

# BENTUK KOLABORASI SERTA PENGEMBANGAN

EKONOMI KREATIF, KEWIRAUSAHAAN,  
DAN INDUSTRI PARIWISATA

**Editor:**

**Prof. Dr. Dadang Sunendar, M.Hum.**

**Penulis:**

Yuliawan Kasmahidayat | Santiago Paul Erazo Andrade, Dita Oktaria  
Wahyu Broto Susmono, Emi Indriastuti | Anissa Lestari Kadiyono, Ayusya Amara Duhitha  
Linda Setiawati | Sifa Rini Handayani, Amanda Puspanditaning Sejati | Muhammad Azmi

**BENTUK KOLABORASI SERTA PENGEMBANGAN  
EKONOMI KREATIF, KEWIRAUSAHAAN,  
DAN INDUSTRI PARIWISATA**

## **Undang-undang Republik Indonesia No.28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

Hak Cipta adalah hak eksklusif Pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**BENTUK KOLABORASI SERTA  
PENGEMBANGAN EKONOMI  
KREATIF, KEWIRAUSAHAAN, DAN  
INDUSTRI PARIWISATA**

**Yuliawan Kasmahidayat  
Santiago Paul Erazo Andrade  
Dita Oktaria  
Wahyu Broto Susmono  
Emi Indriastuti  
Anissa Lestari Kadiyono  
Ayusya Amara Duhitha  
Linda Setiawati  
Sifa Rini Handayani  
Amanda Puspanitaning Sejati  
Muhammad Azmi**

**Pustaka Larasan  
2023**

**Bentuk Kolaborasi Serta Pengembangan  
Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan,  
dan Industri Pariwisata**

*Copyright © 2023 Masing-masing Penulis*

Penulis

Yuliawan Kasmahidayat  
Santiago Paul Erazo Andrade  
Dita Oktaria  
Wahyu Broto Susmono  
Emi Indriastuti  
Anissa Lestari Kadiyono  
Ayusya Amara Duhitha  
Linda Setiawati  
Sifa Rini Handayani  
Amanda Puspanitaning Sejati  
Muhammad Azmi

Editor

Dadang Sunendar

Desain Cover :  
Irwan Sarbeni

Layout Setter :  
Heru Mahmud

**Penerbit**

**Pustaka Larasan**

(Anggota IKAPI)

Jalan Tunggul Ametung IIIA No. 11B

Denpasar, Bali - Indonesia 80116

Ponsel: 0817353433

Pos-el: [pustaka.larasan@gmail.com](mailto:pustaka.larasan@gmail.com)

Laman: [www.pustakalarasan.com](http://www.pustakalarasan.com)

Bekerja sama dengan

**Lembaga Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat  
Universitas Pendidikan Indonesia**

Cetakan Pertama

2023

**ISBN 978-623-8161-27-0**

## Pengantar Editor



Keberadaan Pusat di LPPM UPI sebagai kepanjangan tangan dalam pengembangan program kegiatan pokok LPPM. LPPM memayungi seluruh program kegiatan di antaranya yang dikembangkan oleh Pusat Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata. Kolaborasi yang dilakukan oleh EKKIP merupakan sebuah langkah penting dalam mewujudkan program kegiatan bersama.

Buku yang ditulis bersama beberapa penulis ini mengulas berbagai isu yang mencakup bidang ekonomi kreatif, kewirausahaan, dan industri pariwisata. Yulian Kasmahidayat yang merupakan Kepala Pusat EKKIP membahas seluruh kegiatan yang telah dilakukan bersama dengan mitra yang berasal dari berbagai kalangan, institusi, hingga komunitas yang tersebar di masyarakat. Mahasiswa Doktorat di Sekolah Pascasarjana, yakni Santiago Paul Erazo membahas mengenai pengalaman pertukaran seni budaya 14 warga negara Ekuador di Indonesia untuk mengembangkan semua komponen kreativitas termasuk pariwisata kedua negara. Sementara itu, pembahasan mengenai *creativepreneur* yang identik dengan wirausaha kreatif suatu komunitas dijabarkan oleh Wahyu Broto dan Emi Indriastuti selaku direktur dan pemilik CV Annet Sofa.

Selanjutnya pembahasan oleh Anissa Kadiyono mengenai analisis perilaku produktif pada 104 pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut yang kenyataannya masih memerlukan peningkatan dalam memberikan kontribusi

secara positif terhadap capaian yang diharapkan. Pembahasan lanjutan mengenai UMKM disampaikan oleh Linda Setiawati mengenai strategi konseptual kewirausahaan dalam pembentukan wirausaha baru bisnis sepatu Cuci Cuci Cuy dan GeanSnack. Kemudian, untuk pembahasan industri pariwisata diwakili oleh artikel yang ditulis Sifa Rini Handayani yang menuliskan mengenai objek wisata di Sumedang yaitu Puteri River Inn yang dipromoskan menggunakan media promosi efektif Instagram. Pembahasan terakhir mengenai program magang industri *digital economy creative* bagi guru SMK di Indonesia yang disampaikan oleh Muhammad Azmi.

Tentunya penyusunan buku ini tidak terlepas dari adanya berbagai kendala telah terjadi di hadapan para penulis, terutama masalah waktu yang akhirnya terwujud buku seperti sekarang ini. Transformasi pemenuhan referensi di tengah kemajuan teknologi yang semakin terbuka, menjadikan bahasan dalam buku ini diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari baik dalam pembelajaran, penelitian, maupun kegiatan pengabdian pada masyarakat. Sementara di sisi lainnya perkembangan teknologi serta pola budaya kehidupan masyarakat membutuhkan perhatian khusus. Hal tersebut menjadi ruang bagi LPPM UPI dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dengan cara mencipta ruang berpikir kreatif sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan yang bernilai, menjadi refleksi bagi kehidupan sekitar.

Saya mengapresiasi inisiatif dari Pusat Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata LPPM UPI dalam melakukan kompilasi berbagai praktek untuk mengembangkan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata LPPM UPI. Buku ini dan seri terbitan lainnya, saya harapkan menjadi bagian dari *knowledge* dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata khususnya di

lingkungan UPI. Saya meyakini, bahwa penguatan pribadi yang bernilai akan mampu menghadapi kehidupan ke depan. Bentuk kolaborasi antar mitra serta antar pribadi yang profesional (bernilai pengalaman hidup) akan menjadi kunci kemajuan dalam menciptakan keseimbangan hidup. Bahwa sumberdaya manusia sebagai pengelola mitra dalam kolaborasi ini, akan menghasilkan kreativitas ilmu pengetahuan dan teknologi yang bermanfaat serta menjadi lompatan tatanan ilmu kehidupan ke depan.

Bandung, April 2023

Ketua Lembaga Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat  
Universitas Pendidikan Indonesia

**Prof. Dr. Dadang Sunendar, M.Hum.**

# Daftar Isi

PENGANTAR EDITOR ~ v

BAB 1 Kolaborasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif,  
Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata ~ 1

BAB 2 The Influence of Art and Cultural Exchange Experience  
from Ecuadorian People in Indonesia to Develop  
Creative Economy Entrepreneurship and Its Impact in  
The Tourism ~ 31

*Versi Indonesia:* Pengaruh Pengalaman Pertukaran  
Seni dan Budaya Masyarakat Ekuador di Indonesia  
Terhadap Pengembangan Kewirausahaan Ekonomi  
Kreatif dan Dampaknya pada Pariwisata

BAB 3 Model Pengembangan Usaha Creative Preneur ~ 65

BAB 4 Peningkatan Perilaku Produktif Pelaku UMKM ~ 81

BAB 5 Tinjauan Konseptual Kewirausahaan Dalam Bisnis  
Pembentukan Wirausaha Baru ~ 95

BAB 6 “Instagram” Media Promosi yang Efektif Untuk Industri  
Pariwisata di Puteri River Inn Sumedang ~ 115

BAB 7 Magang Industri Digital Economy Creative Sebagai  
Upaya Upskilling Para Guru SMK Di Indonesia ~ 125

INDEKS ~ 139

TENTANG PENULIS ~ 141

# **BAB I**

## **Kolaborasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata**



**Yuliawan Kasmahidayat**  
Universitas Pendidikan Indonesia  
*kasmahidayat@upi.edu*

### **Pendahuluan**

**P**usat Kajian dan Pengembangan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Pendidikan Indonesia (EKKIP LPPM UPI) merupakan pusat yang memfokuskan pada kajian lintas disiplin dan lintas sektor terutama sektor ekonomi kreatif, kewirausahaan, dan industri pariwisata. Ketiga bidang ini mempunyai keterkaitan untuk membantu mewujudkan peningkatan kesejahteraan masyarakat. EKKIP berpedoman pada 17 sub-sektor ekonomi kreatif dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yaitu Pengembangan Permainan, Kriya, Desain Interior, Musik, Seni Rupa, Desain Produk, Fesyen, Kuliner, Film/Animasi, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, Televisi/Radio, Arsitektur, Periklanan, Seni Pertunjukan, Penerbitan, dan Aplikasi. EKKIP diharapkan dapat membantu program studi dan seluruh sivitas di UPI terutama melalui riset dan pengabdian kepada masyarakat serta berkolaborasi atau kerjasama dengan pemerintah daerah, tingkat pusat, daerah, bahkan desa, serta dunia usaha

dan masyarakat. EKKIP sendiri juga senantiasa memberikan pendampingan kepada mahasiswa, komunitas, dan desa wisata agar dapat mengembangkan potensi yang dimiliki sehingga dapat menjadi suatu hal yang patut diapresiasi dan dibanggakan oleh khalayak luas. Beberapa kegiatan yang telah dilakukan oleh EKKIP khususnya selama kurun waktu 3 tahun di bawah kepemimpinan Dr. Yuliawan Kasmahidayat, M.Si, dapat dilihat pada ulasan berikut :

(1) *Pendampingan Mahasiswa Bidikmisi dalam Bookchapter "Kopi Kehidupan"*

Salah satu program kerja Pusat Kajian Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata (EKKIP) LPPM UPI tahun 2021, membidik prestasi mahasiswa bidikmisi UPI saat menjalankan perkuliahan sesuai dengan program studi masing-masing. Ruang lingkup yang diamati adalah kehidupan dan sepak terjangnya selama beraktivitas di kampus, maupun perjuangan di lingkungan masing-masing yang disusun dalam bentuk *Book Chapter*. Judul dan gaya bahasa yang digunakan dalam buku ini, dibuat sederhana bahkan menggunakan bentuk desain, tampilan cover serta gaya bahasa yang sering digunakan dalam keseharian. Penyusunan buku ini melibatkan beberapa mahasiswa bidikmisi yang terpilih dari data prestasi yang diperoleh dari Lingkaran Bidikmisi UPI (sekarang menjadi Lintang UPI). Sesuai dengan Rencana Strategis UPI tahun 2021-2025 bahwa penyelenggaraan dan pengembangan pembinaan kemahasiswaan untuk meningkatkan mutu lulusan serta meningkatkan jejaring dan pemberdayaan peran alumni salah satunya dengan menorehkan prestasi di berbagai bidang di lingkungan mahasiswa.

Kopi yang berkualitas tidak dihasilkan oleh waktu yang instan, buah kopi ditempa siklus kehidupan yang terkadang harus; kehujanan, kepanasan, kekeringan, keanginan, ke-dinginannya dan bermacam-macam faktor alami yang menyertai

pertumbuhan buah kopi. Hingga saatnya tiba, buah kopi bisa dipetik (panen) oleh pemiliknya, tidak sampai di situ agar buah kopi bisa dinikmati, buah kopi harus melewati proses penjemuran diterik matahari yang terasa panas selama berhari-hari hingga buah kopi menjadi kering. Tak cukup kering oleh panasnya matahari, buah kopi harus *disangrai* (dimasak dengan suhu panas yang lebih tinggi) agar keringnya sempurna. Tak cukup hanya kering sempurna, buah kopi masih harus melewati proses selanjutnya yakni dihaluskan agar bisa diseduh menjadi minuman kopi yang nikmat. Maka sajikan secangkir kopimu layaknya karya estetik yang bernilai tinggi, karena dari “buah kopi” yang sama bisa menghasilkan aroma dan citarasa yang berbeda.

Buah kopi layaknya kehidupan manusia, buah kopi yang bernilai tinggi karena telah melewati proses yang rumit. Begitu pula manusia dalam kehidupannya, memiliki nilai yang tinggi (bernilai kebenaran) karena telah melewati fase kehidupan yang panjang dalam kehidupannya. Seperti “bunga kopi” untuk menjadi “buah kopi” harus ditempa badai (cuaca alami) kemudian menjadi “buah kopi”. Untuk bisa menikmati “buah kopipun” harus ditempa dengan cara dikeringkan serta dihaluskan agar bisa dinikmati menjadi seduhan secangkir kopi. Maka manusia yang sabar berjuang dalam kehidupannya, dialah orang-orang pilihan yang akan menikmati kehidupannya dikemudian hari. Sebagaimana kopi yang bisa dinikmati dalam setiap kenikmatan yang disajikan dengan mendalam. Dalam kehidupanpun, harus selalu dinikmati setiap keberhasilan yang dicapai dengan cara mensyukuri bahwa hidup sudah berjalan sesuai dengan kehendak Ilahi Rabbi.

Selayaknya sajian secangkir kopi yang nikmat, manusia dalam kehidupanpun memiliki keunikan kehidupannya masing-masing. Pola kehidupan yang berbeda, maka akan menghasilkan karakteristik yang berbeda. Lingkungan ke-

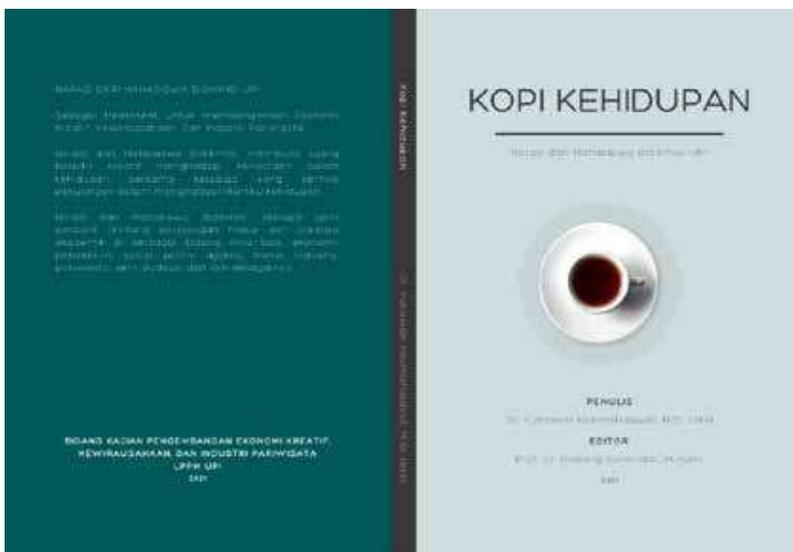
hidupan yang berbeda juga akan menghasilkan kualitas nilai kemanusiaan yang berbeda pula. Hal tersebut menjadi aroma dan citarasa yang telah dihasilkan oleh kehidupan, bahwa sesuatu yang berbeda tersebut adalah bagian dari nikmatnya hidup.

