

PEMERINGKATAN FAKTOR KEBERLANGSUNGAN USAHA INDUSTRI KREATIF DI KOTA SURAKARTA

(A Rating Factor of Business Continuity for Creative Industries in Surakarta Municipal)

Deny Dwi Hartomo*
Malik Cahyadin**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta,
email: denyhartomo@yahoo.com.

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta,
email: malikcahyadin@yahoo.com.

Naskah diterima: 31 Oktober 2013
Naskah direvisi: 07 November 2013
Naskah diterbitkan: 31 Desember 2013

Abstract

Creative industries in Surakarta Municipal is one of industry that growing well. There are eight factors that determine the continuity of creative industries such family factor, government policy, business partnerships, and business management. The problem is that factors has not been rated by priority in business continuity. Based on it, the purpose of this study is to analyze the rating factors of determinant business continuity for creative industries in Surakarta Municipal. Research analysis method is analytic hierarchy process (AHP). Research sampling method was purposive sampling and number of respondents are twenty persons creative industry entrepreneurs in Surakarta Municipal. The results showed that the priority factors of business continuity for creative industry in Surakarta Municipal are family, environmental condition, government policy, economic condition, business partnerships, management and financial, production, market and marketing. Based on these results, the recommendations of this research are (a) the steps that need to be carried out by entrepreneurs are closely related to the priority factors of business continuity, and (b) the steps being taken by the Government of Surakarta Municipal closely related to the development policy of creative industry and integration of business programs with various agencies.

Keywords: rating, business continuity, creative industry, AHP

Abstrak

Industri kreatif di Kota Surakarta merupakan salah satu jenis industri yang berkembang cukup baik. Terdapat delapan faktor yang menjadi penentu keberlangsungan usaha di antaranya adalah faktor keluarga, kebijakan pemerintah, kemitraan usaha, dan manajemen usaha. Permasalahannya adalah faktor-faktor tersebut belum diperingkat berdasarkan prioritasnya dalam keberlangsungan usaha. Untuk itu tujuan penelitian ini adalah menganalisis pemeringkatan faktor-faktor penentu keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta. Metode analisis penelitian adalah *analytic hierarchy process* (AHP). Metode *sampling* penelitian adalah *purposive sampling* dan jumlah responden penelitian adalah dua puluh pelaku usaha industri kreatif di Kota Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prioritas faktor penentu keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta adalah faktor keluarga, kondisi lingkungan, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, kemitraan usaha, manajemen dan keuangan, produksi, pasar dan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka rekomendasinya adalah (a) langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh para pelaku usaha terkait erat dengan prioritas faktor penentu keberlangsungan usaha, dan (b) langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta terkait erat dengan kebijakan pengembangan usaha kreatif dan integrasi pelaksanaan program dengan berbagai instansi.

Kata kunci: pemeringkatan, keberlangsungan usaha, industri kreatif, AHP

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Surakarta merupakan salah satu kota di wilayah Provinsi Jawa Tengah yang mempunyai potensi dalam pengembangan industri kreatif. Di kota ini ada tiga subsektor industri kreatif, yaitu kerajinan, *fashion*, dan seni pertunjukan. Produk-produk kerajinan yang potensial adalah mebel ukir, selain kerajinan rotan, ukir kaca, kulit, keris, dan batik. Dari subsektor *fashion* yaitu batik tulis. Produk ini telah diekspor ke mancanegara dan menjadi lambang khas Indonesia. Sentra industri batik di Surakarta dengan berbagai skala usaha masih berkembang

seperti Kampoeng Batik Laweyan, Kauman, Tegalsari, Tegalayu, Tegalrejo, Sondakan, Batikan, dan Jongke. Untuk subsektor seni pertunjukan, terdapat Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, Wayang Orang Sriwedari, dan Ketoprak Balekambang.

Berdasarkan data Bank Indonesia dan Pemerintah Kota Surakarta¹ diketahui bahwa sebaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Surakarta berdasarkan skala usaha adalah 38 persen merupakan skala mikro, 33 persen skala kecil dan 29 persen skala menengah. Rata-rata usia UMKM di Kota Surakarta adalah 22 tahun. Variasi UMKM di Kota Surakarta berdasarkan sektor usaha adalah

¹ Dalam *website*: www.umkm-soloraya.com.

Sektor Industri Pengolahan sebesar 43 persen; yang diikuti oleh Sektor Perdagangan sebesar 32 persen; Sektor Jasa sebesar 13 persen; Sektor Pertanian sebesar 6 persen; dan Sektor Pengangkutan sebesar 5 persen. Sementara berdasarkan cakupan pemasaran terdapat sekitar 31 persen UMKM berorientasi lokal, 25 persen regional, 30 persen nasional dan 12 persen berorientasi ekspor.

Jika dilihat dari aspek usaha terdapat sekitar 87 persen UMKM yang memiliki keterbatasan dalam pengembangan usaha. Faktor-faktor yang dominan membatasi perkembangan usaha UMKM antara lain persaingan (persaingan klaster, persaingan domestik, dan persaingan luar negeri), penyelundupan, kebijakan ekonomi, kebijakan harga, penguasaan teknologi, permodalan, dan manajerial. Sementara itu, penggunaan bank sebagai mitra pengembangan UMKM di kota Surakarta belum optimal. Sekitar 48 persen UMKM di Kota Surakarta yang sudah berhubungan dengan bank. Pembinaan UMKM di Kota Surakarta juga belum optimal. Terdapat 63,4 persen UMKM yang belum mendapat pembinaan dari aparat yang berwenang. Secara umum, jika dilihat dari aspek potensi pengembangan produk UMKM, siklus produk UMKM Kota Surakarta 36 persen dalam tahap perkembangan, 42,5 persen berada dalam tahap matang.²

Perkembangan UMKM di atas tidak terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhinya. Dalam kasus industri kreatif ada beberapa faktor penentu keberlangsungan usaha di Kota Surakarta, yaitu³ (a) aspek produksi, (b) aspek manajemen dan keuangan, (c) aspek lingkungan, (d) aspek keluarga, (e) aspek pasar dan pemasaran, (f) aspek kemitraan usaha, (g) aspek kondisi ekonomi, dan (h) aspek kebijakan pemerintah. Indikator kekuatan dengan skor cukup tinggi adalah (a) sistem kerja dan perencanaan bisnis yang relatif baik, (b) bahan baku mudah diperoleh, dan (c) proses produksi mengintegrasikan metode manual dan teknologi/mesin. Indikator pada kelemahan yang mempunyai skor cukup tinggi, yaitu (a) permodalan kurang mencukupi untuk ekspansi usaha, (b) kurangnya kemampuan untuk memasarkan produk, dan (c) pengelolaan pembukuan keuangan kurang baik. Indikator peluang dengan skor cukup tinggi adalah (a) jaringan telekomunikasi dan media semakin baik dan luas, (b) semakin terbukanya akses teknologi, dan (c) permintaan pasar domestik relatif banyak. Indikator ancaman dengan skor cukup tinggi, yaitu (a) lembaga keuangan belum maksimal berperan terhadap industri kreatif dan (b) rendahnya permintaan pasar.

