

*Pengkuh Agamana
Luhung Elmuna
Jembar Budaya*

MEDIA UNIVERSITAS PASUNDAN

al mizan

KOMUNIKASI DAN INFORMASI KEAGAMAAN, KEBUDAYAAN, ILMU PENGETAHUAN & TEKNOLOGI

Industri Kreatif Solusi Mengentaskan Kemiskinan



ISSN : 0852-839 X

EDISI No. 138/NOVEMBER 2008

Edisi ini mencoba mengangkat ihwal industri kreatif yang dipandang optimistik sebagai solusi bagi pemecahan keterpurukan perekonomian di negara kita. Ada beberapa tulisan yang ditampilkan karya para dosen di Fakultas Teknik yang menyoroti industri kreatif dari berbagai perspektif. Kami berharap, sajian pada nomor ini kiranya dapat dianggap sebagai salah satu sumbang sih perguruan tinggi - khususnya Unpas, untuk masyarakat.

Industri kreatif - atau diistilahkan juga indistri gelombang keempat, memang masih dianggap sebagai era baru. Kehadirannya belum langsung menohok, tetapi sudah mulai dirasakan manfaatnya misalnya saja untuk tahun 2008 sekarang mampu menyerap sekitar lima juta tenaga kerja.

Memang betul, kehadiran industri kreatif bukanlah **Lampu Aladin** dalam upaya mengentaskan masyarakat dari kemiskinan di Indonesia, tetapi paling tidak dapat diposisikan sebagai alternatif tentu dengan segala konsekuensinya.

Keragaman nusantara dapat dipandang sebagai iklim kondusif untuk pertumbuhan dan perkembangan indistri kreatif. Beragam dalam tataran keadaan wilayah beserta kandungan yang dimilikinya dan beragam pula dalam pengertian budaya. Kedua hal itu dapat kita jadikan sebagai modal dasar.

Satu langkah penting dalam mengaktualisasikan keragaman tersebut adalah bagaimana upaya kita menumbuhkembangkan kretivitas masyarakat. Sebab, sesuai dengan namanya, untuk kelangsungan industri kreatif ini dituntut adanya sikap kreatif dari para pelaku yang terlibat di dalamnya. Itulah syarat utama jika kita ingin tampil kokoh dalam menggeluti jenis industri.

Agaknya kita sepakat, dalam upaya menumbuhkembangkan daya kretivitas itulah dunia perguruan tinggi banyak kiprahnya. Sejauh mana kita - yang selalu merasa bangga dengan sebutan insan akademik, mampu memberikan kontribusi. Bertitik tolak dari Tri Dharmanya, perguruan tinggi mesti berperan aktif bahkan menjadi ujung tombak pada perubahan masyarakat, yang esensinya untuk mewujudkan peningkatan kehidupan.

Tulisan yang akan Anda baca sekarang tentu masih merupakan langkah awal. Kita harus melakukan upaya lanjutan, yang pada intinya dapat diaplikasikan secara langsung pada kehidupan nyata. Selamat membaca.

Redaksi

Perintis

Prof. H.R. Muchtar Affandi, Drs.
Prof. Dr. H. Tb Hasanuddin, M.Sc., Ak.Pub.
Prof. H. Cecep Syarifudin, Drs.
H. M. Munir Djamil, Drs., M.M.
R.H. Hidayat Suryalaga, Drs.

Pelindung

Rektor Universitas Pasundan

Narasumber

Direktur Pascasarjana
Para Dekan
Para Ketua Lembaga

Pimpinan Umum

Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf, Sp., M.Si.

Dewan Redaksi

Prof. Dr. H. Rully Indrawan, M.Si.
Prof. Dr. H. Asep Syamsulbachri, M.Pd.
Yaya Mulyana Abdul Azis, Drs., M.Si.
Dr. H. Ali Anwar, Drs. M.Si.
Sutrisno, S.Sos., M.Si.