Book Chapter “Kopi Kehidupan” sebagai penghargaan atas kerja keras mahasiswa Bidikmisi UPI dalam berjuang hidup dan meraih prestasi. Melalui narasi dari 10 mahasiswa Bidikmisi UPI, tergambar perjalanan proses yang sangat panjang dan hasil pun tak pernah mengkhianati nilai dari sebuah usaha dan perjuangan. Narasi dari mahasiswa Bidikmisi UPI adalah sebagai *treatment* untuk membangkitkan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata (EKKIP) LPPM UPI. Narasi dari Mahasiswa Bidikmisi, membuka ruang berpikir kreatif menghadapi kenyataan dalam kehidupan bersama keluarga yang bernilai perjuangan dalam menghadapi lika-liku kehidupan.

Book Chapter ini melibatkan 10 mahasiswa bidikmisi yakni :

- a. Muhammad Rafi Anggara – Pendidikan Teknik Elektro FPTK
- b. Dicky Rustandi – Teknik Elektro FPTK
- c. Asep Muhidin – Pendidikan Teknik Mesin FPTK
- d. Alvin Fajar Iqbal Faturohman – Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK
- e. Seli Nurpianti – Pendidikan Fisika FPMIPA
- f. Kusyandi – Pendidikan Teknik Mesin FPTK
- g. Muhammad Fauzi Herdiana – Pendidikan Bahasa Korea FPBS
- h. Fadiatus Salamah – Pendidikan Bahasa Inggris FPBS
- i. Wahyudin – Pendidikan Teknik Elektro FPTK
- j. Dipa Suharto – Pendidikan Sosiologi FPIPS

Buku ini sudah diterbitkan bulan Juni 2021 lalu oleh Penerbit CV. Bintang WarliArtika dengan nomor ISBN 978-602-5818-18-9



Buku ini juga dapat diperoleh di Pusat Kajian EKKIP LPPM UPI

## (2) *Pengelolaan Model Kegiatan Pameran Seni Budaya, Mahasiswa Program Studi Manajemen Resort and Leisure (MRL)*

Pusat Kajian Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata (EKKIP) LPPM UPI bekerjasama dengan mahasiswa prodi MRL kelas 1B menyelenggarakan pameran pentas seni secara daring karena kondisi saat itu masih pandemi Covid-19, sehingga kegiatan belajar-mengajar masih dilaksanakan secara daring (*online*). Pusat Kajian EKKIP LPPM UPI melaksanakan kegiatan apresiasi seni yang didasari dari mata kuliah pendidikan seni di program studi MRL FPIPS UPI. Para mahasiswa belajar mengenai definisi dari apresiasi seni itu sendiri, lalu bagaimana caranya mengapresiasi suatu karya seni dengan baik dan apa saja yang harus diperhatikan dalam mengapresiasi karya seni. Tujuan dari kegiatan mengapresiasi dan manfaat dari kegiatan apresiasi seni itu. Hasil karya seni ini merupakan hasil dari pembelajaran mengenai apresiasi karya seni dan karya-karya inilah yang ditampilkan pada acara pameran dan pentas karya seni.

Setiap hasil karya yang ada, diberikan evaluasi dan beberapa masukan agar karya yang ditampilkan nantinya lebih baik lagi. Lalu dari banyaknya jenis-jenis karya seni yang ada ini dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu :

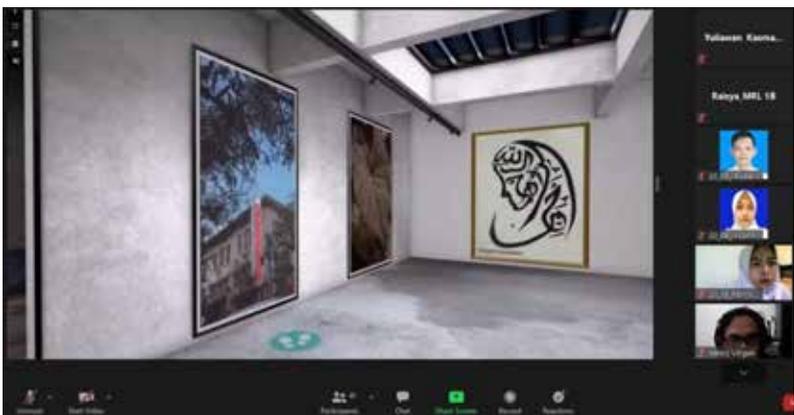
1. Kelompok Pertama yaitu Seni Lukis, Seni Rupa, Seni Kaligrafi, Fotografi dan Food art.
2. Kelompok Kedua yaitu Seni Sastra, Seni Peran, dan Seni Tari
3. Kelompok Ketiga yaitu Pentas Musik (permainan alat musik dan penampilan vokal)

Link Youtube Hasil Pameran :

<https://youtube.com/playlist?list=PLDWetT-c0QbIFP2mVA66eMVA7zRrKVly>



Bab 1. Kolaborasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata





Satu penampilan saat pembukaan pameran, menyanyi diiringi oleh pemusik (mahasiswa) dengan tempat yang berbeda.

### *(3) Kesenian Bangklung Garut di Tengah Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*



Bangklung sebagai karya seni berupa harmonisasi terbangun dan angklung yang lahir dan berkembang di Desa Cisero, Kecamatan Cisarupan Kabupaten Garut. Dalam keutuhan penyajiannya Seni Bangklung berpadu

antara *ibing* pencak silat, musik, dan syair keagamaan sebagai penggambaran rasa bersyukur masyarakat atas hasil pengolahan persawahan. Bahwa sejak zaman penjajahan Belanda, kesenian terbangun dan angklung tersebut menjadi alat untuk penyebaran agama Islam. Namun, baru sejak tanggal 29 Oktober 1979, berdasarkan kesepakatan dari para pengiatnya, kesenian terbangun dan angklung berubah nama menjadi Bangklung.

Bincang budaya Bangklung mengupas: sejarah, fungsi, jenis alat musik yang digunakan, jumlah personil dan bagaimana cara menyajikan pertunjukan Bangklung. Ade Sobarna dan Ahmad Lugiana (Agus) memberikan jawaban secara jelas, berdasarkan pengalaman selama ini dalam menggeluti kesenian Bangklung. Pesan Abah Adjuk, pendiri Padepokan Seni Bangklung Candramaya bahwa berkesenian Bangklung bukan soal memainkan “alat” tetapi lebih pada “perilaku diri”. Beliau adalah sosok inspiratif kesenian Bangklung yang menjadikannya (Ade Sobarna) tetap melestarikan kesenian Bangklung.

Yuliawan Kasmahidayat selaku Kapus EKKIP LPPM UPI, menangkap motif dalam kegiatan bincang budaya untuk mempertahankan kelestarian kesenian Bangklung. Membangun sikap peduli Bangklung di tengah ribuan tontonan di media sosial. Membangun sikap atas begitu banyak peluang pertunjukan di media sosial. Membangun sikap kepedulian masyarakat, pemerintah, akademisi, pengiat seni budaya, dalam merancang strategi untuk mempertahankan kesenian Bangklung dalam 5 atau 10 tahun ke depan di dalam kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. (*KESENIAN BANGKLUNG GARUT : Di Tengah Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, n.d.)

Link Youtube Talkshow :

<https://youtu.be/gh97TN5RrEs>

#### (4) *International Webinar Batik Malaysia-Indonesia*



Kegiatan International webinar ini diselenggarakan untuk turut memberikan kontribusi dalam pengembangan industri kreatif dan UMKM di masa Pandemi Covid-19. Pemaparan dari para narasumber diharapkan dapat memberikan ide-ide baru dan penciptaan strategi yang lebih baik dalam pengembangan usaha masyarakat.

Pembahasan dalam kegiatan ini berfokus pada pengembangan dan peluang usaha batik. Baik di Indonesia maupun Malaysia penggunaan batik di masyarakat sudah lumrah untuk ditemui. Mulai dari penggunaan di situasi santai sehari-hari hingga situasi formal sekalipun. Batik pun terus berkembang dengan melahirkan beragam motif dan warna, sehingga kini penggunaan batik pun banyak digemari oleh anak-anak muda. Pengaplikasian motif batik sendiri tidak hanya diaplikasikan di baju saja, melainkan bisa juga di celana, sepatu, tas, hingga aksesoris lainnya.

Begitu besar potensi yang dimiliki batik dalam pengembangan usahanya, bahkan di pasar global sekalipun

minat akan batik terus meningkat setiap waktunya. Ditunjang dengan pemanfaatan internet dan media sosial sehingga jangkauan pasar semakin luas. Dukungan dari pemerintah, lembaga litbang, dan sumber daya yang memadai menjadi angin segar bagi pegiat UMKM saat ini. (*KESENIAN BANGKLUNG GARUT : Di Tengah Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, n.d.)

Pembahasan pada Webinar ini mengenai “Prospek Industri Kreatif Kerajinan dan Batik” yang disampaikan langsung oleh Dr. Ir. Retno Widiastuti, M.M. dari Balai Besar Kerajinan dan Batik Yogyakarta sebagai keynote speaker. Beliau menyampaikan bahwasanya Survei World Competitiveness Yearbook (WCY) 2021 yang dilakukan oleh Institute Management Development (IMD) menempatkan daya saing Indonesia pada peringkat 37 dari total 64 negara yang didata. Daya saing tersebut terutama dalam bidang industri kreatif seperti: serat alam non tekstil, kerajinan logam, kerajinan bambu, kerajinan batu, kulit kerang, tulang tanduk, gerabah, kulit, hingga industri perhiasan. Untuk dapat meningkatkan daya saing di masa pandemi bisa dimulai dengan memanfaatkan lingkungan sekitar seperti: serat pelepah pohon nipah dan batang kudzu yang diolah menjadi bahan tenun, tanaman mendong, bamban, dan serat kulit melinjo sebagai anyaman yang bernilai jual.

Kemudian narasumber di kegiatan ini kompak membahas mengenai inovasi produk dan pemasaran digital agar tetap mampu bersaing di industri kreatif di tengah- tengah kondisi pandemi. Rozliza Muhammad, pebisnis asal Malaysia yang membahas produk dari Lizza Creations mengungkapkan perlu nya sebuah inovasi produk yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan di masa pandemi. Sedangkan Farid Abdullah dan Tetet Cahyati membahas mengenai inovaasi di Rumah Batik Komar serta Galeri Popo Iskandar yang juga sama-sama berjuang untuk tetap eksis di industri kreatif fesyen.



### (5) Rangkaian International Webinar Menjadi Penguatan World Class University (WCU) Tahun 2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pendidikan Indonesia melalui Pusat Kajian Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata (EKKIP) menyelenggarakan International Webinar. Kegiatan ini merupakan salah satu penguatan program WCU (World Class University) UPI tahun 2021. Dalam ketiga series ini, tema utama yang diangkat mengenai “Strategi Kolaborasi Dalam Pengembangan Jaringan Industri Ekowisata Berbasis Pendidikan Seni Dan Budaya”.





Ketiga webinar tersebut erat kaitannya dengan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata. Selain itu, materi yang disajikan juga dikaitkan dengan seni dan budaya yang diunggulkan masing-masing daerah. Bisa dibilang ketiga webinar ini menjadi ajang berbagi ilmu dan pengetahuan mengenai seni, budaya, pariwisata antara Indonesia dan Malaysia, karena keynote speaker dan narasumbernya berasal dari kedua negara ini.

Pembahasan yang disampaikan pada Webinar Series 1 mengenai promosi dan kolaborasi kegiatan ekonomi kreatif dan pariwisata antara Indonesia dan Uzbekistan melalui bidang pendidikan (institusional) dalam hal ini adalah perguruan tinggi di Indonesia terutama UPI Bandung. Kemudian, tema narasumber yang diangkat pada pembahasan ini sebagai respons dalam pengembangan potensi alam dan budaya di Indonesia dan Malaysia. Pengembangan yang dimaksud tidak hanya semata-mata untuk eksploitasi alam dan budaya saja, namun pengembangan berkelanjutan yang mengedepankan kelestarian alam, kearifan lokal, seni budaya dalam konsep ekowisata. Pengembangan konsep ini mengharapkan terjadinya harmonisasi pada unsur politik, lingkungan, sosial,

budaya, dan ekonomi. Pengembangan ekowisata di Indonesia juga sebagai proses kulturalisasi menuju penguatan basis multikulturalisme Indonesia.

Masih dalam lingkup pengembangan ekowisata yang dikaitkan dengan budaya dan pendidikan. Pembahasan Webinar Series 2 dimulai dengan pemaparan awal dari Prof. Azril Azahari, Ph.D. selaku keynote speaker yang memaparkan tentang tren ekowisata di masa lalu, masa kini, dan bagaimana peluangnya di masa depan. Beliau menjelaskan bahwa paradigma pariwisata telah bergeser. Pergeseran besar yang dipengaruhi banyak hal seperti teknologi, politik, regulasi, sosial, ekonomi, dan lingkungan yang akan mendorong terjadinya landasan industri baru. Konsep pariwisata pun berkembang dan memunculkan istilah-istilah baru seperti Ekotourism, Bioekotourism, Greentourism. Pengembangan pariwisata yang mengedepankan kelestarian abiotik (benda tak hidup), biotik (flora, fauna, dan manusia), kultural (peradaban). Sedangkan Dr. Hasanudin, M.Si. dalam paparannya memfokuskan pada pengembangan desa adat sebagai bagian dari ekowisata dalam penguatan ragam budaya Indonesia. Negeri yang dibangun dari ragam suku bangsa, bahasa, budaya, kepercayaan, dan hukum adat adalah kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia. Tercatat dari data BPS tahun 2021 ini terdapat 633 ragam suku bangsa yang tersebar di berbagai daerah di tanah air, daerah-daerah tersebut mempunyai orisinalitas yang bersifat istimewa dan sudah menjadi tanggung jawab negara untuk dapat menjamin kelestarian hidupnya dan hak-hak asal usulnya.