² *Ibid.*

³ Deny D. H., Malik C., dan Sunarjanto, "Identifikasi Faktor Penentu Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta", UNS, Surakarta, 2012.

Berdasarkan kondisi dan penelitian tentang industri di Kota Surakarta, maka penelitian ini akan memfokuskan pada pemeringkatan faktor-faktor keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi faktor apa yang menjadi prioritas bagi pelaku usaha kreatif di Kota Surakarta.

B. Permasalahan

Industri kreatif merupakan salah satu industri yang diharapkan mampu menjadi penopang aktivitas ekonomi suatu negara pada saat persaingan di pasar domestik dan global semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut pelaku usaha untuk melakukan proses produksi dan distribusi secara efisien. Efisiensi tersebut akan menambah peningkatan nilai tambah produk yang dihasilkan jika diiringi dengan adanya kreativitas usaha dan dukungan berbagai ragam seni, budaya dan sumber daya ekonomi lokal.

Penelitian tentang industri kreatif sebagaimana dikemukakan oleh Cunningham tahun 2004, Pistrucci tahun 2009, dan Walcott tahun 2007. Perkembangan industri kreatif juga tidak terlepas dari adanya peran jiwa wirausaha (kewirausahaan) dan peran (kondisi) sosial masyarakat. Untuk memperdalam penelitian tersebut dapat mencermati hasil penelitian yang dilakukan oleh de Bruin tahun 2005, Gawell, dkk tahun 2009, Gribben tahun 2006, Licht dan Siegel tahun 2006, Sari tahun 2008, dan Seelos dan Mair tahun 2005.

Adanya peran sosial dalam pengembangan industri kreatif dapat disebabkan karena adanya jejaring sosial yang sudah terbentuk dan berkembang mengikuti perkembangan kondisi perekonomian. Penelitian yang dapat dijadikan rujukan adalah hasil penelitian Groen tahun 2005 dan Potts, dkk (tanpa tahun). Berdasarkan kedua hasil penelitian ini, jejaring sosial (yang menekankan adanya integrasi interaksi sosial dengan berpegang pada nilai-nilai budaya dan keahlian) menjadi faktor penting dalam pengembangan dan perluasan industri kreatif.

Setelah adanya perkembangan industri kreatif berbasis ekonomi lokal, maka langkah yang perlu dilakukan adalah merumuskan dan menerapkan konsep evaluasi kinerja atas pengembangan usaha kreatif. Referensi yang dijadikan rujukan dalam perumusan konsep dan indikator evaluasi kinerja industri/usaha kreatif adalah hasil penelitian Ahmad dan Hoffman tahun 2007.

Berdasarkan penelitian-penelitian empiris di atas, maka terdapat dua rumusan masalah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) faktor apa saja yang menjadi prioritas dalam keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta? dan (2) langkah-langkah apa saja yang dilakukan oleh

pelaku usaha dan pemerintah Kota Surakarta dalam pengembangan usaha kreatif?

Kota Surakarta dalam pengembangan usaha kreatif.

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis prioritas/pemeringkatan faktor penentu keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta.
2. Mengidentifikasi langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dan pemerintah

II. KERANGKA TEORI

A. Ekonomi/Industri Kreatif

Setelah berkembang lebih dari 3 tahun di Indonesia, ekonomi kreatif dan industri kreatif semakin menarik untuk dibicarakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya sendiri. Khususnya pemerintah sudah semakin menaruh perhatiannya. Sedikitnya ada Kementerian Perdagangan, Kementerian

Tabel 1. Jenis-jenis Industri Kreatif di Indonesia

No.	Jenis Industri Kreatif	Keterangan
1.	Periklanan	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, dan tampilan iklan di media cetak dan elektronik.
2.	Arsitektur	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dan lain-lain.
3.	Pasar seni dan barang antik	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.
4.	Kerajinan	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi.
5.	Desain	Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.
6.	Desain fashion	Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk <i>fashion</i> , serta distribusi produk <i>fashion</i> .
7.	Video, film, dan fotografi	Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi Video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, <i>dubbing</i> film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
8.	Permainan interaktif	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi
9.	Musik	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi musik.
10.	Seni pertunjukan	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
11.	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.
12.	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.
13.	Televisi dan radio	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.
14.	Riset dan pengembangan	Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Sumber: Kementerian Perdagangan, 2008.

Tabel 2. Empat Dimensi dalam Jejaring Kewirausahaan

Dimensi	Kaitan	Modal	Sumber Daya	Intervensi/Peran
Ruang Lingkup	Tujuan strategik	Modal strategik	Daya dukung, orotitas, dampak, strategik	Menggunakan daya dukung, redefinisi tentang strategi
Skala	Optimasi ekonomi	Modal ekonomi	Uang	Menggunakan insentif keuangan, pemotongan biaya
Keahlian dan Nilai	Kelembagaan	Modal budaya/manusia	Nilai, organisasi, pengetahuan, keahlian, pengalaman, teknologi	Pelatihan, pendidikan, kerja tim, sistem organisasi, teknologi baru
Jejaring Sosial	Pola/proses interaksi	Modal sosial	Kontrak/interaksi	Manajemen hubungan, perubahan jejaring, menggunakan perantara, manajemen jalur pemasok

Sumber: Groen, 2005.

Perindustrian, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Kementerian Komunikasi dan Informasi, dan Kementerian Tenaga Kerja. Karena istilah “industri” pada industri kreatif, menimbulkan banyak interpretasi, bagaimanakah mencocokkan secara kontekstual antara ekonomi kreatif, industri kreatif dengan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1984 tentang Perindustrian. Sebagai bahan untuk berkontemplasi, berikut disajikan berbagai sudut pandang mengenai ekonomi kreatif dan industri kreatif.

Perkembangan ekonomi kreatif dan industri kreatif tidak terlepas dari adanya evaluasi terhadap ekonomi kreatif tersebut.⁴ Berdasarkan dokumen rencana ini dapat diketahui bahwa adanya pergeseran dari era pertanian ke era industrialisasi lalu ke era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi serta globalisasi ekonomi. Perkembangan industrialisasi menciptakan pola kerja, pola produksi, dan pola distribusi yang lebih murah dan efisien.

