami transformasi dan implikasinya, mereka memiliki toleransi rendah untuk perubahan, dan mereka berasumsi bahwa perubahan tidak masuk akal.

Sebuah transformasi pola pikir tersebut harus terjadi pada masyarakat negara sendiri, jika negara menginginkan pertumbuhan dan pembangunan ekonominya terus menerus meningkat, yaitu dengan cara melalui sistem ekonomi kreatif yang ditujukan untuk mendongkrak UMKM di Indonesia agar menghasilkan keluaran (output) yang diharapkan. Dengan transformasi pola pikir tersebut, menentukan bagaimana masyarakat dapat mempersiapkan diri, merubah dari hal negatif menuju hal positif dalam mengembangkan sebuah potensi, kecerdasan, tantangan, dan peluang sebagai proses untuk tercapainya pembangunan nasional serta untuk menghadapi MEA.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang mengandalkan kreatifitas individu dalam mengoptimalkan daya saing yang dimiliki (Satria, D. & Prameswari, A., 2011). Saat ini suatu negara dalam membangun perekonomiannya mengacu pada ekonomi kreatif yang menjadi dasar dan agendanya. Seperti daerah Banyuwangi yang sekarang maju akan ekonominya. Semata-mata bertujuan untuk mempercepat peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan melalui beberapa strategi di antaranya yaitu Pro poor bertujuan untuk mengurangi beban pengeluaran keluarga miskin, yang diarahkan pada rumah tangga sangat miskin, miskin, dan hampir miskin. Melalui usaha dan bekerja bersama untuk mencapai keberdayaan dan kemandiriannya dengan membuka akses permodalan bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Program tersebut memberikan keberhasilan, sehingga Banyuwangi tercatat menyumbang 5,15% terhadap total Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Berikut adalah besaran sektor industri kreatif Banyuwangi, terlihat pada Grafik 2.

Grafik 2. Prosentase Sektor-sektor Ekonomi Kreatif di Banyuwangi



Sumber: www.banyuwangikab.go.id

Ekonomi kreatif adalah komponen ekonomi yang terdiri dari keterampilan, bakat dan kreatifitas yang ditandai dengan orisinalitas dan inovasi sebagai inputnya, dan kekayaan intelektual adalah outputnya (Cahyadi, L.D.C). Sedangkan (Mellita, D. & Erlansyah, D.) menyatakan bahwa ekonomi kreatif disebut sebagai industri kreatif yang merupakan industri berasal dari pemanfaatan kreatifitas, dan keterampilan serta bakat individu dalam mencapai kesejahteraan dan menciptakan lapangan pekerjaan yang mengeksploitasi dan menghasilkan daya cipta dan daya kreasi dari individu tersebut.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Dalam perekonomian Indonesia UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Menurut kementerian Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMi, adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1000.000.000. Sementara itu, Usaha menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 2000.000.0000 s.d Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. (Sudaryanto. Ragimun. & Rina, R.)

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, UMKM digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia juga memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja.

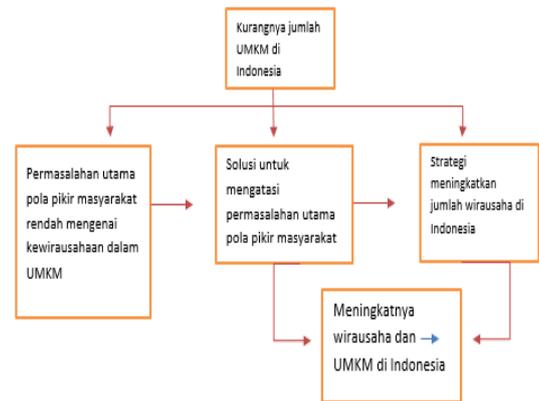
Selain itu, peran UMKM juga tidak dapat diragukan lagi dalam mendukung peningkatan pendapatan masyarakat. Terdapat tiga indikator terkait peran UMKM dalam pembangunan, yaitu: UMKM terlibat dalam pembentukan pendapatan per kapita, pembentukan pertumbuhan ekonomi daerah (*growth*), dan pembentukan PDRB (Rifa'i, A, 2010).

Namun UMKM juga memiliki kelemahan. (Sudaryanto, dkk) menyatakan bahwa kelemahan yang dihadapi oleh UMKM salah satunya adalah kurangnya akses informasi, Ishak dalam jurnal. Seharusnya semua UMKM Indonesia di upayakan mendapatkan sepenuhnya akses informasi fasilitas

perdagangan, pasar, perbankan dan lainya tanpa menghilangkan penilaian obyektif terkait kelayakan dari UMKM (Tambunan, T.T.H, 2012).