Assoc. Prof. Dr. Mohd Hafiz Hanafiah membahas lima pilar pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis pemberdayaan kearifan lokal. Keterhubungan antara masyarakat dengan pariwisata begitu erat hubungannya. Destinasi pariwisata, disebutkan olehnya, erat dalam hubungan dengan penciptaan lapangan pekerjaan, pe-

manfaat kekayaan sumber daya, dan pergerakan roda ekonomi. Lima pilar yang dimaksud terdiri dari akademisi, pebisnis, masyarakat, pemerintah, dan media. Berbeda dengan Dr. Yuliawan Kasmahidayat, M.Si. yang memberikan pandangannya tentang metode sugesti pendidikan seni sebagai alat pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Kasmahidayat et al., 2022). Persepsi tentang seni tidak hanya diartikan sebagai alat penghibur dan keindahan saja, namun bisa dipahami sebagai media untuk membukakan imajinasi berpikir seseorang tentang sesuatu yang tidak terbatas. Sains bekerja dengan memahami objek dengan cara membuat jarak kemudian mengubah realitas objek menjadi objek baru, sedangkan seni memahami objek dengan cara menyatu tanpa mengubah realitas objek dan memberikan nyawa dalam segala hal. Sehingga seni dapat mencipta persepsi-persepsi baru yang bernilai kebenaran dalam kehidupan.

Kemudian, pembahasan yang disampaikan pada Webinar Series 3 adalah mengenai konsep ekowisata yang dilihat dari kacamata akademisi dan bagaimana hubungannya dengan warisan budaya yang tentunya sangat potensial untuk dijadikan tujuan wisatawan lokal maupun internasional. Sebuah tujuan wisata akan dapat dikembangkan dengan bantuan fasilitas yang mendukung seperti infrastruktur dan produk yang menjadi ciri khas. Selain itu, manajemen yang baik juga akan berdampak baik pula pada proses pengembangan wisata disini dari mulai regulasi, pembiayaan, pengembangan, hingga pemasaran kepada khalayak luas.

#### **(6) *Peran Serta Duta Kampus Dalam Menghasilkan Talenta Kreatif***

Diskusi antara EKKIP dengan PPBS (Putra Putri Bumi Siliwangi), serta Pengurus GEKRAFS Jabar, membahas mengenai kebutuhan talenta kreatif yang baru terisi sebesar 19% dari total kebutuhan yang ada, akibatnya pertumbuhan

industri kreatif di tanah air melaju dengan tidak maksimal. Sehingga untuk itu EKKIP UPI bersama GEKRAFS Jabar melakukan pembahasan bersama guna menyiasati persoalan tersebut. Salah satu yang diharapkan menjadi solusi adalah perluasan dari program PPL atau magang yang sudah ada dan berjalan selama ini. Universitas selaku instansi utama yang bergerak dalam bidang pendidikan memiliki peranan penting dalam mencetak lulusan yang berkualitas, salah satu upaya yang dilakukan universitas adalah dengan diberlakukannya Program Pengalaman Lapangan (PPL). Namun untuk dapat mencetak talenta kreatif diperlukan lebih dari sekedar pelaksanaan PPL saja, perlu diupayakan hal-hal lainnya atau melakukan upgrade dari konsep PPL yang sudah ada.

Bergeser dari pembahasan mengenai PPL, program magang mahasiswa pun dapat dilakukan dengan cara lainnya seperti keikutsertaan mahasiswa pada komunitas, himpunan, UKM, dan kegiatan sejenis lainnya. Duta Kampus UPI atau PPBS UPI merupakan salah satu wadah yang dapat dijadikan untuk menghasilkan talenta kreatif. PPBS UPI merupakan organisasi duta kampus yang bergerak dalam mengembangkan minat khusus Mahasiswa UPI. Beberapa hal yang dibina di antaranya mengenai *public speaking*, kewirausahaan, *table manner*, dan lainnya sehingga mampu untuk menjadi maskot (ambassador) yang mempromosikan UPI di dalam maupun di luar lingkungan kampus.

Beberapa perwakilan Putra Putri Bumi Siliwangi (PPBS) yang terdiri dari Juara 1 Putra dan Putri, Duta Kewirausahaan, Duta Media Sosial, dan Duta Kesehatan, ikut digandeng untuk menyemarakkan kegiatan ini. Dalam sesi diskusi webinar, Ghevira Syaharani menanyakan bagaimana mengembangkan kreatifitas dalam bidang digitalisasi. Narasumber menyampaikan bahwasanya kreatifitas itu tidak ada batasnya apalagi di era yang semakin canggih ini.

Ditambahkan oleh narasumber lain, bahwasanya manusia dituntut untuk bisa bertahan dan berkreatifitas terlebih di era Metaverse yang akan dihadapi kedepan, karena jika tidak maka manusia itu sendiri akan tergerus zaman. Selain itu, PPBS UPI juga mempunyai Duta Pendidikan, Duta Intelegensia, dan Duta Lingkungan yang ke depannya dapat disinergiskan dengan talenta kreatif yang dimiliki oleh generasi masa kini sehingga dapat bersaing dalam mencari lapangan pekerjaan. Salah satu program kerja Pusat Kajian Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata (EKKIP) LPPM UPI tahun 2021, membidik prestasi mahasiswa bidikmisi UPI saat menjalankan perkuliahan sesuai dengan program studi masing-masing. Ruang lingkup yang diamati adalah kehidupan dan sepak terjangnya selama beraktivitas di kampus, maupun perjuangan di lingkungan masing-masing yang disusun dalam bentuk Book Chapter. Program ini melibatkan beberapa mahasiswa bidikmisi yang terpilih dari data prestasi yang diperoleh dari Lingkar Bidikmisi UPI (sekarang menjadi Lintang UPI).

Sesuai dengan Rencana Strategis UPI tahun 2021-2025 bahwa penyelenggaraan dan pengembangan pembinaan kemahasiswaan untuk meningkatkan mutu lulusan serta meningkatkan jejaring dan pemberdayaan peran alumni salah satunya dengan menorehkan prestasi di berbagai bidang di lingkungan mahasiswa. (*PERAN SERTA DUTA KAMPUS DALAM MENGHASILKAN TALENTA KREATIF*, n.d.)



(7) *Pengembangan Jurusan Padepokan Pencak Silat Mahaputra Desa Cintaraja, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya sebagai penguatan wisata religi serta sebagai media terapi (penyembuhan)*

Jurus pencak silat yang dikembangkan lebih mengarah untuk mendukung wisata religi di daerah tersebut. Untuk itu, penulis berhasil mengembangkan sebuah inovasi jurus yang berangkat dari jurus silat di Padepokan Pencak silat Mahaputra Desa Cintaraja, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya serta penguatan dari jurus silat di Cianjur dan Padalarang. Jurus Silat *nga-guar* diri disusun sebagai salah satu media normalisasi tingginya kadar asam lambung dalam diri manusia. "*Nga-guar*" diri merupakan satu proses membuka dan melan-

carkan peredaran darah pada syaraf otak, jantung, paru-paru, pundak, serta tumpuan kaki. Olahhan jurus yang dikembangkan dari anggota badan lengan dan tumpuan kaki, dilakukan dengan tingkat konsentrasi yang tinggi berdasarkan rotasi empat arah mata angin, sebagai peleburan dan pengkultusan diri secara total terhadap Sang Khaliq, leluhur, alam sekitar, serta gambaran perilaku dalam perjalanan hidup di muka bumi. Jurus Silat "nga-guar diri" ini diciptakan berdasarkan latar belakang atau salah satu ruang lingkup kepakaran Yuliawan yang fokus kepada Estetika dan Kajian Budaya yang mana di dalamnya terdapat materi tentang pencak silat. Selain itu, Yuliawan juga menciptakan inovasi ini berangkat dari pengalaman pribadi bahwasanya ia pernah merasakan penyakit "gerd" yang dialami secara tiba-tiba. Setelah berbagai pertimbangan dan juga pendalaman terhadap berbagai jurus yang pernah dipelajari, akhirnya Yuliawan mengembangkan jurus silat dari beberapa jurus yang sudah ada kemudian dilakukan penyesuaian. Jurus Silat yang dinamai "nga-guar diri" ini disusun sebagai salah satu media normalisasi tingginya kadar asam lambung dalam diri manusia.



Link Youtube Jurus Silat "nga-guar diri" :

<https://youtu.be/Xa2wQWJVucM>

Pengembangan jurus ini kemudian mendapatkan apresiasi langsung dari Rektor Universitas Pendidikan Indonesia melalui Kegiatan Anugerah Inovasi Pendidikan yang diprakarsai oleh Direktorat Inovasi dan Pusat Unggulan Universitas (DIPUU). Kegiatan ini merupakan salah satu upaya apresiasi bagi para sivitas akademika UPI yang telah menciptakan dan melahirkan karya-karya inovatifnya. Momen ini sejalan dengan tema yang diusung oleh UPI pada kegiatan Dies Natalis tahun ini yaitu “Bangkit, Berkarya, dan Inovatif menuju Indonesia Emas 2045”. Anugerah yang diberikan kepada para sivitas akademika yang mempunyai karya inovatif dan unggulan ini menjadi salah satu bukti bahwasanya UPI sangat mengapresiasi dan mendukung para sivitas untuk terus berkembang dan berkreasi sesuai bidang masing-masing. Jurusan ini menjadi salah satu penerima penghargaan Anugerah Inovasi dari Universitas dalam bidang inovasi Pendidikan yaitu penghargaan sebagai peringkat kedua dalam bidang inovasi pendidikan dengan judul inovasi Jurusan Silat “nga-guar diri”. (*Inovasi Dr. Yulianawan Kasmahidayat, M.Si. Memperoleh Penghargaan Anugerah Inovasi UPI 2022, n.d.*)



Selain itu, pengembangan jurusan ini berhasil lolos dan mewakili Universitas Pendidikan Indonesia dalam Verifikasi/*Fact Finding* Program Anugerah *Academic Leaders* Tahun 2022 bidang Seni dan Budaya. Yulianawan menjadi kandidat dosen

penerima *Academic Leaders* bidang Seni dan Budaya bersama dengan Dr. Andry Masri, S.T., M.Sn. dari Institut Teknologi Nasional Bandung dan Prof. Dr. Wening Udasmoro, M.Hum dari Universitas Gadjah Mada. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 25-26 November 2022 yang bertempat di Pullman Hotel Jakarta Indonesia di jalan M.H Thamrin, Jakarta Pusat.



**(8) BICREETID #1 (Bandung Innovative of Creative Economy, Entrepreneurship, and Tourism Industry Development)**

Webinar ini menghadirkan Dr. H. Salahuddin Uno, B. B. A., M. B.A (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) sebagai Keynote Speaker. Dalam paparannya, Pak Menteri yang akrab dipanggil Bang Sandi menyampaikan, pengembangan kepariwisataan berkelanjutan dan berkualitas; program

*sustainable tourism development* (STD), carbon footprint calculator & offsetting, pengembangan produk wisata ramah lingkungan, pengelolaan sampah terpadu, dan pemanfaatan energi terbarukan.



Pemaparan narasumber pertama, Jeong Ok Jeon (Director of ARCOLABS), Mengangkat tema: Seni Menjembatani Cerita Pertunjukan Seni & Budaya Indonesia dan Korea. Menyediakan fasilitas pengembangan untuk seniman atau komunitas sebagai sarana berkomunikasi antara seniman, kurator, kritikus seni baik dari dalam maupun luar negeri melalui: *first arts & culture exchange, international exchange exhibition, the story of arts & culture exchange between Korea dan Indonesia*. Selanjutnya, Wahyu Broto Susmono dan Emi Indriastuti yang sukses dengan usaha yang dirintis dari 24 tahun lalu. Mereka bersama- sama menjalankan usia yang bergerak di bidang pembuatan sofa serta interior rumah tangga yang mengedepankan asas kekeluargaan dan bekerja dengan

hati. Pemaparan terakhir dari Santiago mengambil tema: *The Influence of Art and Cultural Exchange Experience From Ecuadorian People in Indonesia to Develop Creative Economy Entrepreneurship and its Impact in The Tourism*. Seni melalui komunikasi bahasa sehari-hari melalui bahasan: *arts is practiced by the humankind around the world, Arts is the universal language that unifies the humankind, the art maintain the cultures, express ideas and feelings with music, images and movements*. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan BICREETID ini mengkolaborasikan beberapa ilmu dari ekonomi kreatif, kewirausahaan, pariwisata, seni dan budaya yang kesemuanya dapat terangkai dan terkonsep secara apik dalam sebuah penyajian webinar yang diselenggarakan oleh EKKIP LPPM.

The banner for BICREETID #2 features the following details:

- Title:** BICREETID
- Subtitle:** "Bandung Innovative of Creative Economy, Entrepreneurship, and Tourism Industry Development"
- Organizers:** EKKIP LPPM UPI & GEKRAFS JABAR
- Keynote Speakers:** Dr. W. Sanjaya Setiawan, R. M. S., and R. M. S. (Chair of GEKRAFS)
- Another Speaker:** Prof. Dr. Diah Setiawan, R. M. S. (Chair of LPPM UPI)
- Moderator:** Irena Salsani, M. Sc. (Lecturer in DKV UPI)
- MC:** Givul Tanjung, M. Pd., S2 Art Education Alhamsi
- Other Speakers:** Semirga Paul Gerson Andrade (Creative Industry Artist and Multipotentiality Researcher), Wahyu Brata Susanto & Eni Indriastuti (CEO of CV Jember100%), and Jenny Di Anne (Director of ARCADE)
- Opening Speech:** Prof. Dr. Diah Setiawan, R. M. S. (Chair of LPPM UPI)
- Date:** Wednesday, August 24, 2022
- Supported by:** Various institutions including ST R, UPI, and others.

(9) **BICREETID #2 (Bandung Innovative of Creative Economy, Entrepreneurship, and Tourism Industry Development)**

Kegiatan ini merupakan kegiatan lanjutan dari BICREETID #1 yang sukses diselenggarakan secara daring di tahun 2022. Yuliawan selaku Kepala Pusat EKKIP memang

berkomitmen untuk menjadikan kegiatan BICREETID sebagai kegiatan tahunan dan juga kegiatan unggulan dari pusat kajian EKKIP itu sendiri. Hal tersebut terbukti dengan kegiatan BICREETID #2 yang sukses diselenggarakan secara *hybrid* melalui Zoom dan langsung di CV Annet Sofa (Joglo Brotosusmanan) sebagai tuan rumah.