Industri kreatif (versi Kementerian Perdagangan) mengacu pada definisi bahwa “*Industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property*”, contoh: industri batik, industri jasa arsitektur, industri jasa periklanan. Hal ini mempertegas bahwa ekonomi kreatif melibatkan keseluruhan dari industri kreatif, yaitu seluruh industri yang tercakup dalam kelompok industri kreatif (Tabel 1).

Dengan mengacu pada definisi dan kriteria tentang industri kreatif di atas, maka dapat diduga bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi pengembangan industri kreatif yang cukup besar. Dalam pengembangan industri kreatif ini tentunya tidak terlepas dari peran penting aspek budaya atau muatan-muatan lokal sebagai nilai

tambah produk kreatif dan karakteristik kedaerahan di masing-masing wilayah di Indonesia. Salah satu konsep yang dapat menjelaskan peran penting sistem sosial (terutama jejaring sosial) dalam pengembangan industri berbasis ekonomi (budaya) lokal adalah konsep tentang *social system* (atau *social network*). Definisi *social system* menurut Parsons tahun 1964 dalam Groen tahun 2005, yaitu:

“...a social system consists in a plurality of individual actors interacting with each other in a situation, which has at least a physical or environmental aspect, actors who are motivated in terms of tendency to the “optimization of grativication” and whose relation to their situations, including each other, is defined and mediated in terms of culturally structured and shared symbols”.

Definisi tentang sistem sosial di atas kemudian diperluas dengan mengaitkannya pada aktivitas-aktivitas ekonomi. Dalam hal ini ada dua hal penting yang dapat dicermati, yaitu dimensi jejaring kewirausahaan dan jejaring sosial (sebagai bagian dari jejaring kewirausahaan) dalam suatu bidang usaha. Ada empat dimensi dalam jejaring kewirausahaan, yaitu⁵ ruang lingkup, skala, keahlian dan nilai, dan jejaring sosial. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 2.

B. Penelitian Empiris Sebelumnya

Industri kreatif merupakan salah satu industri yang diharapkan mampu menjadi penopang aktivitas ekonomi suatu negara pada saat persaingan di pasar domestik dan global semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut pelaku usaha untuk melakukan proses produksi dan distribusi secara efisien. Efisiensi tersebut akan menambah peningkatan nilai tambah produk yang dihasilkan

⁴ Kementerian Perdagangan RI, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025”, Jakarta. 2008.

⁵ Aard J. Groen, “Knowledge Intensive Entrepreneurship in Networks: Towards A Multi-Level/Multi Dimensional Approach”, *Journal of Enterprising Culture*, March, 13(1), 2005, pp. 69-88.

jika diiringi dengan adanya kreativitas usaha dan dukungan berbagai ragam seni, budaya dan sumberdaya ekonomi lokal.

Penelitian tentang industri kreatif sebagaimana dikemukakan oleh Cunningham tahun 2004, Pistru tahun 2009, dan Walcott tahun 2007. Perkembangan industri kreatif juga tidak terlepas dari adanya peran jiwa wirausaha (kewirausahaan) dan peran (kondisi) sosial masyarakat. Untuk memperdalam penelitian tersebut dapat mencermati hasil penelitian yang dilakukan oleh de Bruin tahun 2005, Gawell, dkk tahun 2009, Gribben tahun 2006, Licht dan Siegel tahun 2006, Sari tahun 2008, dan Seelos and Mair tahun 2005.

Adanya peran sosial dalam pengembangan industri kreatif dapat disebabkan karena adanya jejaring sosial yang sudah terbentuk dan berkembang mengikuti perkembangan kondisi perekonomian. Penelitian yang dapat dijadikan rujukan adalah hasil penelitian Groen tahun 2005. Berdasarkan kedua hasil penelitian ini, jejaring sosial (yang menekankan adanya integrasi interaksi sosial dengan berpegang pada nilai-nilai budaya dan keahlian) menjadi faktor penting dalam pengembangan dan perluasan industri kreatif.

Setelah adanya perkembangan industri kreatif berbasis ekonomi lokal, maka langkah yang perlu dilakukan adalah merumuskan dan menerapkan konsep evaluasi kinerja atas pengembangan usaha kreatif. Referensi yang dijadikan rujukan dalam perumusan konsep dan indikator evaluasi kinerja industri/usaha kreatif adalah hasil penelitian Ahmad dan Hoffman tahun 2007.

III. METODOLOGI

A. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013. Wilayah penelitian adalah Kota Surakarta. Jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 20 responden. Responden tersebut adalah pelaku usaha yang bergerak di bidang industri kreatif (14 klasifikasi/jenis).

B. Bahan/Cara Pengumpulan Data dan Definisi Operasional Variabel

Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Ini berarti jumlah dan kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian mengacu pada tujuan penelitian. Beberapa definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Industri kreatif; merupakan industri yang beroperasi dan berkembang berdasarkan inovasi dan kreativitas. Jenis-jenis industri kreatif yang akan diteliti, yaitu periklanan, arsitektur,

pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, desain *fashion*, video-film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan.

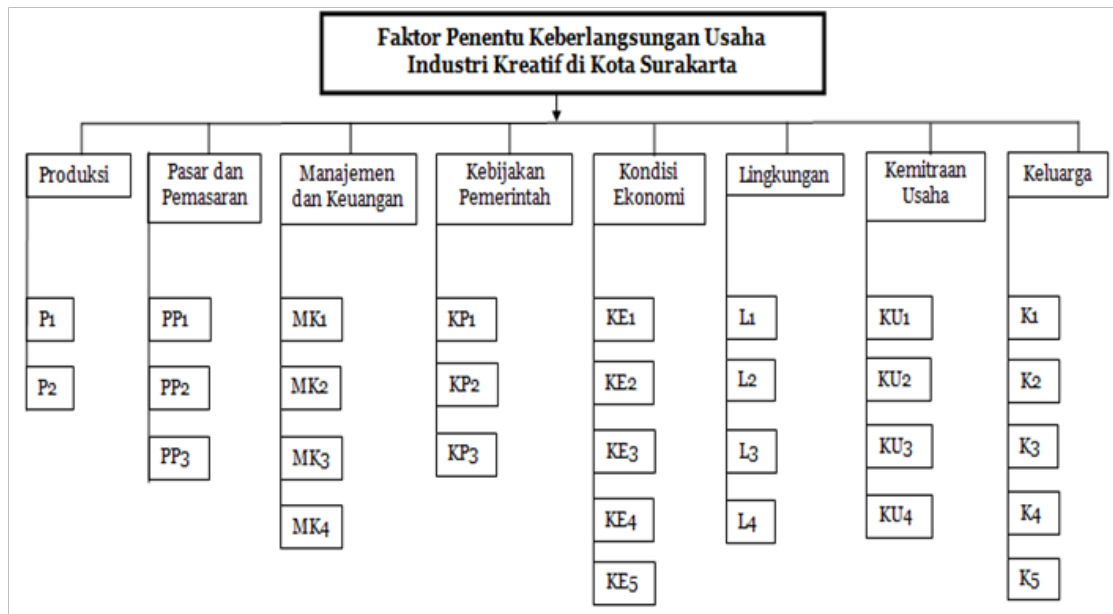
2. Keberlangsungan usaha merupakan kondisi di mana perusahaan/industri/pelaku usaha masih mampu mempertahankan operasional usahanya termasuk mampu meningkatkan pencapaian laba usaha secara terus-menerus.
3. Aspek yang diteliti pada keberlangsungan usaha meliputi; aspek manajemen usaha, produksi, pasar dan pemasaran, keuangan, peran pemerintah daerah, sosial-budaya, dan lingkungan.

C. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, dan analisis *analytic hierarchy process* (AHP). *Pertama* analisis deskriptif, di mana penggunaan analisis deskriptif (*descriptive analysis*) dimaksudkan untuk menyajikan atau mendeskripsikan hasil temuan lapangan. Tujuan utama statistika adalah menarik kesimpulan dari sampel ke seluruh populasi. Dalam menghitung statistik yang sesuai untuk meringkaskan sampel, dapat digunakan cara frekuensi (tabel dan grafik) dan pusat suatu distribusi.

Kedua, AHP guna menentukan strategi kebijakan dan pengembangan ekonom daerah, di mana banyak masalah pengambilan keputusan berkaitan dengan faktor-faktor yang harus diperhitungkan. Dalam hal ini, individu-individu secara subjektif dan intuitif memperhitungkan faktor-faktor di dalam pengambilan keputusan. Faktor-faktor tersebut dapat diberikan bobot yang sesuai dengan kondisi yang ada. Masing-masing alternatif dapat dievaluasi keterkaitannya dengan faktor-faktor tersebut. Pendekatan ini disebut proses evaluasi multi faktor *Multifactor Evaluation Process* (MFEP). Dalam kasus lain, peneliti mungkin tidak dapat mengkuantifikasi preferensi mengenai berbagai macam faktor dan berbagai alternatif. Untuk itu, penelitian ini menggunakan AHP.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam metode AHP adalah (a) menentukan variabel/faktor yang akan diteliti, (b) menyusun kerangka analisis AHP, (c) menyusun kuesioner AHP, (d) menentukan responden ahli sesuai bidang yang diteliti, (e) melakukan FGD (*focused group discussion*), (f) membuat analisis berpasangan berdasarkan hasil FGD, (h) melakukan perhitungan bobot nilai variabel/faktor, (i) melakukan perhitungan nilai *eigenvector* sebagai dasar pemeringkatan variabel/faktor, dan (j)



Gambar 1. Bagan *Analytic Hierarchy Process*

Sumber: Formulasi Penulis.

Keterangan: P1 (Bahan baku mudah diperoleh), P2 (Harga bahan baku relatif terjangkau), PP1 (Perusahaan mempunyai media pemasaran yang mudah diakses konsumen), PP2 (Perusahaan mempunyai perencanaan pemasaran yang teratur, tertib dan tepat sasaran), PP3 (Perusahaan mempunyai lebih dari 1 strategi dan media pemasaran), MK1 (Perusahaan mempunyai bukti legal usaha dari pemerintah daerah), MK2 (Perusahaan dikelola dengan struktur organisasi yang relatif sederhana), MK3 (Perusahaan mempunyai sistem pembukuan keuangan yang jelas dan sistematis), MK4 (Perusahaan dapat dikategorikan *bankable* dari sisi keuangan), KP1 (Pemerintah daerah memberikan fasilitas pelatihan pengembangan usaha), KP2 (Pemerintah daerah memberikan fasilitas kemudahan akses permodalan usaha), KP3 (Pemerintah daerah mempunyai kebijakan yang jelas terkait industri kreatif), KE1 (Kondisi ekonomi daerah relatif stabil), KE2 (Perusahaan mempunyai dampak terhadap penyerapan tenaga kerja), KE3 (Perusahaan mempunyai dampak terhadap penerimaan pajak dan retribusi daerah), KE4 (Perusahaan masuk sebagai bagian dari industri utama dalam perekonomian daerah), KE5 (Kondisi ekonomi nasional berdampak langsung terhadap aktivitas perusahaan), L1 (Perusahaan mempunyai kepedulian terhadap kualitas lingkungan hidup), L2 (Perusahaan tidak pernah mencemari lingkungan), L3 (Perusahaan mempunyai *quality control* yang jelas dan bagus terhadap lingkungan), L4 (Perusahaan terlibat aktif dalam kegiatan pelestarian lingkungan hidup), KU1 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan asosiasi industri), KU2 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan industri besar), KU3 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan lembaga pendidikan), KU4 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan *event organizer*/jasa pemasaran/jasa wisata), K1 (Keluarga menjadi inisiator pendirian dan pengembangan usaha), K2 (Keluarga menjadikan perusahaan sebagai pengembangan jiwa wirausaha), K3 (Keluarga menjadi penanggung jawab utama perusahaan), K4 (Keluarga ikut berpartisipasi aktif dalam penerapan strategi pengembangan usaha), dan K5 (Keluarga mempunyai perencanaan bahwa perusahaan ini dapat turun-temurun).

memeringkat variabel atau faktor. Bagan analisis AHP yang digunakan dalam penelitian ini tercermin pada Gambar 1.

Gambar diatas menjelaskan kerangka analisis variabel penelitian dalam metode AHP. Kerangka ini dibuat sebagai rujukan dalam menyusun kuesioner dan analisis pemeringkatan. Hal ini berarti analisis pemeringkatan dilakukan terhadap faktor penentu keberlangsungan usaha industri kreatif dan indikator-indikatornya. Analisis berdasarkan gambar tersebut dibahas pada Bagian IV (Hasil dan Pembahasan).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan AHP. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pemeringkatan faktor penentu keberlangsungan usaha kreatif dan langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha dan pemerintah

daerah. Berdasarkan tujuan ini, maka ada tiga bagian dalam hasil dan pembahasan. Ketiga bagian tersebut adalah pemeringkatan antarfaktor, pemeringkatan indikator dalam masing-masing faktor, dan langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha dan pemerintah dalam pengembangan industri kreatif.