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dijelaskan dengan Gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



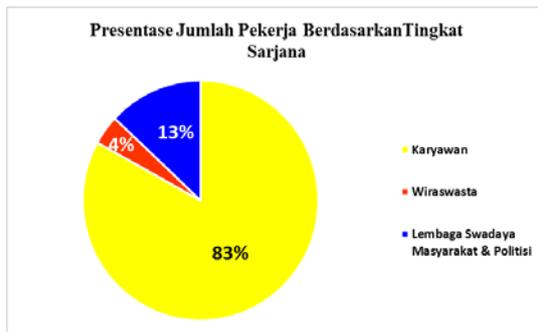
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan menganalisis transformasi pola pikir masyarakat dengan menumbuhkan jiwa ekonomi kreatif sebagai pendongkrak UMKM di Indonesia. Karya ilmiah ini juga dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kajian literatur atau studi pustaka. Pendekatan teori/konsep dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber, seperti jurnal ilmiah dan internet. Semua uraian gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan Utama yang Mempengaruhi Kurangnya Jumlah Wirausaha di Indonesia

Permasalahan dapat dilihat dari pola pikir masyarakat yang cenderung ingin bekerja pada orang. Terbukti dari Gambar 1. yang sudah dipaparkan lebih awal, mengenai jumlah wirausaha di negara Indonesia yang mencapai kurang dari 2% yaitu hanya mencapai 1,5% dari total penduduk Indonesia. Dan minimnya pengusaha disebabkan karena para lulusan sarjana lebih memilih menjadi karyawan, berdasarkan survei Hipmi, 83% dari banyaknya lima juta mahasiswa lebih cenderung menjadi karyawan. Namun, yang menjadi wiraswasta hanya 4%. Selebihnya hanya ingin bekerja sebagai lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan politisi. Seperti yang terlihat pada diagram.3. di bawah ini.



Sumber: m.republika.co.id, 23 Mei 2016

Solusi dan Strategi Untuk Mengatasi Permasalahan Utama

a. Perubahan pola pikir masyarakat dengan menanamkan jiwa ekonomi kreatif

Untuk merubah pola pikir masyarakat menuju jiwa ekonomi kreatif, hal yang dilakukan pada umumnya yaitu:

1. Masyarakat dianjurkan mencari informasi positif dan terbaik terkait kinerja UMKM, baik melalui media massa maupun sosialisasi seperti seminar wirausaha. Sehingga masyarakat mengetahui bahwa UMKM sebagai alternatif terbaik untuk menambah pendapatan dan pengentasan kemiskinan. Mencari tokoh panutan di bidang wirausaha sebagai inspirasi untuk pengembangan pola pikir. Dan berusaha untuk mengadopsi cara berfikir yang hasilnya mendapatkan banyak informasi tentang pemikirn tokoh tersebut.
2. Melihat kemampuan diri sendiri. Harus mengidentifikasi pada orang-orang yang mungkin membawa pengaruh negatif.
3. Membentuk pola pikir dengan visi dan tujuan. mewujudkan visi menjadi sebuah tujuan merupakan hal yang akan membentuk pola pikir.
4. Melindungi pola pikir. Melindungi pola pikir terhadap penentang dan orang-orang yang ingin menyeret serta melindungi dari informasi yang buruk.
5. Melindungi pola pikir. Melindungi pola pikir terhadap penentang dan orang-orang yang ingin menyeret serta melindungi dari informasi yang buruk.

b. Membentuk kewirausahaan kreatif

Dalam hal ini kewirausahaan kreatif dilaksanakan oleh Tim Koordinasi Nasional Pengembangan Wirausaha Kreatif dalam kurikulum pendidikan dan pelatihan yang ditujukan pada mahasiswa, pelajar, dan anggota masyarakat lain untuk mempelajari apa itu wirausaha, dengan tujuan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

c. Pengembangan ekonomi kreatif sebagai pendongkrak UMKM

Dengan pengembangan ekonomi kreatif maka akan menghasilkan hal seperti hancur serta terikikisnya pesaing dikarenakan ekonomi kreatif dapat menyerap tenaga kerja, pendapatan daerah, dan pencitraan wilayah di tingkat internasional. Seperti contoh di Banyuwangi yang saat ini menjadi trend ekonomi kreatifnya. Ekonomi kreatif juga dapat bertahan ketika telah terjadi krisis keuangan global, karena bahan untuk produksi menggunakan sumberdaya dan potensi yang ada, dan modal yang digunakan relatif rendah. Maka pengembangan ekonomi kreatif perlu dilakukan sebagai pendongkrak UMKM dalam upaya mengatasi permasalahan yaitu kurangnya wirausaha di Indonesia.