Kegiatan BICREETID ini merupakan kegiatan kolaborasi lanjutan atas SPK yang telah disepakati antara Pusat Kajian EKKIP (Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata) LPPM UPI dengan CV Annet Sofa di tahun 2022 lalu. Selain itu, kegiatan ini juga menggandeng Sharief Omela selaku Ketua GEKRAFS DPW Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai bentuk perhatian terhadap sektor industri kreatif. Selain itu juga, EKKIP menggandeng pihak akademisi yang salah satunya adalah Dr. Iva Ariani, S.S., M.Hum., dosen di Fakultas Filsafat UGM yang juga memiliki perusahaan yang bergerak di bidang fesyen dan Tresna Maya Sofa, S.Pd., M.Pd. yang merupakan dosen di Program Studi Pendidikan Seni Tari FBS UNY sebagai moderator kegiatan ini. Dr. Iva merupakan salah satu narasumber seminar di rangkaian BICREETID dan juga akan menampilkan busana karya sendiri dengan label DnD Couture. Sementara kolaborasi dengan UNY yang diwakili oleh Tresna dan mahasiswa Program Studi Seni Tari yang menampilkan tarian Merak sebagai Opening dan Sekar Pudjiastuti sebagai Closing Art dalam agenda pertunjukan seni. Salah satu narasumber kegiatan BICREETID ini yaitu Santiago Paul Erazo Andrade, mahasiswa Doktoral Pendidikan Seni SPs UPI yang berasal dari Ekuador. Dia menyampaikan materi mengenai ekspresi estetis dalam sebuah seni lukis. Selain itu, dia juga memamerkan karya lukisannya dari tahun 2019 yang dipajang di lokasi kegiatan. Sebagai keynote speaker, EKKIP bekerja sama dengan Balai Besar Kerajinan dan Batik Yogyakarta yang diwakili oleh Ibu Siti Rohmatul Umah



sebagai Kepala Bagian Tata Usaha menjelaskan mengenai industri batik yang berkembang di masa post-modern saat ini yang dapat diterima berbagai kalangan. Pihak BBPK bahkan tidak menutup kemungkinan untuk bekerjasama dengan UPI dalam bidang penyaluran SDM (mahasiswa) sebagai tempat praktek industri atau PKL untuk mahasiswa dengan prodi yang bersinggungan dengan industri Batik.



Kegiatan lainnya yang masih menjadi rangkaian BICREETID #2 yakni Workshop dihadiri oleh siswa SMK Negeri 1 Kalasan, Sleman dan SMK 2 Pengasih, Kulonprogo. Mereka hadir untuk mendapatkan materi mengenai proses pembuatan sebuah meubel dan furniture khas dari Annet Sofa mulai dari proses produksi bahan, penjahitan, covering, hingga display akhir yang siap untuk dipamerkan dan dijualbelikan. Sore hari sebagai penutup kegiatan, terdapat pertunjukan tari Sekar Pudjiastuti oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Tari FBS UNY, kegiatan ini juga dimeriahkan oleh unjuk bakat para vokalis, seperti Iva Ariani, Ferry Nugraha, Adira Hesty, dan Yuliawan Kasmahidayat pun tak mau kalah eksis. Santiago sendiri selain sebagai narasumber, dia mempertunjukkan bakatnya sebagai pelukis handal dengan melukis secara langsung dalam waktu 2 jam saja. Sebagai penutupan, ada juga peragaan busana DnD Couture dan karya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Busana FPTK UPI. *(EKKIP LPPM UPI Dan ANNET SOFA Sukses Gelar Seminar, Workshop, Dan Pertunjukan Seni BICREETID #2, n.d.)*





EKKIP LPPM UPI dan CV ANNET SOFA memersebabkan

# BICREETID #2

"Bandung Innovative of Creative Economy, Entrepreneurship, and Tourism Industry Development"

**Keynote Speakers**

- H. Khasanul Umah, Wakil Bupati Tana Liris Kabupaten Zaroban & Batak
- Dr. Yuliani Kasmalilyana, MSi, Kepala Pusat EKKIP LPPM UPI

**Opening Speech**

Prof. Dr. Dodang Sarandaj, M.Hum., Ketua LPPM UPI

**Narasumber :**

- Dr. Iva Akani, S.S., M.Pum., Kepala BAKC Cirebon
- Selingga Putri Bewa Andriani, Koordinator Fasilitas (CV ANNET SOFA)
- Wahyu Baiti, Susmono & Evi Setiandari, Alumni CV ANNET SOFA
- Skarif Oesha, Ketua ANNET SOFA

Peringkat Acara

Kamis, 9 Maret 2023

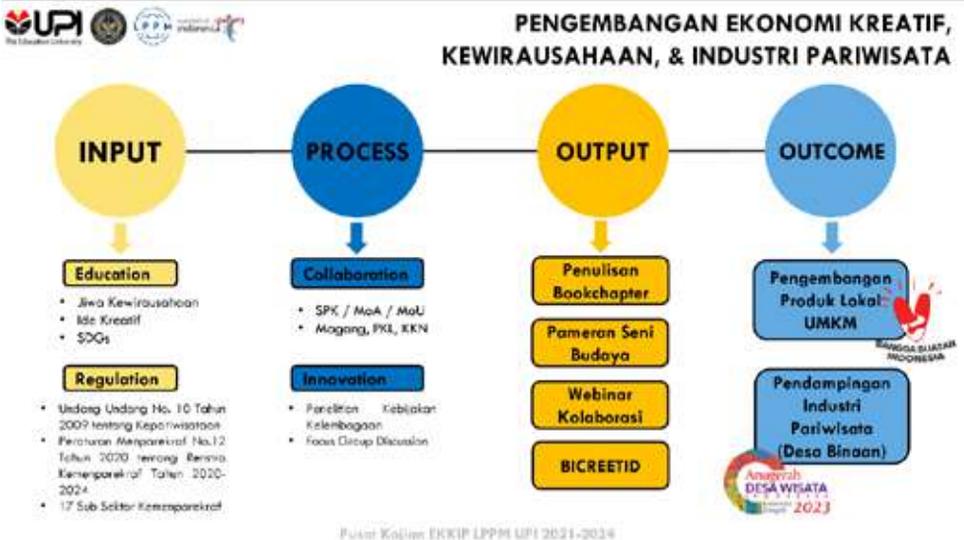
Supported by :

(10) *Model kolaborasi pengembangan ekonomi kreatif, kewirausahaan, dan industri pariwisata*

Pusat Kajian dan Pengembangan Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Pendidikan Indonesia (EKKIP LPPM UPI) selama 3 tahun ini sudah

melakukan berbagai kolaborasi dengan beberapa mitra dan instansi baik di bidang Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, maupun Industri Pariwisata. Kolaborasi yang dilakukan berupa kegiatan yang memfokuskan pada kajian lintas disiplin dan lintas sektor terutama sektor ekonomi kreatif, kewirausahaan, dan industri pariwisata. Selain itu, kegiatan-kegiatan tersebut dipayungi oleh Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) antara EKKIP dan mitra. EKKIP sendiri juga senantiasa memberikan pendampingan kepada mahasiswa, komunitas, desa wisata, dan beberapa pihak agar dapat berkolaborasi sebagai perwujudan pentahelix bidang akademisi sehingga setiap kegiatan yang dilakukan berjalan sesuai dengan tujuan. Selain itu, salah satu dukungan pentahelix lainnya adalah pemerintah atau *government* yang mempunyai kekuatan berupa regulasi yang mendukung terhadap kegiatan-kegiatan pariwisata. (Hasanuddin et al., 2023)

Berikut model kolaborasi yang dilakukan Pusat Kajian EKKIP LPPM UPI dalam bidang ekonomi kreatif, kewirausahaan, dan industri pariwisata.



## Referensi

*Ekip Lppm Upi Dan Annet Sofa sukses gelar seminar, workshop, dan pertunjukan seni BICREETID #2.* (n.d.). Retrieved April 9, 2023, from <https://lppm.upi.edu/page/detail/ekkip-lppm-upi-dan-annet-sofa-sukses-gelar-seminar-workshop-dan-pertunjukan-seni-bicreetid-2>

Hasanuddin, H., Kasmahidayat, Y., Hafiz, M., & Hanafiah, M. (2023). *The Social Engineering of Land Resource Based on Local Wisdom: Developing Ecotourism by Designating Nagari as Customary Village*. <https://doi.org/10.4108/EAI.12-11-2022.2327392>

*Inovasi Dr. Yulianawan Kasmahidayat, M.Si. memperoleh penghargaan Anugerah Inovasi UPI 2022.* (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <https://lppm.upi.edu/page/detail/inovasi-dr-yulianawan-kasmahidayat-msi-memperoleh-penghargaan-anugerah-inovasi-upi-2022>

Kasmahidayat, Y., Hasanuddin, H., & Hanafiah, M. H. M. (2022). Innovative Ecosystem Design through the Development of the Tourism Industry Based on Arts Education. *Proceedings of the 4th International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2021)*, 665(Icade 2021), 340–346. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220601.072>

*Kesenian Bangklung Garut : di Tengah Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.* (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <https://lppm.upi.edu/page/detail/kesenian-bangklung-garut--di-tengah-kemajuan-ilmu-pengetahuan-dan-teknologi>

*Peran Serta Duta Kampus Dalam Menghasilkan Talenta Kreatif.* (n.d.).



Retrieved April 10, 2023, from <https://lppm.upi.edu/page/detail/peran-serta-duta-kampus-dalam-menghasilkan-talenta-kreatif>.

## **BAB 2**

# **The Influence of Art and Cultural Exchange Experience from Ecuadorian People in Indonesia to Develop Creative Economy Entrepreneurship and Its Impact in The Tourism**



**Santiago Paul Erazo Andrade<sup>1</sup>, Dita Oktaria<sup>2</sup>**

Art Education Study Program, School of Postgraduate,  
Universitas Pendidikan Indonesia<sup>1</sup> School of  
Computing, Telkom University<sup>2</sup>  
*santiagoerazo@upi.edu<sup>1</sup>, dioktaria@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>*

### **Introduction**

**E**cuadorian people has been having art and cultural exchanges in Indonesia for more than decade. The people of Indonesia and Ecuador, have opened opportunities for increasing socio-cultural cooperation to increase people- to-people contact. There is a fairly high interest from Ecuadorian students to study Indonesian culture, which can be facilitated through the provision of scholarships within the framework of Darmasiswa or scholarships for developing countries. In this context, Ecuadorian students continuously take advantage of the offer to study the arts, culture and Indonesian language through the Darmasiswa scholarship program. The Indonesian Embassy in Quito actively organizes various cultural performances and tourism promotions to introduce Indonesia and to attract local and foreign tourists (Ministry of Foreign Affairs of The Republic of Indonesia, n.d.)

The first thing Ecuadorian people have to learn is the

Indonesian language as result of the culture, and primordial way of communication, to make possible the transmission of the culture. In addition, when someone wants to learn another culture, this person would also have to learn another language. In the process of learning another culture, we may experience a cultural shock if we lose the signs and symbols that guide us in everyday life. It is definitely different when you are a tourist and when you are actually living in a foreigner country, you will have to learn to communicate and understand all their culture and the beginning of the understanding is by the language. In the everyday cultural exchange the communication is very important to understand what is part of their culture and what is part of the personality that develop their uniqueness (Pujiyanti & Zuliani, 2014).

Arts are also everyday language form of communication practiced by the humankind around the whole world, it is language of expression that remains the fundamental aspects of the humanity to maintain the cultures. Furthermore, art is as universal language has the capability to unify the humankind and build bridges for a second language learners among different cultures. Art as a language express ideas, feelings with music, images, and movements (Uduak & Akpan, 2020).

The art and cultural exchange between nations is fundamental to create diversity understanding and tolerance within the countries, it will contribute with the value of economic development of society (Ochoa & Orlove, 2015). Cities around the world are exploring now a days strategies to improve their economy, building their civil pride and recognition, using arts and culture (Golberg, 2012).

Nevertheless, until this point, there was not any research that explore, describe or explain the influence of the art and cultural exchange between Ecuador and Indonesia within the economic creativity entrepreneurs of the participants eighter the tourism understand that comes by the hand

of the exchange programs. So I in this research I collect the experiences of Ecuadorian people who have or had art and cultural exchange in Indonesia to understand the influence of this culture in the creativity of Ecuadorian people and if as result of this creativity they have been able to generate economic entrepreneurships, and how this experience has influence the tourism understanding of with both nations.

### **Literature Review**

The creativity is the generation of novel ideas to achieved specific aims. The componential theory of creativity mention four components, the skills, the process, motivation and the social environment. The three first components are within the individual and the fourth one depends on the social environment (Amabile, 2013). The authors Sternberg R.J. and Lubart T.I. add in their article, two more individual components to the creativity, which are, the intellectual style and the personality. The authors mention that a creative performance is the result of all the components of the creativity (Sternberg & Lubart, 1991).

The idea of creative economy has been all over the place in the 90s with the book "How People Make Money From Ideas" of John Howkins (2001). The author focuses in the "intellectual property" stating that "creative economy" it is not only about creative, culture, heritage, knowledge, information, innovation art, architecture, knowledge, fashion, etc, but the person's ideas is the most relevant input and output, nor the capital eighter a land. The author states that all forms of creativity and science involves the using of the brain, the creative economy depends on the ability to dream, wonder, think, invent, from the individuals, which generate diversity as the nature of culture. Everybody can be creative it is not exclusive to a segment of people, do not recures any material element (Peters & Besley, 2008).

In America there has been studies that want to reclaim the space of entrepreneurship in society. The editors Chris

Steyaert and Jerome Katz (2004) formulate three underlying propositions for this reclamation. First, entrepreneurship takes place in multiple sites and spaces such as neighbourhoods, communities or circles, Second, these spaces are political spaces that can be constituted through a variety of discourses. Third, entrepreneurship is a matter of everyday activities rather than actions of elitist groups of entrepreneurs. It means that an entrepreneurship is more social rather than a purely economic activity, which embodies ethnic models, therapeutic communities, artists and artisans who embraced the social concept that is visible in health sector, the informal sector, ecological and sustainability, nongovernmental development organizations, art and culture, etc. (Peters & Besley, 2008)

Montana-Hoyos *et al.*, states that overseas studies are integral in disciplines such as design, that applies and create culture. These studies represent an opportunity for students to travel overseas, opening their vision of the world to new cultures, different cultures, and different ways of thinking and doing. Experiential learning is very important in creative disciplines such as design for a better understanding of different cultures also means a better understanding of different people, so working in this interconnected global world, can be acquired through study trips. To support design study tours, the Australian Government organize an annual series of short-term study tours to Shanghai (2012), Hong Kong (2013), Singapore (2014) and a future tour to Japan (2015) and Shanghai/Beijing (2015). The findings shows that these experiences can offer opportunities to create new products, build partnerships and industry relationships to supporting a more sustainable approaches in higher education (Hoyos *et al.*, 2015).