1. Pemeringkatan Antar Faktor

Delapan faktor yang menjadi penentu keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta dalam penelitian ini adalah:

- a. Faktor produksi (P) mempunyai dua indikator.
- b. Faktor pasar dan pemasaran (PP) mempunyai tiga indikator.
- c. Faktor manajemen dan keuangan (MK) mempunyai empat indikator.
- d. Faktor kebijakan pemerintah (KP) mempunyai tiga indikator.
- e. Faktor kondisi ekonomi (KE) mempunyai lima indikator.

Tabel 3. Perbandingan Berpasangan Faktor Penentu Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta

Faktor	P	PP	MK	KP	KE	L	KU	K
P	1.000	1.000	0.500	0.333	0.500	0.500	1.000	0.333
PP	1.353	1.000	0.333	0.250	0.500	0.333	0.500	0.333
MK	2.150	3.479	1.000	0.333	0.500	0.333	0.500	0.333
KP	2.658	3.717	2.632	1.000	1.000	0.500	1.000	1.000
KE	2.037	2.406	2.153	1.401	1.000	0.500	1.000	0.500
L	2.413	2.717	2.553	1.701	1.834	1.000	1.000	0.500
KU	1.352	1.837	1.655	1.117	0.804	1.000	1.000	0.333
K	3.090	2.800	3.120	1.421	2.363	2.000	3.000	1.000
Total	16.054	18.955	13.946	7.557	8.501	6.167	9.000	4.333

Sumber: Data primer (diolah).

Tabel 4. Proporsi dan Bobot Faktor Penentu Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta

Faktor	P	PP	MK	KP	KE	L	KU	K	BOBOT
P	0.062	0.053	0.036	0.044	0.059	0.081	0.111	0.077	0.065
PP	0.084	0.053	0.024	0.033	0.059	0.054	0.056	0.077	0.055
MK	0.134	0.184	0.072	0.044	0.059	0.054	0.056	0.077	0.085
KP	0.166	0.196	0.189	0.132	0.118	0.081	0.111	0.231	0.153
KE	0.127	0.127	0.154	0.185	0.118	0.081	0.111	0.115	0.127
L	0.150	0.143	0.183	0.225	0.216	0.162	0.111	0.115	0.163
KU	0.084	0.097	0.119	0.148	0.095	0.162	0.111	0.077	0.112
K	0.193	0.148	0.224	0.188	0.278	0.324	0.333	0.231	0.240
Total	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

Sumber: Data primer (diolah).

- f. Faktor kondisi lingkungan (L) mempunyai empat indikator.
- g. Faktor kemitraan usaha (KU) mempunyai empat indikator.
- h. Faktor keluarga (K) mempunyai lima indikator.
- i. Langkah-langkah analisis AHP meliputi:
- j. Perbandingan Berpasangan
- k. Uji Normalisasi
- l. Uji Konsistensi
- m. Prioritas Faktor

Perbandingan berpasangan merupakan langkah awal dalam analisis AHP. Pada langkah ini para responden memberikan persepsi dan preferensi terhadap 9 faktor yang menjadi pertimbangan keberlanjutan usaha di Kota Surakarta. Preferensi responden tersebut dapat ditunjukkan pada Tabel 3. Preferensi tersebut bernilai antara 1-9 dan kebalikannya. Hasil pada tabel tersebut kemudian dihitung proporsi masing-masing pasangan untuk menentukan bobot masing-masing faktor. Tabel 4 menjelaskan hasil perhitungan bobot masing-masing faktor.

Tabel di atas memberikan informasi bahwa responden memberikan preferensinya terhadap berbagai faktor yang telah ditentukan. Pilihan-pilihan itu dinilai dengan angka yang bervariasi antara 1-9 atau sebaliknya. Pilihan nilai/angka tersebut mengacu

pada kondisi riil yang terjadi pada masing-masing usaha. Nilai akhir yang dianalisis adalah nilai rata-rata terhadap 20 responden pelaku usaha kreatif di Kota Surakarta tahun 2013.

Pada Tabel 4 dijelaskan hasil perhitungan proporsi dan bobot masing-masing faktor. Perhitungan ini dilakukan untuk mempermudah dan menentukan bobot masing-masing faktor. Namun demikian, hasil perhitungan bobot ini bukan menjadi nilai akhir dalam pemeringkatan masing-masing faktor. Penjelasan yang diperoleh dari hasil pembobotan ini adalah bahwa tiga faktor dengan bobot tertinggi adalah faktor keluarga, kondisi lingkungan, dan kebijakan pemerintah.

Langkah berikutnya adalah menghitung nilai *eigenvector* dan normalisasi *eigenvector*. Perhitungan ini dilakukan dengan pendekatan matriks. Hasil analisis tersebut sebagaimana terlihat pada Tabel 5. Hasil analisis berdasarkan tabel tersebut adalah: *pertama*, diperoleh nilai *eigenvector* sebagai nilai awal untuk melakukan pemeringkatan faktor penentu keberlangsungan usaha industri kreatif. Hal ini dihitung dari penjumlahan nilai masing-masing faktor pada Tabel 5. *Kedua*, diperoleh nilai normalisasi *eigenvector* sebagai nilai rujukan untuk menentukan pemeringkatan faktor penentu keberlangsungan industri kreatif. Nilai ini akan mengarahkan pada

Tabel 5. Perhitungan *Eigenvector* dan Normalisasi *Eigenvector*

Faktor	P	PP	MK	KP	KE	L	KU	K	Eigenvector	Normalized EV
P	3725032	4357185	2731802	1516229	1743172	1291538	1951902	966524	18283403	0,0644
PP	3132147	3663692	2297012	1274908	1468727	1085991	1641231	812690	15373399	0,0541
MK	4854243	5678040	3539972	1978894	2271618	1683098	2543615	129519	23825999	0,0839
KP	8861516	10365347	6498766	3607017	4146880	3072590	4643428	2299277	43494760	0,1532
KE	7445304	8708778	5460142	3030551	3484143	2581496	3901345	1931816	36543576	0,1287
L	9548251	11168588	7002355	388527	4468244	3310643	5003291	2477463	46865363	0,1650
KU	6478727	7578168	4751267	2637100	3031811	2246350	3394853	1681020	31799297	0,1120
K	13809424	16152902	10127314	5620962	6462293	4788078	7236112	3383097	6780183	0,2387

Sumber: Hasil analisis.

faktor mana yang menjadi prioritas pertama dan seterusnya.