d. Pendirian pusat konsultasi dan pengembangan UMKM

Adanya pusat konsultasi yang disediakan oleh sebuah instansi pemerintahan kepada masyarakat, akan memudahkan pemerintah menampung semua aspirasi dari masyarakat dan dengan pusat konsultasi usaha, pusat konsultasi juga berperan penting sebagai tempat pengaduan bagi pemilik usaha untuk pengembangan sebuah usaha yang dimilikinya. Dinas perindustrian dan perdagangan merupakan instansi pemerintah daerah yang menyediakan pusat konsultasi bagi dunia usaha .

Selain pendirian pusat konsultasi, yang perlu diperhatikan oleh pemerintah adalah pengembangan bagi usaha kecil dan menengah. Dinas perindustrian dan perdagangan dapat memberikan strategi untuk pengembangan dunia usaha misalnya dengan adanya bantuan pelatihan dan pembinaan yang diberikan kepada para pelaku UMKM

e. Penciptan iklim usaha bagi UMKM

Iklim usaha adalah kondisi yang diupayakan pemerintah dan pemerintah daerah untuk memberdayakan UMKM secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundangan-undangan dan kebijakan berbagai aspek kehidupan agar UMKM memperoleh pemihakan yang seluas-luasnya. Dinas perindustrian dan perdagangan merupakan instansi yang werwenang dalam menjaga stabilitas usaha atau kondusifitas usaha yang dimiliki UMKM. Strategi yang digunakan oleh dinas perindustrian perdagangan yaitu seperti memberikan pelatihan, mendatangkan pelatih untuk meningkatkan skill atau kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia dalam suatu kelompok UMKM dan memberikan bantuan peralatan untuk mendukung kelancaran dalam berproduksi.

KESIMPULAN

Menumbuhkan Jiwa ekonomi kreatif adalah cara yang tepat sebagai pendongkrak UMKM di Indonesia dan secara otomatis akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dimana salah satu cara utama yang dilakukan yaitu merubah pola pikir pada masyarakat. Karena pada kenyataannya jumlah wirausaha di Indonesia belum mencapai 2% yaitu masih 1,5% dari jumlah penduduk Indonesia. Dan presentase jumlah pekerja berdasarkan tingkat sarjana yaitu 83% menjadi karyawan artinya lulusan di tingkat sarjana belum terfikir untuk memiliki jiwa wirausaha. Untuk itu, diperlukan upaya untuk mentransformasi pola pikir pada masyarakat terkhusus untuk lulusan sarjana guna untuk mencetak lulusan yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan tanpa harus mengandalkan untuk mencari pekerjaan.

Peran serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY. *Sosio Humaniora*, 3, 27-39.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. (2016).
- Cahyadi, L.D.C. (n.d.). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Tenaga Kerja Industri Kreatif di Kota Denpasar. 47-55.
- Humas. (2016, Oktober 12). *Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Banyuwangi Pesat*. Retrieved from <http://www.banyuwangikab.go.id>
- Mellita, D. & Erlansyah, D. (n.d.). Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang. *Economic Globalization Trend & Risk For Developing Country*, 1-13.
- Polnya, G.A. (2015). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah. *SKRIPSI*, i-49.
- Rifa'i, A. (2010). PERAN UMKM DALAM PEMBANGUNAN DAERAH: Fakta Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan*, vol. 1, 133-143.
- Satria, D. & Prameswari, A. (2011). Strategi Pengembangan Industri Kratif untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Lokal. *APLIKASI MANAJEMEN*, 9, 301-308.
- Sudaryanto, dkk. (n.d.). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. 1-32.
- Tambunan, T.T.H. (2012). PELUANG, TANTANGAN DAN ANCAMAN BAGI UMKM INDONESIA DALAM ERA CAFTA DAN ME-ASEAN 2015. *Prosiding Seminar & Konferensi Nasional Manajemen Bisnis*, 1-14.
- Wicaksono, G. &. (2012). Meningkatkan Kinerja UMK-M Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian Pada