The author Richard A. Rogers states in his research about Cultural Exchange to Transculturation that cultural appropriation is often mentioned in studies as the use of a culture's symbols, artifacts, genres, rituals, or technologies by

members of another culture. Cultural appropriation can be divided in 4 categories: exchange, dominance, exploitation, and transculturation. Transculturation questions the view of culture root. Transculturation propose culture as a relational phenomenon constituted by acts of appropriation, not an entity that merely participates in appropriation. Tensions exist between the need to challenge ownership and degradation to criticize the exploitation of colonized cultures (Rogers, 2006).

Elena de Prada *et al.*, in their research “Creativity and Intercultural Experiences” highlight the link between creativity and interculturality, attempting to establish the relationship between intercultural experiences and creativity in the context of international university exchanges improving these link. They study 303 university students from a Spanish university. Data were obtained from a survey that measured creativity with two different with English proficiency, and intercultural experiences abroad. Results show a strong relationship between creativity and intercultural experiences, suggesting that those students who lived abroad and in a higher number of foreign countries are more creative. Furthermore, the most relevant differences appear when they compare the students who have not lived abroad and those who have lived in more countries, highlighting the importance of the relationship between interculturality and creativity. The strong link found between English proficiency and having experiences abroad, suggesting that when the level English is higher, there will be more options to increase students’ creativity. As conclusion, the students who have a higher level of English are more creative (De Prada *et al.*, 2020).

A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture) in June 2009 shows that creativity is a powerful tool for novelty linked to individuals, enterprises, cities or regions, establishes empathy, positivism, innovation and progress, it is the general

expression of humanity. To have a better understanding of the influence of culture on creativity, for instance culture contribute to creativity as a way to stimulate job creation, economic prosperity, learning and social cohesion. This report develops the concept of culture-based creativity as the ability of people, notably artists, to think imaginatively or metaphorically, to challenge the conventional, the usual way of thinking, to allow the development of a new vision, ideas and products (KEA European Affair, 2009).

Miriam Erez and Rikki Nouri in this article aims to answer the question of whether creativity is universal or specific to the culture, distinguishing two dimensions of creativity. First, the novelty and usefulness, and their relationship with culture. Second, the social context between culture and creativity. While creativity seems to be universal, its manifestation in the form of novelty or usefulness may have differences between cultures, in the social context, individuals can free their spirit in order to express their unique ideas, unchaining the cultural restrictions. Under a social context, cultural values explain the differences in the tendency to focus on the novelty rather than on the opportunity to creative idea, over and above individual differences (Erez & Nouri, 2010).

## **Methodology**

This qualitative social research described activities, events and situations to provide details, meaning and context from the perspective of Ecuadorian people who have lived, studied, travelled and/or worked in Indonesia. The technique to collect data is with the study document, structured interviews performed to a small number of fourteen Ecuadorian people who has been or are living in Indonesia and had experience the art and cultural exchange between both nations. The value of this qualitative research is the description of the Ecuadorian people, with their personal subjective experiences and the way

to create meaning and understanding from all those complex histories in order to explore, describe and explain it in a systematic way of understanding (Hesse-Biber & Leavy, 2008).

The Author collect a small group of fourteen Ecuadorian people to interview. Two of them are working together in an international huge musical project in Bali. There is another traditional musician from Otavalo - Ecuador who after traveling around the world sharing the Ecuadorian traditional art and culture, found Indonesia as his second home, he got married and living and work Indonesian as a traditional Ecuadorian musician and keep sharing and exchanging art and culture. Seven Ecuadorians are already finish their studies in Indonesia sponsored by the Indonesian government, six of them under Darmasiswa program and one of them complete his master in art with the sponsor of KNB (another Indonesian giver mental project). One Ecuadorian is now a days studying his doctoral degree with sponsor of a prestigious university in Bandung-Indonesia, and another one is currently studying her master degree in arts in another prestigious university in Jogjakarta-Indonesia. Two other Darmasiswa students has already finish his art and culture studies in Indonesia and now a days are not living in Indonesia or Ecuador.

## **Results and Discussion**

The fourteen participants have very interesting and unique histories that I will be describe in the results and discussion, some of them very bravely and some of them in more detail, it depends on the relevance with our research. To describe their experiences we have divided in four clusters. The first cluster, with three Ecuadorian musicians, two of them who live and work together in Bali-Indonesia, and the other one who live and work in Jakarta- Indonesia. The second cluster, with two Ecuadorians that are currently studying in a prestigious universities in Indonesia. The third cluster, with

seven Ecuadorians that have studies in Indonesia with the sponsor of Indonesian government. And the fourth cluster with two ex- students of Darmasiswa program sponsored by Indonesian government that are living abroad from Ecuador and Indonesia.

### *The First Cluster*

In the first cluster we have three Ecuadorian musicians, they are currently living and working in art and cultural projects in Indonesia. Firstable we will describe the two musicians who are in Bali-Indonesia, we will call them PV and PRIP. PV is well known musician and producer from Ecuador, he came from a family of musicians, his father is a very important musician from Chile in south America who lives in Ecuador. PV combines the world music with the contemporary and electronic elements. A few years ago he decide to move to Indonesia in order to work as musician and director for and huge international creative projects, called “Nanu” and “Labyrinth” held in Bandung- Indonesia. During his stay in Indonesia his social environment has develop all the component of creativity in 100%. This projects have create good economic income for himself and his community. He mention that is not sharing Ecuadorian culture in any of his projects because his creative economy entrepreneurship is giving great results as it is.

PV works with his causing PRIP. PRIP who is also musician, in this entrepreneurship he works as sound engineer, producer and stage manager. He has exactly the same developments in creativity and economical income as PV. Both of them mention that in the projects they are involve, people ask them about their origin and they have promote the Ecuador as a important tourist destination, even though none of them are consciously sharing art and culture from Ecuador.

In this cluster we also have the third Ecuadorian member, we will call him JAL. He is also an Ecuadorian traditional

musician from the Andes region of Ecuador, Otavalo city, and JAL is also build the traditional Ecuadorian instruments in Indonesia, he often receive orders to manufacture some of this traditional instruments such, specially “queenas”, he plays the traditional Ecuadorian music almost every day in different malls in Jakarta Indonesia and he has travel around Indonesia promoting his art and the Ecuadorian music around many countries in the world and since the last decade around Indonesia. JAL is married with an Indonesian woman and live in this country for a quite long period of time. During his stay in Indonesia he stated that his components of creativity haven’t been developed, he could not train a group of Indonesian musicians in order to create a musical band to perform traditional music from Ecuador, due to the difference way of play the instruments as Indonesian people is used to, his students have left his classes, because they could not manage the time, effort and dedication that takes to dominate this kind instruments. Nevertheless, JAL has manage a several symposiums to teach Indonesian people about Ecuadorian art and culture and how to manufactured the traditional Ecuadorian musical instrument, all iof this with non-profit proposes, just with the intention to promote his art and culture to the Indonesian society who is interested. So he mentioned his interest to share Ecuadorian art and culture as well as his own creative economical entrepreneurship, and by doing so, many people have been asking him very interested about his origins and he has promoted the touristic interest in the Indonesian society to go some day and visit Ecuador.

### *The Second Cluster*

In the second cluster we will explore, describe and explain the experience of two Ecuadorians who are currently living and studying in Indonesia studying. The first one we will call him STG , he is an Ecuadorian visual artist who has

been in Indonesia for a couple times, the first time to make a research for his undergraduate thesis about the batik industry, he spread this knowledge in Ecuador by making itinerary art workshops with batik techniques, and opening his own art studio for private classes, as well as receiving orders from clients. After the Embassy of Indonesia opened its doors in Ecuador, STG worked in cooperation with the Indonesian Embassy to spread the practice of batik techniques. He also worked with "CRISFE" foundation, in art classes for a vulnerable group of kids who were rescued from the streets. STG found out in his social artistic practices that, the art of the vulnerable kids were expressing unconscious symbols. STG got sponsorship from Indonesian Government to research this phenomenon within a master degree in a reputable University in Indonesia, he found a psychological theory that is directly linked with a creative process by the symbolic images from the imagination located in the unconsciousness, with this knowledge STG went back to Ecuador to spread the news with art exhibitions. STG decided to come back for the third time to Indonesia to continue his studies to create an educational model to teach people this creative process to generate art for therapeutic purposes.

STG mentions that in Indonesia he had increased the component of his creativity to 100%, he had developed a creative project while living in Indonesia, most of them about music and those projects had generated economical income directly for his community and indirectly for him also. STG is spreading Ecuadorian art and culture and had economical income with this activity. He also mentions that is part of a creative economy entrepreneurship about art, music and education. All his experience had created a touristic interest and between Ecuadorian and Indonesian people.

We will call the second Ecuadorian participant IRH, she is a dance student in a reputable university in Indonesia, she is currently studying her master degree, before she was in a

Darmasiswa cultural exchange program in Indonesia studying her dance as well. Since Ecuador, she practice a several arts such as traditional and contemporary dance, theatre, and music, she is an actress a choreographer, teacher and researcher. IRH had a lot of projects in cooperation with Indonesian and international artist. While she is in Indonesia her components of creativity had developed in a 100%, her creative projects had generate economical income for her community and also for her, she is sharing Ecuadorian art and culture with her colleges and people in general, even though this activity do not generate yet enough economical income. She haven't yet started a creative entrepreneurship in Indonesia because she is focus in her current studies and artistic projects.

### *The Third Cluster*

Whitin the third cluster, we will mention seven Ecuadorian ex art and cultural students, Indonesia sponsored by Indonesian Government to study in Indonesia. Now a days all of them are living back in Ecuador. ANM is a lecturer and visual artist, he had his creative entrepreneurship by teaching oil painting, now a days he is focus creating contemporary art and make exhibitions, he is a design lecturer in a Ecuadorian University. His experience in Indonesia had developed his creative components, specially he got motivated to keep studying abroad to prepare himself for the competitive art scene now a days.

DVN, she study dance back in Indonesia and got inspired and motivated to create her creative entrepreneurship to document and create art and cultural content around the whole world and sharing it in digital platforms as well as conventional media such as tv, radio and newspapers.

SRRA, studied dance in Indonesia, she mention that her experience had developed her creativity, she started a small creative entrepreneurship with dance classes and creating her

own T-shirt international brand in cooperation with another foreigner who studies in Indonesia as well.

MJO, she studied dance in Indonesia, the experience had developed her creativity, now a days she is part of a substantiable project in which the community cultivate their own food, her experienced in Indonesia had inspired other Ecuadorian people who had come to Indonesia to live their own experience.

DGR, is and Ecuadorian dancer, he studied in Indonesia traditional art in a reputable university, back in Ecuador he worked in cooperation with Indonesian Embassy as an expert Ecuadorian dance teacher to teach several traditional Indonesian dances, he mention that Indonesia had develop his creativity in a 100% but without the support of the Indonesian Embassy still hard to develop his own creative entrepreneurship and generate economical income for himself and his community, he suggested to create an Ecuadorian ex Indonesian students community in Ecuador to support the art and cultural activities in order to generate economical income in the future, he wish to come back to Indonesia to study a master degree in arts. he had been cooperating with Indonesian Embassy to share Indonesian culture for a few years and he had promote the art, culture of Indonesia as a perfect tourist destination and also a perfect place to learn about art and culture.

XLA, he is an Ecuadorian artist, he studied art and cultural program in Indonesia at the beginning, and later on he come back to Indonesia to make his master degree in art, with remarkable results, back in Ecuador he worked in his own studio with his creative entrepreneurship where he is open to receive orders to create sculptures.

IEN, she is an Ecuadorian who study tourism in Ecuador, her hobby is to dance and theatre, in Indonesia she got the opportunity to learn in Bali all their traditional dances. Indonesia develop her creativity in a 100% and she were part of a lot of

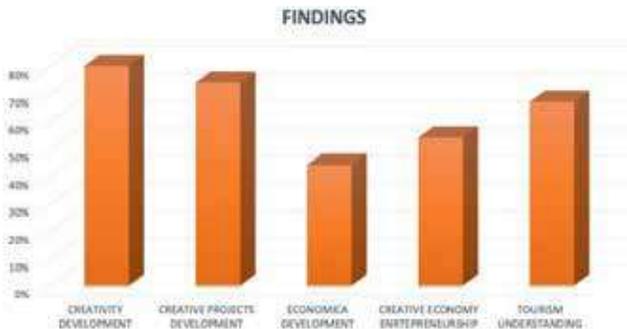


creative projects in Indonesia, back in Ecuador she was helping the Indonesian Embassy to promote the Indonesian art and culture, even though this activity do not generate direct economical income for her or her community, she got the opportunity to work in her field of tourism thanks to this experience, she had promote Indonesia not just as a place to study art and culture but also as a perfect tourism destination to have an unforgettable holiday, and also a place to invest for business.

### *The Fourth Cluster*

As part of the fourth and last cluster, there are two Ecuadorian ex dance students who were part of a cultural program in Indonesia called Darmasiswa, we will named them XYZ and YYY, both of them meet locals and other international students from all around the world, they made quite a lot of tourism around Indonesia, they were part of a cultural projects in the university and outside the university also, one of them become a model for local brands, once the Darmasiswa program was over they continue their experience abroad Indonesia, one start to travel around the world, and later on decided to live in a foreigner country, the other one continue her master degree in another foreigner country.

### **Findings**



*Gambar 1. Temuan Penelitian*

The findings shows that the cultural exchange between Ecuadorian people in Indonesia has influenced the development of their creativity components in an 80%. Nevertheless just 54% of all the participants could develop and creative entrepreneurship, the other 46% once they go back to Ecuador still need the support from the Indonesian Embassy to generate economical income and from this 46% most of them end up trying to find another job that do not involve art and culture to support their economy. By the other hand, one part of the 54% of the Ecuadorian people who has develop a creative entrepreneurship, live, and work in Indonesia without any governmental support, and the other part live and working in Ecuador with a permanent job related to art and culture but also keep developing their own creative economical entrepreneurship. In the 67% cases the Ecuadorian people who has lived, studied, travel and/or work in Indonesia has create a positive impact in the truism understanding between both nations.

Most of the Ecuadorian people who came to Indonesia to study under the Indonesian Government sponsorship, once they go back to Ecuador, they still need the support of the Indonesian Government to continue share the Indonesian art and culture that they have studied, in contrast all the Ecuadorians who are living in Indonesia without the sponsor of any institution, they have develop their own creative economic entrepreneurship to be able to have a living in this country.

### **Conclusions and Recommendations**

As conclusion, travel, study, living in Indonesia and have the art and cultural exchange for Ecuadorian people, is a great opportunity to develop all our creativity components, this phenomena creates a tourism understanding with both nations. Nevertheless in order for Ecuadorians to generate



their own creative economic entrepreneurship it is needed more than a governmental support and cultural appropriation of symbols, artifacts or rituals. As individuals we need more than creativity, culture, heritage, knowledge or innovation to generate creative economy entrepreneurship. The entrepreneurship starts in spaces such as neighbourhoods and communities, it is a matter of everyday activities, and we need to develop our own ideas, thoughts and dreams to produce important inputs and outputs in our community, in order to create diversity as the nature of culture.