Hasil pada tabel di atas akan mengarahkan pada perhitungan pemeringkatan terbobot. Informasi ini dapat dilihat pada Tabel 6. Informasi ini juga memberikan arah untuk menghasilkan angka indeks konsistensi (CI) dan rasio konsistensi (CR). Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa CI 0,0553 sebesar dan CR sebesar 0,0393. Hasil perhitungan CR mengindikasikan bahwa hasil analisis AHP pada faktor penentu keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta adalah konsisten/layak.

Informasi yang terdapat pada Tabel 6 menjadi dasar perhitungan CI dan CR. Kedua perhitungan tersebut dilakukan pada masing-masing faktor dalam bentuk peringkat terbobot dan lambda. Apabila hasil peringkat terbobot dan lambda menghasilkan CI dan CR yang tidak konsisten, maka proses analisis AHP perlu dievaluasi atau dilakukan mulai dari awal. Pada penelitian ini hasil perhitungan CI dan CR adalah konsisten. Hal ini berarti proses perhitungan pemeringkatan dengan metode AHP sudah benar dan dapat dianalisis. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digeneralisasi berdasarkan hasil prosedur analisis AHP.

Tabel 6. Perhitungan Pemeringkatan Terbobot

Weighted Rating		Lambda (max)	
Row 1 (P)	0,4704	Row 1 (P)	7,3056
Row 2 (PP)	0,4624	Row 2 (PP)	8,5414
Row 3 (MK)	0,7167	Row 3 (MK)	8,5414
Row 4 (KP)	1,3083	Row 4 (KP)	8,5414
Row 5 (KE)	1,0992	Row 5 (KE)	8,5414
Row 6 (L)	1,4097	Row 6 (L)	8,5414
Row 7 (KU)	0,9565	Row 7 (KU)	8,5414
Row 8 (K)	2,0387	Row 8 (K)	8,5414
		Average	8,3869

Sumber: Hasil analisis.

Adapun hasil pemeringkatan faktor-faktor keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota

Surakarta menggunakan nilai *normalized eigenvector*. Informasi ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Pemeringkatan Faktor Penentu Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta

Faktor	Normalized Eigenveccor	Prioritas
P	0,0644	7
PP	0,0541	8
MK	0,0839	6
KP	0,1532	3
KE	0,1287	4
L	0,1650	2
KU	0,1120	5
K	0,2387	1

Sumber: Hasil analisis.

Tabel 7 di atas memberikan penjelasan bahwa urutan pertama faktor keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta adalah keluarga. Faktor berikutnya yang menjadi pertimbangan adalah lingkungan dan kebijakan pemerintah. Berdasarkan hasil perhitungan di atas memberikan penjelasan bahwa keluarga memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap pelaku usaha dan bisnis di industri kreatif Kota Surakarta.

2. Pemeringkatan Indikator Masing-Masing Faktor

a) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Produksi

Indikator produksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah P1 (Bahan baku mudah diperoleh) dan P2 (Harga bahan baku relatif terjangkau). Berikut adalah hasil akhir pemeringkatan indikator pada faktor produksi (Tabel 8).

Tabel 8. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Produksi

Indikator	Normalized Eigenveccor	Prioritas
P1	0,2500	2
P2	0,7500	1

Sumber: Hasil analisis.

Tabel di atas memberikan informasi bahwa pada faktor produksi harga bahan baku menjadi

pertimbangan utama. Pertimbangan berikutnya adalah ketersediaan bahan baku. Hal ini memberikan gambaran bahwa para pelaku usaha di industri kreatif *concern* terhadap kondisi dan tingkat harga bahan baku produksi.

b) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Pasar dan Pemasaran

Indikator-indikator yang digunakan dalam aspek pasar dan pemasaran adalah PP1 (Perusahaan mempunyai media pemasaran yang mudah diakses konsumen), PP2 (Perusahaan mempunyai perencanaan pemasaran yang terukur, tertib dan tepat sasaran), dan PP3 (Perusahaan mempunyai lebih dari 1 strategi dan media pemasaran). Hasil akhir pemeringkatan indikator pada faktor pasar dan pemasaran terlihat pada Tabel 9. Berdasarkan tabel ini dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha mempunyai perencanaan pemasaran merupakan indikator utama dalam faktor pasar dan pemasaran. Indikator berikutnya adalah strategi pemasaran dan media pemasaran.

Tabel 9. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Pasar dan Pemasaran

Indikator	Normalized Eigenvector	Prioritas
PP1	0,2581	3
PP2	0,4032	1
PP3	0,3387	2

Sumber: Hasil analisis.

c) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Manajemen dan Keuangan

Indikator-indikator tersebut adalah MK1 (Perusahaan mempunyai bukti legal usaha dari pemerintah daerah), MK2 (Perusahaan dikelola dengan struktur organisasi yang relatif sederhana), MK3 (Perusahaan mempunyai sistem pembukuan keuangan yang jelas dan sistematis), dan MK4 (Perusahaan dapat dikategorikan bankable (layak) dari sisi keuangan).

Tabel 10 mendeskripsikan hasil perhitungan pemeringkatan indikator pada faktor manajemen dan keuangan. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa industri kreatif di Kota Surakarta merupakan industri yang *bankable* adalah indikator utama. Indikator berikutnya yang dianggap penting adalah struktur organisasi usaha relatif sederhana.

Tabel 10. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Manajemen dan Keuangan

Indikator	Normalized Eigenvector	Prioritas
MK1	0,1516	4
MK2	0,2703	2
MK3	0,2544	3
MK4	0,3237	1

Sumber: Hasil analisis.

d) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Kebijakan Pemerintah

Indikator-indikator yang digunakan dalam aspek kebijakan pemerintah adalah KP1 (Pemerintah daerah memberikan fasilitas pelatihan pengembangan usaha), KP2 (Pemerintah daerah memberikan fasilitas kemudahan akses permodalan usaha), dan KP3 (Pemerintah daerah mempunyai kebijakan yang jelas terkait industri kreatif). Hasil perhitungan pemeringkatan indikator pada Faktor Kebijakan Pemerintah dapat dicermati pada Tabel 11. Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa prioritas utama indikator pada faktor kebijakan pemerintah adalah kebijakan pemerintah daerah yang relatif jelas dan terarah. Hal ini merupakan sinyal positif keberpihakan/intervensi pemerintah daerah dalam keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta.