Pimpinan Redaksi

M. Idris Nawawi, Drs., M.Ag.

Sekretaris Redaksi

Maman Jamaluddin Yusuf, Drs., M.Ag.

Staf Redaksi

Tatang Sumarsono
Titin Nurhayatin, Dra., M.Pd.
Ahmad Abdul Ghani, S.H., Drs., M.Ag.

Tata Rupa

Nurul Mu'min, S.Pd.

Tata Usaha

Iceu Dahmalia
Hj. Henni Zahro'aini, S.Pd.

Pemasaran/Sirkulasi

Ahmad Sofi, Drs.
Herman

Dokumentasi

Adeng Juanda, S.Pd.

Foto-foto Sampul Halaman

www.media.unpas.com

Setting/Lay out/Produksi

Sarwayasa / 0818221189

ISSN 0852-839 X

Al Mizan No.138/November 2008

Daftar Isi

Assalamu'alaikum – i

Jopik Utama

INDUSTRI KREATIF SOLUSI PENGANGGURAN DAN KEMISKINAN

Prof. Dr. Ir. H. Eddy jusuf Sp., M.Si. 1 - 4

INDUSTRI KREATIF, SOLUSI KREATIF PENGENTASAN MASYARAKAT DARI KEMISKINAN DI INDONESIA

Ir. Agus Purnomo, MT. 5 - 9

DENGAN TIK SEBAGAI ENABLER, PERGURUAN TINGGI SEHARUSNYA MENJADI PUSAT INDUSTRI KREATIF YANG PRODUKTIF

Ririn dwi Agustin, ST., MT. 10 - 13

SOLUSI KREATIF, RASI SEBAGAI MAKANAN PENGGANTI BERAS RAKYAT UNTUK MASA DEPAN INDONESIA

Ir. H. Thomas Gozall, M.P. 14 - 17

PEMANFAATAN SAMPAH UNTUK MENGHASILKAN PRODUK INDUSTRI KREATIF RUMAH TANGGA YANG POTENSIAL

Dr. Ir. Yonik Mellawati Yustiani, M.T. dkk. 18 - 22

TATANAN INDUSTRI KREATIF JAWA BARAT SEBAGAI SALAH SATU ALTERNATIF SOLUSI PENGENTASAN MASYARAKAT DARI KEMISKINAN

Ir. Erwin Maulana Pribadi, M.T. 23 - 26

Pakarwala Umlah

TEKNOLOGI PENGOLAHAN KEJU COTTAGE SARI KEDELAI DALAM UPAYA PENGEMBANGAN INDUSTRI KEJU RAKYAT

Dr. Wisnu Cahyadi, Ir. M.Si. 27 - 32

INDUSTRI KREATIF FOTOGRAFI PADA KAMERA DIGITAL

Heriwanto, S.Sn. 33 - 36

KONTRIBUSI PERGURUAN TINGGI DALAM MENUNJANG INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA MELALUI RISET DAN PENGEMBANGAN

Muki Satya Permana, Ir., MT. 37 - 39

MUNGKINKAH INDUSTRI KREATIF BERKEMBANG PADA SEKTOR INDUSTRI PANGAN

Dr. Ir. Nana Sutisna Achyadi, M.Sc. 40 - 42

Gapura Budaya

DAYA KREATIF (RANCAGE) MENUNTUN MANUSIA KEPADA HIDUP YANG SUKSES

Prof. Dr. H. Asep Syamsulbachri 43 - 44

Nuansa Islami

TEKNIK LINGKUNGAN DALAM PANDANGAN ISLAM

Dr. H. Ali Anwar, Drs., M.Si. 45 - 48

PERAN DAN FUNGSI TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENDIDIKAN ISLAM

M. Idris Nawawi, Drs., M.Ag. 49 - 53

Interupsi

KREATIF

Tatang Sumarsono 54 - 55

ALAMAT REDAKSI

Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Syiar
Islam (LPPSI) Unpas
Jl. Tamansari 6-8 Bandung-40116
Telp (022) 4201677 - 4205832
<http://www.unpas.ac.id>

ISI DI LUAR TANGGUNGJAWAB PERCETAKAN

MAJALAH AL MIZAN

Izin Terbit: SK Menteri Penerangan RI No.136/SK/ Ditjen Dikti PPG/STT/1988. ISSN. 0852-839 X Diterbitkan oleh: Penerbit LPPSI Unpas Bandung.