### Reference

- Amabile, T. M. (2013). *Componential Theory Of Creativity*. Sage Publication, 10.
- De Prada, E., Mareque, M., & Pino-Juste, M. (2020). Creativity and Intercultural Experiences: The Impact of University International Exchanges. *Creativity. Theories – Research - Applications*, 7(2), 321–345. <https://doi.org/10.2478/ctra-2020-0017>
- Erez, M., & Nouri, R. (2010). Creativity: The Influence of Cultural, Social, and Work Contexts. *Management and Organization Review*, 6(3), 351–370. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2010.00191.x>
- Golberg, S. B. D. (2012). *The Role Of Arts And Culture In Modern Cities*. UMI Dissertation Publishing. <http://e-journal.uajy.ac.id/6246/1/disertasi%20ta-2.pdf>
- Hesse-Biber, S. N., & Leavy, P. (Eds.). (2008). *Handbook of emergent methods*. Guilford Press.
- Hoyos, C. M., Scharoun, L., & Poplin, J. (2015). The Importance Of Cross- Cultural Learning In The Design Disciplines: A Case Study Reviewing A Series Of Short Term Study Tours Designed To Support Cross- Cultural Exchange In The Asia-Pacific Region. *International Journal of Arts & Sciences*, 8(5), 9.



- KEA European Affair. (2009). The Impact Of Culture on Creativity. <https://europa.eu/capacity4dev/file/18617/download?token=Fzta9pMB>
- Ministry of Foreign Affairs of The Republic of Indonesia. (n.d.). Hubungan Bilateral Indonesia- Ekuador. Kementerian Luar Negeri Indonesia. [https://kemlu.go.id/quito/id/pages/hubungan\\_bilateral/478/etc-menu](https://kemlu.go.id/quito/id/pages/hubungan_bilateral/478/etc-menu)
- Ochoa, G., & Orlove, M. (2015). Enriching the Arts through International Cultural Exchange. *GIA Reader*, Vol 26(2). <https://www.giarts.org/article/enriching-arts-through-international-cultural-exchange>
- Peters, M. A., & Besley, T. (A C.). (2008). Academic Entrepreneurship and the Creative Economy. *Thesis Eleven*, 94(1), 88–105. <https://doi.org/10.1177/0725513608093278>
- Pujiyanti, U., & Zuliani, Z. (2014). *Cross Cultural Understanding: A Handbook To Understand Others' Cultures*. CV. Hidayah.
- Rogers, R. A. (2006). From Cultural Exchange to Transculturation: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation. *Communication Theory*, 16(4), 474–503. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00277.x>
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1991). An Investment Theory of Creativity and Its Development. *Human Development*, 34(1), 1–31. JSTOR.
- Uduak, P., & Akpan, R. W. (2020). An Overview Of The Arts As A Language Of Communication, Expression And Experience: A Discourse. *Serbian Research Journal of Education, Humanities and Developmental Studies*, 10(1), 20.

# **Pengaruh Pengalaman Pertukaran Seni dan Budaya Masyarakat Ekuador di Indonesia Terhadap Pengembangan Kewirausahaan Ekonomi Kreatif dan Dampaknya pada Pariwisata**

**Santiago Paul Erazo Andrade<sup>1</sup>**

**Dita Oktaria<sup>2</sup>**

Pendidikan Seni, Sekolah Pascasarjana,

Universitas Pendidikan Indonesia<sup>1</sup>

Sekolah Komputer, Universitas Telkom<sup>2</sup>

*santiagoerazo@upi.edu<sup>1</sup>, dioktaria@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>*

## **Pendahuluan**

Selama lebih dari satu dekade, warga negara Ekuador telah melakukan kerjasama pertukaran seni dan budaya dengan Indonesia. Warga negara Indonesia dan Ekuador telah membuka peluang untuk peningkatan kerjasama sosial budaya, dan ketertarikan yang cukup tinggi dari pelajar Ekuador untuk mempelajari budaya Indonesia, yang mana dapat difasilitasi melalui Darmasiswa atau beasiswa untuk negara berkembang. KBRI Quito aktif menyelenggarakan berbagai pertunjukan budaya dan promosi pariwisata untuk memperkenalkan Indonesia dan menarik wisatawan lokal maupun mancanegara (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, n.d.)

Hal pertama yang harus dipelajari orang Ekuador adalah bahasa Indonesia, sebagai hasil dari budaya dan cara berkomunikasi sejak zaman dahulu kala, untuk memungkinkan dilakukannya pertukaran budaya. Selain itu, ketika seseorang ingin mempelajari budaya lain, orang tersebut juga harus mempelajari bahasa dari pemilik budaya

tersebut. Dalam proses mempelajari budaya lain, kita mungkin mengalami kebingungan ataupun terkejut dengan budaya baru yang menyajikan tanda, simbol, dan kebiasaan yang benar-benar berbeda dari yang biasa kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Namun, ketika kita menjadi turis atau benar-benar tinggal di negara asing, maka kita harus belajar berkomunikasi dan memahami semua budaya dari tempat tersebut, dimana awal dari pemahaman tersebut adalah melalui bahasa. Dalam pertukaran budaya sehari-hari, komunikasi menjadi sangat penting untuk memahami apa yang menjadi bagian dari budaya dan apa yang menjadi bagian dari kepribadian yang mengembangkan keunikan orang-orang di tempat tersebut (Pujyanti & Zuliani, 2014).

Seni juga dapat dipandang sebagai bahasa sehari-hari dalam bentuk komunikasi yang digunakan oleh manusia di seluruh penjuru dunia, dan juga menjadi bahasa dari ekspresi yang menjadi aspek fundamental dari kemanusiaan dalam menjaga kebudayaan. Selain itu, seni adalah Bahasa universal yang memiliki kemampuan untuk menyatukan umat manusia dan membangun jembatan bagi orang-orang yang mempelajari Bahasa kedua di antara budaya yang berbeda. Seni sebagai bahasa, mengekspresikan ide dan perasaan melalui music, gambar, dan gerakan (Uduak & Akpan, 2020).

Pertukaran seni dan budaya antar negara merupakan hal mendasar untuk menciptakan pemahaman dan toleransi keragaman di dalam negara, hal itu akan berkontribusi dengan nilai pembangunan ekonomi masyarakat (Ochoa & Orlove, 2015). Kota-kota di seluruh dunia saat ini sedang mengeksplorasi strategi untuk meningkatkan ekonomi mereka, membangun kebanggaan dan pengakuan sipil mereka, menggunakan seni dan budaya (Golberg, 2012).

Meskipun demikian, hingga saat ini belum ada penelitian yang menggali, mendeskripsikan atau menjelaskan pengaruh pertukaran seni dan budaya antara Ekuador

dan Indonesia dalam kreativitas ekonomi kewirausahaan. maupun tingkat pemahaman pariwisata yang dihasilkan dari program pertukaran tersebut. Maka dalam penelitian ini, kami mengumpulkan pengalaman masyarakat Ekuador yang pernah atau sedang melakukan pertukaran seni dan budaya di Indonesia untuk memahami pengaruh budaya tersebut dalam kreativitas masyarakat Ekuador dan apakah hasil dari kreativitas tersebut telah mampu menghasilkan wirausaha ekonomi, serta bagaimana pengalaman ini mempengaruhi pemahaman pariwisata antar kedua negara.

### **Tinjauan Pustaka**

Kreativitas merupakan hasil dari ide-ide baru dalam mencapai tujuan tertentu. Teori komponensial kreativitas menyebutkan empat komponen, yaitu keterampilan, proses, motivasi dan lingkungan sosial. Tiga komponen pertama berada dalam diri individu dan yang keempat bergantung pada lingkungan sosial (Amabile, 2013). Selain itu, penulis Sternberg R.J. dan Lubart T.I. dalam artikelnya menambahkan dua komponen lagi sebagai komponen kreativitas, yaitu gaya intelektual dan kepribadian, mereka menyebutkan bahwa kinerja kreatif merupakan hasil dari semua komponen kreativitas (Sternberg & Lubart, 1991).

Di Amerika telah ada penelitian yang ingin membangun kembali ruang kewirausahaan di masyarakat. Editor Chris Steyaert dan Jerome Katz (2004) merumuskan tiga proposisi yang mendasari reklamasi ini. Pertama, kewirausahaan terjadi di beberapa lokasi dan ruang seperti lingkungan, komunitas atau lingkup kenalan dekat. Kedua, ruang tersebut adalah ruang politik yang dapat dibentuk melalui berbagai diskusi. Ketiga, kewirausahaan adalah urusan kegiatan sehari-hari, bukan aktivitas kelompok pengusaha elitis. Dari ketiga hal tersebut, dapat terlihat berarti bahwa kewirausahaan sebenarnya bersifat sosial, tidak sekadar kegiatan ekonomi



murni, yang membentuk model etnis, komunitas terapi, seniman dan pengrajin yang menganut konsep sosial yang terlihat di sektor kesehatan, sektor informal, ekologi dan keberlanjutan, organisasi pembangunan non-pemerintah, seni dan budaya, dan lain-lain (Peters & Besley, 2008).

Montana-Hoyos dkk., menyatakan bahwa studi di luar negeri merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari disiplin ilmu seperti desain, yang menerapkan dan menciptakan budaya. Studi-studi ini merupakan kesempatan bagi siswa untuk bepergian ke luar negeri, membuka pandangan mereka tentang dunia terhadap budaya baru, budaya berbeda, serta cara berpikir dan cara bertindak yang berbeda. Pembelajaran berdasarkan pengalaman sangat penting dalam disiplin ilmu kreatif seperti desain untuk pemahaman yang lebih baik tentang budaya yang berbeda, selain itu juga bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik masyarakat orang yang berbeda. Maka dari itu, bekerja di dunia global yang saling berhubungan ini dapat diperoleh melalui pembelajaran dalam kunjungan studi. Untuk mendukung kunjungan studi desain, Pemerintah Australia menyelenggarakan rangkaian kunjungan studi jangka pendek tahunan ke Shanghai (2012), Hong Kong (2013), Singapura (2014) dan tur ke Jepang (2015) dan Shanghai/Beijing (2015). Hoyos dkk., menyebutkan dalam artikelnya bahwa temuan menunjukkan pengalaman ini dapat menawarkan peluang untuk menciptakan produk baru, membangun kemitraan dan hubungan industri untuk mendukung pendekatan yang lebih berkelanjutan di pendidikan tinggi (Hoyos et al., 2015).

Penulis Richard A. Rogers menyatakan dalam penelitiannya tentang Pertukaran Budaya ke Transkulturasi bahwa apropriasi budaya sering disebut dalam studi sebagai penggunaan simbol, artefak, genre, ritual, atau teknologi budaya oleh anggota budaya lain. Apropriasi budaya dapat dibagi dalam 4 kategori: pertukaran, dominasi, eksploitasi, dan

transkulturasi. Transkulturasi mempertanyakan pandangan tentang akar budaya. Transkulturasi mengusulkan budaya sebagai fenomena relasional yang dibentuk oleh tindakan apropriasi, bukan entitas yang hanya berpartisipasi dalam apropriasi. Ketegangan muncul di antara kebutuhan untuk menantang kepemilikan dan degradasi untuk mengkritik eksploitasi dari budaya yang terjajah (Rogers, 2006).

Elena de Prada dkk., dalam penelitiannya “Creativity and Intercultural Experiences” menyoroti kaitan antara kreativitas dan interkulturalitas, berusaha membangun hubungan antara pengalaman antarbudaya dan kreativitas dalam konteks pertukaran universitas internasional untuk meningkatkan kaitan ini. Mereka mempelajari 303 mahasiswa dari universitas Spanyol, dan data diperoleh dari survei yang mengukur kreativitas dengan dua perbedaan yaitu kemampuan berbahasa Inggris, dan pengalaman antar budaya di luar negeri. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kreativitas dan pengalaman antarbudaya, yang menunjukkan bahwa para siswa yang tinggal di luar negeri dan memiliki pengalaman tinggal di negara asing lebih banyak adalah siswa yang lebih kreatif. Selain itu, perbedaan yang paling relevan muncul ketika mereka membandingkan siswa yang tidak tinggal di luar negeri dan mereka yang tinggal di lebih banyak negara, menyoroti pentingnya hubungan antara interkulturalitas dan kreativitas. Kaitan kuat yang ditemukan antara kecakapan bahasa Inggris dengan adanya pengalaman tinggal di luar negeri, sehingga menunjukkan bahwa ketika siswa memiliki tingkat bahasa Inggris yang lebih tinggi, maka akan ada lebih banyak pilihan untuk meningkatkan kreativitas siswa. Sebagai kesimpulan, siswa yang memiliki tingkat bahasa Inggris lebih tinggi cenderung lebih kreatif (De Prada et al., 2020).

Sebuah Studi yang disiapkan untuk Komisi Eropa (Direktorat Jenderal Pendidikan dan Kebudayaan) pada bulan

Juni 2009 menunjukkan bahwa kreativitas merupakan alat yang ampuh untuk menghasilkan kebaruan yang terkait dengan individu, perusahaan, kota ataupun wilayah, dimana dapat membangun empati, positivisme, inovasi dan kemajuan, yang merupakan ekspresi umum dari kemanusiaan. Selain itu, pengaruh budaya terhadap kreativitas dapat tercermin melalui kontribusi budaya terhadap pada kreativitas sebagai cara untuk merangsang penciptaan lapangan kerja, kemakmuran ekonomi, pembelajaran dan kohesi sosial. Laporan ini mengembangkan konsep kreativitas berbasis budaya sebagai kemampuan seseorang, terutama seniman, untuk berpikir secara imajinatif atau metaforis, menantang cara berpikir konvensional yang biasa, dan untuk memungkinkan pengembangan visi, ide, dan produk baru (KEA Urusan Eropa, 2009).

Miriam Erez dan Rikki Nouri dalam artikelnya bertujuan untuk menjawab apakah kreativitas merupakan hal yang universal atau hal spesifik untuk budaya, dan membedakan dua dimensi kreativitas. Pertama, kebaruan dan kegunaan serta hubungannya dengan budaya. Kedua, konteks sosial antara budaya dan kreativitas. Meskipun kreativitas tampaknya universal, namun manifestasinya dalam bentuk kebaruan atau kegunaan mungkin memiliki perbedaan antar budaya yang berbeda, dalam konteks sosial, individu dapat membebaskan semangat mereka untuk mengekspresikan ide-ide unik mereka, melepaskan batasan budaya. Adapun dalam konteks sosial, nilai-nilai budaya menjelaskan perbedaan dalam kecenderungan untuk lebih fokus pada kebaruan dibandingkan pada peluang untuk ide kreatif, di atas perbedaan individu (Erez & Nouri, 2010).