Tabel 11. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Kebijakan Pemerintah

Indikator	Normalized Eigenvector	Prioritas
KP1	0,1958	3
KP2	0,3108	2
KP3	0,4934	1

Sumber: Hasil analisis.

e) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Kondisi Ekonomi

Indikator-indikator tersebut adalah KE1 (Kondisi ekonomi daerah relatif stabil), KE2 (Perusahaan mempunyai dampak terhadap penyerapan tenaga kerja), KE3 (Perusahaan mempunyai dampak terhadap penerimaan pajak dan retribusi daerah), KE4 (Perusahaan masuk sebagai bagian dari industri utama dalam perekonomian daerah), dan KE5 (Kondisi ekonomi nasional berdampak langsung terhadap aktivitas perusahaan). Hasil akhir perhitungan pemeringkatan indikator pada faktor kondisi ekonomi sebagaimana terlihat pada Tabel 12. Indikator utama pada faktor ini adalah kondisi ekonomi berdampak langsung terhadap aktivitas usaha. Indikator berikutnya yang juga penting adalah perusahaan mempunyai kontribusi terhadap penerimaan pajak dan retribusi daerah. Kedua hal tersebut merupakan bagian yang harus diperhatikan oleh pemerintah daerah. Pada satu sisi pelaku usaha cenderung tergantung pada kondisi ekonomi yang sedang terjadi. Sementara pada sisi lain, mereka mempunyai peran positif terhadap anggaran daerah.

Tabel 12. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Kondisi Ekonomi

Indikator	Normalized Eigenvector	Prioritas
KE1	0,0971	5
KE2	0,1493	4
KE3	0,2715	2
KE4	0,1846	3
KE5	0,2974	1

Sumber: Hasil analisis.

f) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Kondisi Lingkungan

Indikator-indikator yang digunakan dalam aspek kondisi lingkungan adalah L1 (Perusahaan mempunyai kepedulian terhadap kualitas lingkungan hidup), L2 (Perusahaan tidak pernah mencemari lingkungan), L3 (Perusahaan mempunyai *quality control* yang jelas dan bagus terhadap lingkungan), dan L4 (Perusahaan terlibat aktif dalam kegiatan pelestarian lingkungan hidup). Tabel 13 memberikan penjelasan pemeringkatan indikator pada faktor kondisi lingkungan industri kreatif di Kota Surakarta. Tabel ini menunjukkan bahwa indikator utama pada faktor ini adalah pelaku usaha mempunyai peran aktif dalam pelestarian lingkungan hidup. Hal ini didukung oleh indikator berikutnya, yaitu pelaku usaha mempunyai *quality control* dampak aktivitas perusahaan terhadap lingkungan.

Tabel 13. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Kondisi Lingkungan

Indikator	Normalized Eigenvector	Prioritas
L1	0,1381	4
L2	0,1953	3
L3	0,2761	2
L4	0,3905	1

Sumber: Hasil analisis.

g) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Kemitraan Usaha

Empat indikator dalam aspek kemitraan usaha adalah KU1 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan asosiasi industri), KU2 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan industri besar), KU3 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan lembaga pendidikan), dan KU4 (Perusahaan menjalin kemitraan dengan *event organizer*/jasa pemasaran/jasa wisata). Berdasarkan informasi pada Tabel 14 dapat diketahui bahwa indikator utama pada faktor kemitraan usaha adalah kemitraan usaha dengan lembaga pendidikan. Indikator berikutnya yang juga penting adalah kemitraan usaha dengan *event organizer*/jasa pemasaran/ jasa wisata. Hal ini merupakan sinyal positif bagi adanya peningkatan peran perguruan tinggi dan institusi wisata/*entertain* untuk bersinergi

dengan industri kreatif. Selain itu, kedua institusi tersebut merupakan bagian dari industri kreatif di Kota Surakarta.

Tabel 14. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Kemitraan Usaha

Indikator	Normalized Eigenvector	Prioritas
KU1	0,1571	4
KU2	0,2312	3
KU3	0,3401	1
KU4	0,2716	2

Sumber: Hasil analisis.

h) Pemeringkatan Indikator dalam Faktor Keluarga

Indikator-indikator tersebut adalah K1 (Keluarga menjadi inisiator pendirian dan pengembangan usaha), K2 (Keluarga menjadikan perusahaan sebagai pengembangan jiwa wirausaha), K3 (Keluarga menjadi penanggung jawab utama perusahaan), K4 (Keluarga ikut berpartisipasi aktif dalam penerapan strategi pengembangan usaha), dan K5 (Keluarga mempunyai perencanaan bahwa perusahaan ini dapat turun-temurun). Tabel 15 menjelaskan bahwa indikator utama pada faktor keluarga adalah bahwa perusahaan merupakan usaha turun-temurun. Hal ini mempunyai konsekuensi bahwa penanggung jawab usaha adalah keluarga.

Tabel 15. Pemeringkatan Indikator pada Faktor Kemitraan Usaha

Indikator	Normalized Eigenvector	Prioritas
K1	0,2988	5
K2	0,0000	4
K3	0,0000	2
K4	0,0000	3
K5	0,0000	1

Sumber: Hasil analisis.

B. Pembahasan

1. Langkah-langkah yang Perlu Dilakukan

Para pelaku usaha diharapkan melakukan beberapa tindakan berikut:

- a) Menjadikan usaha kreatif yang sedang dilakukan sebagai sebuah usaha yang profesional dan modern. Hal ini ditujukan dalam rangka memisahkan kepentingan perusahaan dan keluarga. Ketika pelaku usaha bersifat profesional dan mengelola usaha dengan cara modern, maka dominasi keluarga diharapkan tidak terjadi. Namun demikian, keluarga dapat menjadi pendorong pelaku usaha kreatif untuk mengembangkan usaha.
- b) Menjadikan usaha kreatif sebagai usaha yang ramah lingkungan. Hal ini ditujukan dalam rangka menjaga keseimbangan pembangunan/ pengembangan industri dengan kondisi lingkungan

di mana industri itu berada. Apabila tindakan ini bersifat menyeluruh dan serempak di tingkat nasional, maka industri kreatif dapat menjadi *pioneer* dalam pembangunan ekonomi berwawasan dan ramah lingkungan. Isu ini dalam konteks ekonomi sering disebut sebagai *green economy*.