Redaksi menerima tulisan/naskah yang tidak bersambung diketik rapi 1,5 spasi ukuran A4 diharapkan maksimal 5 halaman yang mencakup Abstrak, Daftar Pustaka, dan 1 (satu) buah Pas Foto. Untuk surat menyurat, lampirkan identitas Foto Copy KTP/SIM. Atau naskah bisa dikirim melalui email: almizan@unpas.ac.id. Redaksi dapat memperbaiki tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah isi dan maksudnya.

INDUSTRI KREATIF, SOLUSI KREATIF PENGENTASAN MASYARAKAT DARI KEMISKINAN DI INDONESIA

Agus Purnomo

Abstrak

Industri kreatif, terkait dengan eksplorasi kreativitas seseorang untuk memperoleh penghasilan, menyerap pekerjaan, dan meningkatkan kesejahteraan, telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia baik ditinjau dari kontribusi terhadap Nilai Produk Domestik Bruto (PDB), Jumlah Ketenagakerjaan, dan Aktivitas Perusahaan. Pemerintah dituntut semakin berperan untuk mengembangkan Industri Kreatif pada masa yang akan datang, sehingga industri kreatif bisa dijadikan solusi kreatif untuk mengentaskan kemiskinan di Indonesia.

Pendahuluan

Sudah banyak bukti bahwa orang Indonesia adalah orang-orang yang kreatif. Begitu kreatif sehingga negara asing "ngiler" untuk mencaplok kreativitas bangsa ini. Industri kreatif (ekonomi kreatif) atau disebut juga industri gelombang keempat (gelombang kesatu: Ekonomi Pertanian, kedua: Ekonomi Industri, ketiga: Ekonomi TIK) disebut-sebut sebagai industri masa depan. Industri kreatif memiliki nama yang berbeda-beda yaitu: *Creative Industry* (UK), *Entertainment Industry* (USA), *Content Industry* (Japan), dan *Cultural Content Industry* (Korea), didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ke-trampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (UK DCMS *Task force* 1998).

Produk kreatif mempunyai ciri-ciri, yaitu: siklus hidup yang singkat, risiko tinggi, margin yang tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru. Industri kreatif menurut Departemen Perindustrian, dibagi ke dalam 14 kategori sebagai berikut.



Ir. Agus Purnomo, M.T.

Dosen Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknik – Universitas Pasundan

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, 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, dll.
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 fesyen:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk *fesyen*.
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, dubbing 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 & 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 & piranti keras, serta desain portal.
13. **Televisi & 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.

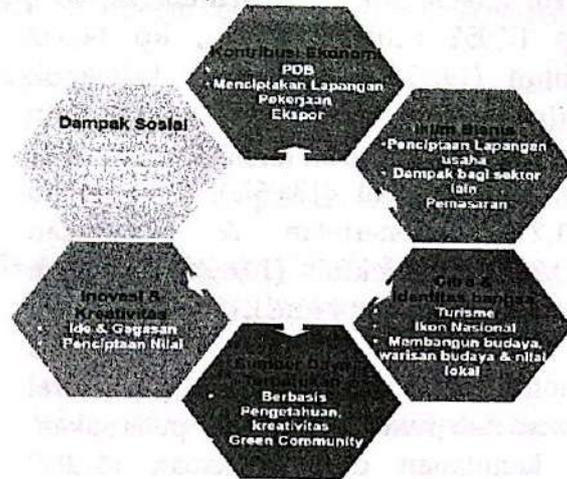
Kreativitas bisa muncul karena kemiskinan, baik miskin sumber daya alam maupun miskin modal. Lihatlah Singapura, kemiskinan sumber daya alam menyebabkan mereka berpikir kreatif dengan cara mengembangkan industri kreatif, yang pada tahun 2007 telah me-nyumbang 5 % dari Gross Domestic Bruto (GDP) atau setara US\$ 6,5 billion, dan ditargetkan tumbuh mencapai 10% pada tahun 2012.