## **Metodologi**

Penelitian sosial kualitatif ini mendeskripsikan aktivitas, peristiwa, dan situasi untuk memberikan detail, makna, dan konteks dari perspektif orang Ekuador yang pernah tinggal,

belajar, bepergian, dan/atau bekerja di Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumen dan wawancara terstruktur, dimana responden yang menjadi sasaran adalah empat belas orang Ekuador yang pernah atau sedang tinggal di Indonesia dan mengalami pertukaran seni dan budaya antara kedua negara. Kontribusi dari penelitian kualitatif ini adalah deskripsi dari orang-orang Ekuador, dengan pengalaman subyektif pribadi mereka dan cara untuk menciptakan makna dan pemahaman dari semua pengalaman yang kompleks tersebut untuk mengeksplorasi, mendeskripsikan, dan menjelaskannya dengan cara pemahaman yang sistematis (Hesse-Biber & Leavy, 2008).

Penulis mengumpulkan empat belas orang Ekuador untuk diwawancarai. Dua orang di antaranya bekerja sama dalam proyek musik besar berskala internasional di Bali. Satu orang lainnya merupakan musisi tradisional dari Otavalo - Ekuador yang telah berkeliling dunia berbagi seni dan budaya tradisional Ekuador, kemudian menemukan Indonesia sebagai rumah keduanya, menikah dan tinggal dan bekerja di Indonesia sebagai musisi tradisional Ekuador dan terus berbagi dan bertukar seni dan budaya di Indonesia. Adapun tujuh warga Ekuador lainnya telah menyelesaikan studinya di Indonesia yang disponsori oleh pemerintah Indonesia, dimana enam di antaranya di bawah program Darmasiswa dan satu di antaranya menyelesaikan masternya di bidang seni dengan sponsor dari program beasiswa KNB (Kemitraan Negara Berkembang). Kemudian, seorang warga Ekuador sekarang sedang menempuh pendidikan doktor dengan sponsor dari sebuah universitas bergengsi di Bandung-Indonesia, dan seorang lagi sedang menempuh pendidikan masternya di bidang seni di universitas bergengsi lainnya di Jogjakarta-Indonesia. Dua responden terakhir adalah mahasiswa Darmasiswa yang telah menyelesaikan studi seni budayanya di Indonesia dan kini tidak tinggal di Indonesia atau Ekuador.



## Hasil dan Pembahasan

Keempat belas peserta pada penelitian ini memiliki pengalaman yang sangat menarik dan unik yang akan dijabarkan dalam hasil dan pembahasan, ada yang akan dijabarkan secara sekilas, namun ada juga yang akan dijabarkan dengan lebih detail, tergantung relevansinya dengan penelitian ini. Untuk mempermudah pemahaman dalam penggambaran pengalaman para peserta, maka peserta dibagi ke dalam empat kelompok. Kelompok pertama terdiri dari tiga musisi Ekuador, dua di antaranya tinggal dan bekerja bersama di Bali-Indonesia, dan satu orang lainnya tinggal dan berkarya di Jakarta-Indonesia. Kelompok kedua terdiri dari dua orang Ekuador yang sedang belajar di universitas bergengsi di Indonesia. Kelompok ketiga terdiri dari tujuh warga Ekuador yang belajar di Indonesia dengan sponsor pemerintah Indonesia. Terakhir, kelompok keempat terdiri dari dua orang yang pernah menjadi mahasiswa program Darmasiswa yang disponsori oleh pemerintah Indonesia yang tinggal di negara lain, bukan Ekuador ataupun Indonesia.

### *Kelompok Pertama*

Kelompok pertama terdiri dari tiga musisi Ekuador, yang saat ini tinggal dan bekerja di proyek seni dan budaya di Indonesia. Pertama-tama, kita akan membahas dua musisi yang berada di Bali-Indonesia, dan kita sebut sebagai PV dan PRIP. PV adalah musisi dan produser terkenal dari Ekuador, dia berasal dari keluarga musisi, ayahnya adalah musisi yang sangat penting dari Chili di Amerika Selatan yang tinggal di Ekuador. PV menggabungkan musik dunia dengan elemen kontemporer dan elektronik. Beberapa tahun yang lalu ia memutuskan untuk pindah ke Indonesia untuk bekerja sebagai musisi dan sutradara untuk proyek kreatif internasional yang besar, yang disebut "Nanu" dan "Labyrinth" yang diadakan di



Bandung- Indonesia. Selama tinggal di Indonesia, lingkungan sosialnya telah mengembangkan semua komponen kreativitas 100%. Proyek ini telah menciptakan pendapatan ekonomi yang baik bagi dirinya dan komunitasnya. Dia menyebutkan bahwa tidak membagikan budaya Ekuador dalam proyeknya karena kewirausahaan ekonomi kreatifnya telah memberikan hasil yang baik meskipun tanpa membagikan budaya Ekuador.

PV bekerja dengan PRIP sepupunya. PRIP yang juga seorang musisi, dimana dalam wirausaha yang mereka lakukan, PRIP bekerja sebagai teknisi suara dan manajer panggung. Ia memiliki perkembangan kreativitas dan pendapatan ekonomi yang persis sama dengan PV.

Keduanya menyebutkan bahwa dalam proyek-proyek yang mereka lakukan, orang-orang bertanya tentang asal-usul mereka dan mereka mempromosikan Ekuador sebagai tujuan wisata penting, meskipun tidak satupun dari mereka yang secara sadar membagikan seni dan budaya Ekuador.

Di kluster ini kami juga memiliki anggota Ekuador ketiga, kami akan memanggilnya JAL. Dia juga seorang musisi tradisional Ekuador dari wilayah Andes Ekuador, kota Otavalo, dan JAL juga membangun alat musik tradisional Ekuador di Indonesia, dia sering menerima pesanan untuk membuat beberapa alat musik tradisional ini, khususnya "quenas", dia memainkan musik tradisional Ekuador hampir setiap hari di berbagai mal di Jakarta Indonesia dan dia berkeliling Indonesia mempromosikan seninya dan musik Ekuador ke banyak negara di dunia dan sejak dekade terakhir di seluruh Indonesia. JAL menikah dengan wanita Indonesia dan tinggal di negara ini dalam jangka waktu yang cukup lama. Selama berada di Indonesia ia menyatakan bahwa komponen kreativitasnya belum berkembang, ia tidak dapat melatih sekelompok musisi Indonesia untuk membuat band musik yang membawakan musik tradisional dari Ekuador, karena perbedaan cara memainkan instrumen. seperti orang



Indonesia biasa, murid-muridnya telah meninggalkan kelasnya, karena mereka tidak dapat mengatur waktu, tenaga dan dedikasi yang diperlukan untuk menguasai instrumen semacam ini. Namun demikian, JAL telah mengelola beberapa simposium untuk mengajarkan masyarakat Indonesia tentang seni dan budaya Ekuador dan bagaimana cara memproduksi alat musik tradisional Ekuador, semua ini dengan tujuan nirlaba, hanya dengan maksud untuk mempromosikan seni dan budayanya kepada masyarakat Indonesia. siapa yang tertarik. Jadi dia menyebutkan minatnya untuk berbagi seni dan budaya Ekuador serta kewirausahaan ekonomi kreatifnya sendiri, dan dengan melakukan itu, banyak orang bertanya kepadanya dengan sangat tertarik tentang asal-usulnya dan dia telah mempromosikan minat wisata pada masyarakat Indonesia untuk pergi ke beberapa tempat. hari dan mengunjungi Ekuador.

### ***Kelompok Kedua***

Pada kluster kedua kita akan menggali, mendeskripsikan dan menjelaskan pengalaman dua orang warga Ekuador yang saat ini tinggal dan belajar di Indonesia. Yang pertama kita akan memanggilnya STG , dia adalah seniman visual Ekuador yang telah beberapa kali berada di Indonesia, pertama kali melakukan penelitian untuk tesis sarjananya tentang industri batik, dia menyebarkan ilmu ini di Ekuador dengan membuat rencana perjalanan bengkel seni dengan teknik membatik, dan membuka sanggar seni sendiri untuk kelas privet, serta menerima pesanan dari klien. Setelah KBRI membuka pintunya di Ekuador, STG bekerja sama dengan KBRI untuk menyebarkan praktik teknik membatik. Dia juga bekerja dengan yayasan "CRISFE", dalam kelas seni untuk sekelompok anak rentan yang diselamatkan dari jalanan. STG menemukan dalam praktik artistik sosialnya bahwa seni anak-anak yang rentan mengekspresikan simbol- simbol tak sadar. STG

mendapat sponsor dari Pemerintah Indonesia untuk meneliti fenomena ini dalam gelar master di Universitas terkemuka di Indonesia, ia menemukan teori psikologis yang terkait langsung dengan proses kreatif melalui gambar simbolik dari imajinasi yang terletak di alam bawah sadar, dengan pengetahuan ini STG kembali ke Ekuador untuk menyebarkan berita dengan pameran seni. STG memutuskan untuk kembali untuk ketiga kalinya ke Indonesia untuk melanjutkan studinya untuk membuat model pendidikan untuk mengajarkan orang proses kreatif ini untuk menghasilkan seni untuk tujuan terapi.

STG menyebutkan bahwa di Indonesia ia telah meningkatkan komponen kreativitasnya hingga 100%, ia telah mengembangkan proyek kreatif selama tinggal di Indonesia, kebanyakan tentang musik dan proyek tersebut telah menghasilkan pendapatan ekonomi secara langsung untuk komunitasnya dan juga secara tidak langsung untuknya. STG menyebarkan seni dan budaya Ekuador dan mendapat penghasilan ekonomis dengan kegiatan ini. Ia juga menyebutkan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian dari kewirausahaan tentang seni, musik dan pendidikan. Semua pengalamannya telah menciptakan minat wisata dan antara orang Ekuador dan Indonesia.

Kami akan memanggil IRH peserta Ekuador kedua, dia adalah seorang mahasiswa tari di universitas terkemuka di Indonesia, dia sedang belajar gelar master, sebelumnya dia dalam program pertukaran budaya Darmasiswa di Indonesia mempelajari tariannya juga. Sejak Ekuador, dia mempraktikkan beberapa seni seperti tari tradisional dan kontemporer, teater, dan musik, dia adalah seorang aktris, koreografer, guru dan peneliti. IRH memiliki banyak proyek yang bekerjasama dengan seniman Indonesia dan internasional. Selama berada di Indonesia, komponen kreativitasnya telah berkembang 100%, proyek kreatifnya telah menghasilkan pendapatan ekonomi bagi komunitasnya dan juga untuknya, ia berbagi

seni dan budaya Ekuador dengan perguruan tinggi dan masyarakat pada umumnya, meskipun kegiatan ini belum menghasilkan pendapatan ekonomi yang cukup. Dia belum memulai kewirausahaan kreatif di Indonesia karena dia fokus pada studi dan proyek artistiknya saat ini.

### *Kelompok Ketiga*

Di kluster ketiga, kami akan menyebutkan tujuh mantan mahasiswa seni dan budaya Ekuador, Indonesia yang disponsori oleh Pemerintah Indonesia untuk belajar di Indonesia. Sekarang hari mereka semua tinggal kembali di Ekuador. ANM adalah seorang dosen dan seniman visual, ia memiliki kewirausahaan kreatif dengan mengajar lukisan cat minyak, sekarang ia fokus membuat seni kontemporer dan membuat pameran, ia adalah seorang dosen desain di Universitas Ekuador. Pengalamannya di Indonesia telah mengembangkan komponen kreatifnya, khususnya dia termotivasi untuk terus belajar di luar negeri untuk mempersiapkan diri menghadapi dunia seni yang kompetitif saat ini.

DVN, dia belajar tari di Indonesia dan mendapat inspirasi dan motivasi untuk menciptakan kewirausahaan kreatifnya untuk mendokumentasikan dan membuat konten seni dan budaya di seluruh dunia dan membagikannya di platform digital serta media konvensional seperti tv, radio, dan surat kabar.

SRRA, belajar tari di Indonesia, ia menyebutkan bahwa pengalamannya telah mengembangkan kreativitasnya, ia memulai wirausaha kreatif kecil-kecilan dengan kelas tari dan menciptakan merek T-shirt internasional sendiri bekerja sama dengan orang asing lain yang belajar di Indonesia juga.

MJO, dia belajar tari di Indonesia, pengalaman telah mengembangkan kreativitasnya, sekarang dia adalah bagian dari proyek substansial di mana masyarakat mengolah makanan mereka sendiri, pengalamannya di Indonesia telah

menginspirasi orang-orang Ekuador lain yang datang ke Indonesia untuk hidup. pengalaman mereka sendiri.

DGR, adalah dan penari Ekuador, dia belajar seni tradisional Indonesia di universitas terkemuka, kembali ke Ekuador dia bekerja sama dengan KBRI sebagai guru tari Ekuador ahli untuk mengajar beberapa tarian tradisional Indonesia, dia menyebutkan bahwa Indonesia telah mengembangkan kreativitasnya di a 100% tetapi tanpa dukungan KBRI masih sulit untuk mengembangkan kewirausahaan kreatifnya sendiri dan menghasilkan pendapatan ekonomi bagi dirinya dan komunitasnya, ia menyarankan untuk membuat komunitas mahasiswa eks Indonesia Ekuador di Ekuador untuk mendukung kegiatan seni dan budaya dalam rangka untuk menghasilkan pendapatan ekonomi di masa depan, ia ingin kembali ke Indonesia untuk belajar gelar master di bidang seni. dia telah bekerja sama dengan KBRI untuk berbagi budaya Indonesia selama beberapa tahun dan dia telah mempromosikan seni, budaya Indonesia sebagai tujuan wisata yang sempurna dan juga tempat yang tepat untuk belajar tentang seni dan budaya.

XLA, dia adalah seorang seniman Ekuador, dia mempelajari program seni dan budaya di Indonesia pada awalnya, dan kemudian dia kembali ke Indonesia untuk membuat gelar masternya di bidang seni, dengan hasil yang luar biasa, kembali ke Ekuador dia bekerja di studionya sendiri dengan kewirausahaan kreatifnya dimana ia terbuka untuk menerima pesanan membuat patung.