- c) Pelaku usaha di industri kreatif sebaiknya mempererat jalinan kerjasama dengan lembaga pemerintah dan pendidikan. Hal ini didasarkan pada adanya keberpihakan pemerintah dalam bentuk intervensi kebijakan pengembangan industri kreatif. Sementara lembaga pendidikan menyediakan sumber daya manusia, ilmu pengetahuan dan teknologi yang terkait erat dengan industri kreatif.
- d) Para pelaku usaha sebaiknya memperhatikan secara baik perkembangan perekonomian yang sedang dan akan terjadi. Informasi ini cukup mudah diperoleh. Sensitivitas para pelaku usaha terhadap perkembangan ekonomi akan membantu mereka dalam menentukan arah perkembangan usaha.
- e) Para pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan upaya kemitraan usaha dengan perusahaan pada berbagai skala baik dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini ditujukan untuk memperkuat posisi tawar, pangsa pasar, dan aksesibilitas dalam pengembangan usahanya.
Pemerintah Kota Surakarta diharapkan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a) Memperkuat basis data industri kreatif di Kota Surakarta.
 - b) Melakukan komunikasi dengan pelaku usaha terkait pengembangan usaha kreatif di Kota Surakarta.
 - c) Mengintegrasikan kegiatan MICE dengan upaya pengembangan usaha kreatif di Kota Surakarta.
 - d) Mengintegrasikan upaya pengembangan sekolah kejuruan dengan upaya pengembangan industri kreatif di Kota Surakarta.
 - e) Memberikan pembinaan kepada pelaku-pelaku pasar yang memperdagangkan produk-produk kreatif untuk lebih agresif dalam meningkatkan kinerja usahanya. Agresivitas tersebut dapat berupa pelayanan prima kepada pelanggan, aksesibilitas informasi produk kreatif kepada konsumen, penataan, kenyamanan dan keamanan wilayah perdagangan produk-produk kreatif.
 - f) Mengintegrasikan kegiatan/program pemerintah Kota Surakarta, perguruan tinggi dengan para pelaku usaha dalam pengembangan industri kreatif.

2. Interpretasi Hasil

Penelitian tentang industri kreatif merupakan salah satu isu yang menarik. Hal ini didasarkan pada pemerintah merespon adanya isu industri kreatif dengan menetapkan kementerian pariwisata dan industri kreatif. Sementara di sisi pelaku usaha berharap adanya keberpihakan pemerintah terhadap usahanya. Fenomena ini terjadi baik di tingkat nasional maupun daerah seperti di Kota Surakarta.

Hasil penelitian ini telah menentukan bahwa faktor prioritas dalam pengembangan usaha industri kreatif di Kota Surakarta adalah faktor keluarga, kondisi lingkungan, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, kemitraan usaha, manajemen dan keuangan, produksi, pasar, dan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa pada tingkat daerah ada kecenderungan ide dan perkembangan usaha didorong oleh keluarga. Pada satu sisi kondisi ini diharapkan menjadi sinyal positif bahwa munculnya pelaku-pelaku usaha kreatif juga mendapat dukungan keluarga. Namun demikian, apabila kondisi ini menjadi keunggulan usaha kreatif di Indonesia sebaiknya perlu dikaji lebih lanjut. Secara teori dijelaskan bahwa usaha dan pelakunya muncul dan berkembang karena adanya keunggulan dan kreativitas/inovasi.

Apabila kondisi di Kota Surakarta diarahkan pada kondisi pelaku usaha kreatif di tingkat nasional, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a) Meskipun pelaku usaha kreatif cenderung mendapat dukungan penuh keluarga diharapkan bahwa mereka mempunyai keterampilan dan keunggulan usaha.
- b) Faktor seperti produksi, manajemen dan keuangan, pasar dan pemasaran sebaiknya tetap menjadi bagian yang penting dalam pengembangan usaha kreatif di Indonesia.
- c) Pemerintah pusat maupun daerah diharapkan lebih jelas menentukan peta jalan pengembangan usaha kreatif di Indonesia.
- d) Integrasi perguruan tinggi, pelaku usaha dan pemerintah sebaiknya bukan hanya ide atau hasil penelitian saja tetapi menjadi bagian integral program-program tahunannya.
- e) Perguruan tinggi mempunyai peran penting untuk mengarahkan para mahasiswa dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik/ Magang Kerja di industri-industri kreatif seluruh Indonesia.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa:

Prioritas faktor penentu keberlangsungan usaha industri kreatif di Kota Surakarta adalah faktor

keluarga, kondisi lingkungan, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, kemitraan usaha, manajemen dan keuangan, produksi, pasar dan pemasaran.

Langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh para pelaku usaha terkait erat dengan prioritas faktor penentu keberlangsungan usaha. Sementara langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta terkait erat dengan kebijakan pengembangan usaha kreatif dan integrasi pelaksanaan program dengan berbagai instansi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dapat dirumuskan beberapa rekomendasi, yaitu (1) Para pelaku usaha diharapkan mempertimbangkan faktor-faktor penentu keberlangsungan usaha dalam pengembangan usahanya. (2) Para pelaku usaha dan pemerintah Kota Surakarta diharapkan melaksanakan langkah-langkah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel dalam Jurnal dan *Working Paper*

Cunningham, Stuart. "The Creative Industries After Cultural Policy: A Genealogy and Some Possible Preferred Futures". *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 2004, pp. 105-115.

de Bruin, Anne. "Multi-Level Entrepreneurship in the Creative Industries". *Entrepreneurship and Innovation*, 2005, pp. 143-150.

Groen, Aard J. "Knowledge Intensive Entrepreneurship in Networks: Towards A Multi-Level/Multi Dimensional Approach". *Journal of Enterprising Culture*, 13(1), 2005, pp. 69-88.

Seelos, Christian and Johanna Mair. "Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor". *Business Horizons* No. 48, 2005, pp. 241-246.

Artikel dalam Seminar

Licht, Amir N. and Jordan I. Siegel. "The Social Dimension of Entrepreneurship". The World Bank Workshop, 2006.

Pistrucci, David. "Entrepreneurship, Culture Forces, and Creative Distraction". Industrial Organization Conference. March, 2009.

Sari, Diana, Quamrul Alam, Nicholas Beaumont. "Internationalisation of Small Medium Sized Enterprises in Indonesia: Entrepreneur Human and Social Capital". The 17th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia. Melbourne, July, 1-3, 2008.

Walcott, Ian W. "Export Orientation and the Cultural Industries: The Case of Barbados". SALISES Conference. Trinidad, March, 2007, pp. 26-28.

Dokumen

DeCoster, Jamie. "Overview of Factor Analysis". University of Alabama, 1998.

Ahmad, Nadim and Anders Hoffman. "A framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship". Paris, November, 20. 2007.

Deny Dwi Hartomo, Malik Cahyadin, dan Sunarjanto. "Identifikasi Faktor Penentu Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta". UNS, 2012.

Kementerian Perdagangan RI. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025". Jakarta, 2008.

_____. "Studi Industri Kreatif Indonesia 2009". Jakarta, 2009.

Gawell, Malin, Bengt Johannisson and Mats Landqvist. "Entrepreneurship in the Name of Society". Knowledge Foundation, 2009.

Gribben, Anthony A. "Entrepreneurship Learning: Challenges and Opportunities", 2006.