Kemiskinan di Indonesia adalah masalah lintas zaman. Kenyataan ini kiranya menjadi latar mengapa kemiskinan selalu menjadi masalah yang mendapatkan perhatian besar dan mengundang perdebatan, hingga pada level paradigmatik. Pada tahun 2007, jumlah rakyat miskin adalah 37,17 juta jiwa, dan di tahun 2008 ini jumlah rakyat miskin menurut Tim Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (Tim P2E-LIPI) diperkirakan menjadi 41,7 juta orang. Apakah Industri Kreatif memang merupakan solusi kreatif untuk mengentaskan kemiskinan di Indonesia, hal inilah yang hendak dibahas dalam tulisan ini.

Pembahasan

Menurut Mari Elka Pangestu (Menteri Perdagangan), industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif. Membangun citra dan identitas bangsa, berbasis kepada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, dan memberikan dampak sosial yang positif. Pertumbuhan ekonomi industri kreatif di Indonesia mencapai 7,3% pada 2006 atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,6%. Sepanjang tahun 2006, industri kreatif telah menyumbang sekitar US\$ 88 milyar atau sekitar 33.5% dari PDB Indonesia yang juga berarti 6

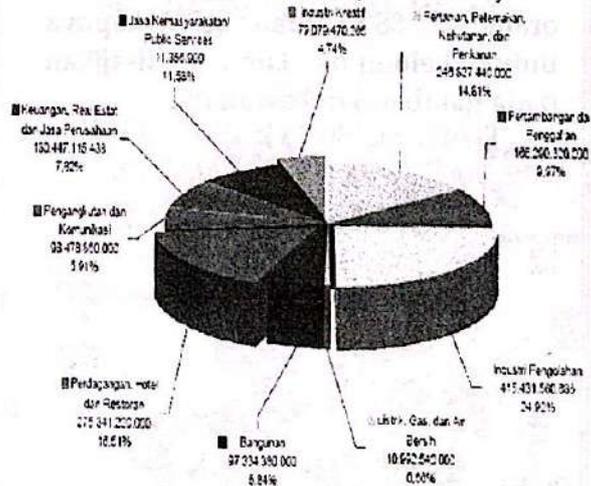
kali lebih besar dari industri minyak dan gas bumi (BPS, 2006).



Gambar 1 Manfaat Ekonomi Kreatif

Jika dianalisis dari Indikator Kontribusi Ekonomi dari Industri Kreatif di Indonesia, dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Berbasis Nilai Produk Domestik Bruto (PDB); rata-rata nilai kontribusi industri kreatif tahun 2002-2006 adalah Rp 79,08 triliun yaitu sebesar 4,74% dari total nilai PDB Nasional, dengan kontribusi PDB terbesar adalah di tahun 2006, sebesar Rp 86,914 triliun, yaitu sebesar 4,71% dari total nilai PDB nasional. Industri kreatif menduduki peringkat ke-9 dari 10 lapangan usaha utama yang telah didefinisikan oleh BPS (Gambar-2)



Sumber : Dep. Perdagangan RI (2007)
Rata-rata Nilai PDB Sektoral tahun 2002-2006 atas dasar harga konstan tahun 2000

PDB industri kreatif banyak disumbangkan oleh kelompok desain *fesyen*, kerajinan