IEN, dia adalah seorang Ekuador yang belajar pariwisata di Ekuador, hobinya menari dan teater, di Indonesia dia mendapat kesempatan untuk belajar di Bali semua tarian tradisionalnya. Indonesia mengembangkan kreativitasnya 100% dan dia adalah bagian dari banyak proyek kreatif di Indonesia, di Ekuador dia membantu KBRI untuk mempromosikan seni dan budaya Indonesia, meskipun

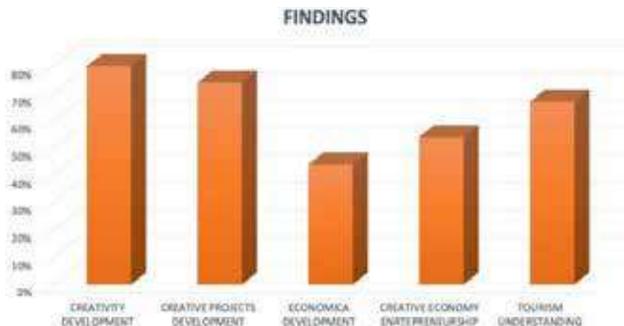


kegiatan ini tidak menghasilkan pendapatan ekonomi langsung untuknya. atau komunitasnya, dia mendapat kesempatan untuk bekerja di bidang pariwisata berkat pengalaman ini, dia telah mempromosikan Indonesia tidak hanya sebagai tempat belajar seni dan budaya tetapi juga sebagai tujuan wisata yang sempurna untuk mendapatkan liburan yang tak terlupakan, dan juga sebagai tempat investasi untuk usaha.

### ***Kelompok Keempat***

Sebagai bagian dari cluster keempat dan terakhir, ada dua mantan siswa tari Ekuador yang menjadi bagian dari program budaya di Indonesia bernama Darmasiswa, kami akan menamai mereka XYZ dan YYY, keduanya bertemu dengan penduduk lokal dan siswa internasional lainnya dari seluruh dunia. , mereka membuat cukup banyak wisata di seluruh Indonesia, mereka adalah bagian dari proyek budaya di universitas dan di luar universitas juga, salah satunya menjadi model untuk merek lokal, setelah program Darmasiswa selesai mereka melanjutkan pengalaman mereka di luar negeri Indonesia, satu mulai berkeliling dunia, dan kemudian memutuskan untuk tinggal di negara asing, yang lain melanjutkan gelar masternya di negara asing lain.

### **Temuan**



*Gambar 1. Temuan Penelitian*

Hasil temuan menunjukkan bahwa pertukaran budaya antara masyarakat Ekuador di Indonesia telah mempengaruhi perkembangan komponen kreativitas mereka sebesar 80%. Namun demikian hanya 54% dari seluruh peserta yang dapat mengembangkan dan berwirausaha kreatif, 46% lainnya setelah mereka kembali ke Ekuador masih membutuhkan dukungan dari KBRI untuk menghasilkan pendapatan ekonomi dan dari 46% ini sebagian besar dari mereka akhirnya mencoba mencari yang lain. pekerjaan yang tidak melibatkan seni dan budaya untuk mendukung perekonomian mereka. Di sisi lain, satu bagian dari 54% orang Ekuador yang telah mengembangkan kewirausahaan kreatif, tinggal dan bekerja di Indonesia tanpa dukungan pemerintah, dan sebagian lainnya tinggal dan bekerja di Ekuador dengan pekerjaan tetap yang berkaitan dengan seni dan seni. budaya tetapi juga terus mengembangkan kewirausahaan ekonomi kreatif mereka sendiri. Dalam 67% kasus orang Ekuador yang pernah tinggal, belajar, bepergian dan/atau bekerja di Indonesia telah memberikan dampak positif dalam pemahaman truisme antara kedua negara.

Sebagian besar orang Ekuador yang datang ke Indonesia untuk belajar di bawah sponsor Pemerintah Indonesia, begitu mereka kembali ke Ekuador, mereka tetap membutuhkan dukungan Pemerintah Indonesia untuk terus membagikan seni dan budaya Indonesia yang telah mereka pelajari, berbeda dengan semua Warga Ekuador yang tinggal di Indonesia tanpa sponsor dari institusi manapun, mereka telah mengembangkan kewirausahaan ekonomi kreatif mereka sendiri untuk dapat hidup di negara ini.

## **Kesimpulan dan Saran**

Kesimpulannya, perjalanan, studi, tinggal di Indonesia dan melakukan pertukaran seni dan budaya bagi masyarakat



Ekuador, adalah kesempatan besar untuk mengembangkan semua komponen kreativitas kita, fenomena ini menciptakan pemahaman pariwisata dengan kedua negara.

Namun demikian, agar warga Ekuador dapat menghasilkan kewirausahaan ekonomi kreatif mereka sendiri, diperlukan lebih dari sekadar dukungan pemerintah dan perampasan budaya atas simbol, artefak, atau ritual. Sebagai individu kita membutuhkan lebih dari kreativitas, budaya, warisan, pengetahuan atau inovasi untuk menghasilkan kewirausahaan ekonomi kreatif. Kewirausahaan dimulai di ruang seperti lingkungan dan komunitas, ini adalah masalah aktivitas sehari-hari, dan kita perlu mengembangkan ide, pemikiran, dan impian kita sendiri untuk menghasilkan input dan output penting di komunitas kita, untuk menciptakan keragaman sebagai sifat dari budaya.

## Reference

- Amabile, T. M. (2013). *COMPONENTIAL THEORY OF CREATIVITY*. Sage Publication, 10.
- De Prada, E., Mareque, M., & Pino-Juste, M. (2020). Creativity and Intercultural Experiences: The Impact of University International Exchanges. *Creativity. Theories – Research - Applications*, 7(2), 321–345. <https://doi.org/10.2478/ctra-2020-0017>
- Erez, M., & Nouri, R. (2010). Creativity: The Influence of Cultural, Social, and Work Contexts. *Management and Organization Review*, 6(3), 351–370. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2010.00191.x>
- Golberg, S. B. D. (2012). *The Role Of Arts And Culture In Modern Cities*. UMI Dissertation Publishing. <http://e-journal.uajy.ac.id/6246/1/disertasi%20ta-2.pdf>
- Hesse-Biber, S. N., & Leavy, P. (Eds.). (2008). *Handbook of*



emergent methods. Guilford Press.

Hoyos, C. M., Scharoun, L., & Poplin, J. (2015). The Importance Of Cross- Cultural Learning In The Design Disciplines: A Case Study Reviewing A Series Of Short Term Study Tours Designed To Support Cross- Cultural Exchange In The Asia-Pacific Region. *International Journal of Arts & Sciences*, 8(5), 9.

KEA European Affair. (2009). The Impact Of Culture on Creativity. <https://europa.eu/capacity4dev/file/18617/download?token=Fzta9pMB>

Ministry of Foreign Affairs of The Republic of Indonesia. (n.d.). Hubungan Bilateral Indonesia- Ekuador. Kementerian Luar Negeri Indonesia. [https://kemlu.go.id/quito/id/pages/hubungan\\_bilateral/478/etc-menu](https://kemlu.go.id/quito/id/pages/hubungan_bilateral/478/etc-menu)

Ochoa, G., & Orlove, M. (2015). Enriching the Arts through International Cultural Exchange. *GIA Reader*, Vol 26(2). <https://www.giarts.org/article/enriching-arts-through-international-cultural-exchange>

Peters, M. A., & Besley, T. (A C. ). (2008). Academic Entrepreneurship and the Creative Economy. *Thesis Eleven*, 94(1), 88–105. <https://doi.org/10.1177/0725513608093278>

Pujiyanti, U., & Zuliani, Z. (2014). *Cross Cultural Understanding: A Handbook To Understand Others' Cultures*. CV. Hidayah.

Rogers, R. A. (2006). From Cultural Exchange to Transculturation: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation. *Communication Theory*, 16(4), 474–503. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00277.x>

Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1991). An Investment Theory of Creativity and Its Development. *Human Development*, 34(1), 1–31. JSTOR.

Uduak, P., & Akpan, R. W. (2020). AN OVERVIEW OF THE ARTS AS A LANGUAGE OF COMMUNICATION, EXPRESSION AND EXPERIENCE: A DISCOURSE. *Serbian Research Journal of Education, Humanities and Developmental Studies*, 10(1), 20.



# **BAB 3**

## **Model Pengembangan Usaha Creative Preneur**



**Wahyu Broto Susmono<sup>1</sup>**

**Emi Indriastuti<sup>2</sup>**

**CV. Annet Sofa<sup>1,2</sup>**

*annetsofainterior2017@gmail.com<sup>12</sup>*

### **Pendahuluan**

**A**nnet Sofa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan sofa & interior yang mengedepankan kepercayaan, kualitas, dan kesempurnaan desain terbaik serta pelayanan yang optimal demi kepuasan pelanggan. Bergerak di bidang pembuatan sofa sejak 18 April 1998, berlokasi di Plalangan Pandowoharjo Sleman Yogyakarta dengan bekal pengalaman lebih dari 14 tahun di bidangnya, Annet Sofa juga mulai mengembangkan produksi di ranah interior, dengan target pemasaran mencakup seluruh wilayah Indonesia. Memilih Bisnis dibidang sofa dan interior lainnya karena menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sekitar yang tidak jauh dari hunian pribadi beserta isinya. Suatu hal penting dalam menawarkan jasa Tata ruang dan decor guna mempercantik dan mewujudkan hunian impian.

Annet Sofa dan Interior berdiri dengan membangun kepercayaan dengan jaminan kualitas produk, dan kesempurnaan detail desain serta pelayanan yang optimal dan memuaskan. Sehingga menghasilkan sebuah produk dengan bahan material terbaik yang tidak kalah jauh dengan produk brand dalam negeri maupun luar negeri. Menggunakan material premium yang jarang digunakan oleh perusahaan

lain menjadikan Annet Sofa perusahaan satu-satunya yang lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan dibandingkan dengan keuntungan pribadi. Karena ulasan pelanggan menjadi salah satu hal penting dalam memajukan sebuah bisnis.

Keunggulan dari produk Annet Sofa lainnya menggunakan sistem custom sofa maupun produk interior lainnya yang dimana pelanggan dapat memesan produk sesuai dengan model impian baik desain dengan tema Modern, Minimalis, Klasik, Luxury maupun Industrial yang tengah booming dikalangan masyarakat.

Dengan keistimewaan penambahan masa garansi 5 tahun pada bagian kerangka dan busa apabila terdapat kendala dan kesalahan teknis dalam proses perakitan suatu produk menjadikan poin yang paling krusial dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk. Masa pengerjaan kurang dan lebih 2 minggu merupakan waktu yang optimal untuk membangun sebuah kerjasama antar tim guna menghindari terjadinya miskomunikasi sehingga menghasilkan sebuah produk yang sempurna. Motto "Pelanggan senang hati jadi tenang" menjadikan landasan kami untuk terus mengepakkan sayap dan menjadikan Annet Sofa lebih dikenal masyarakat luas di Seluruh Indonesia.

Perkembangan CV Annet Sofa sampai sukses seperti sekarang ini tidak lepas dari kinerja para karyawan yang dipimpin langsung oleh owner suami istri yaitu Bapak Wahyu Broto Susmono dan Ibu Emy Indriastuti dengan mengedepankan asas kekeluargaan dan bekerja dengan hati.

## **Kajian Teoretis**

Keunggulan produk Annet dengan kualitas, jenis, serta inovasi desain yang ditawarkan dan disampaikan melalui iklan dengan konsep kreatif Living Arts, bagi Annet akan menjadikan produknya mempunyai nilai tambah di kalangan konsumen khususnya di Yogyakarta, karena terdapat kurang



lebih puluhan perusahaan pesaing yang serupa dengan menawarkan produk yang sama, maka dibutuhkan konsep iklan yang kreatif sebagai pembeda dengan iklan-iklan pesaing lainnya (*Quality, Innovation, and Good Price*)

1. Quality

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (Diza et al., 2016) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

2. Innovation

Merupakan ide terbaru yang memberikan nilai tambah dan berdampak positif bagi kehidupan manusia. Oleh karena itu, inovasi produk ini biasanya terkait dengan teknologi juga. Secara umum, inovasi produk adalah cara untuk menciptakan produk baru yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Memungkinkan pembeli untuk membeli produk seperti yang diharapkan. Inovasi andalan kami berupa sistem custom untuk setiap pembelian produk sehingga produk yang dihasilkan tidak monoton dan memberikan kepuasan kepada customer dalam mewujudkan sofa impian.

3. Good Price

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Annet Sofa memberikan harga sesuai dengan kualitas bahan material yang termasuk material terbaik sehingga

menghasilkan suatu produk yang terjamin keawetan dan kekuatannya.

### **Pembahasan**

- Visi : Mewujudkan kehidupan sehari-hari yang lebih baik bagi orang banyak menyediakan produk sofa berkualitas tinggi dengan harga terjangkau
- Misi :
  1. menciptakan berbagai rancangan dan desain dengan kualitas produk paling terbaik
  2. memakai bahan baku terbaik dan sangat terjamin sehingga dapat menghasilkan produk- produk yang baik dan fungsional.
  3. mengembangkan teknologi mesin perusahaan agar selalu meningkatkan kualitas produksi.
  4. berkomitmen untuk selalu meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) perusahaan demi menghasilkan produk-produk yang berkualitas

Creativepreneur menurut pakar marketing Llise Benun (2011 dalam Yulian, 2021) adalah seseorang yang memulai atau menjual bisnisnya menggunakan ide kreatif. Ada yang menyebutkan, *creativepreneur* sebagai bisnis berbasis kreativitas. Sesuai dengan visi misi Annet Sofa yang menciptakan rancangan dan model terbaru dengan kualitas produk terbaik. Dengan banyak model sofa mulai dari sofa classic, sofa minimalis maupun sofa kekinian menjadikan Annet Sofa salah satu perusahaan yang mengusung konsep custom dengan bahan material highquality dengan jaminan keawetan produk lifetime.

Produksi sofa mengutamakan sistem custom dimana masing-masing customer dapat memesan sofa sesuai dengan kriteria dan keinginan. Keunggulan produk Annet Sofa menggunakan kerangka kayuangka dan kayu kruing



serta busa density tinggi sehingga produk kami dijamin keawetannya.

1. Keunggulan Kayu

a. Kayu Nangka

Kayu Nangka memiliki ketahanan terhadap rayap dan jamur, Tak bisa di pungkiri jenis kayu Nangka ini memiliki banyak penggemar. Selain itu kelebihan lainnya dari kayu dari pohon Nangka ini ialah memiliki usia ketahanan yang panjang. Hal ini sudah di pastikan oleh banyak orang.

b. Kayu Kruing

Kruing memiliki tingkat kekerasan yang sangat mumpuni, sehingga daya rekatnya sangat kuat apabila disekrup atau dilem saat dilakukan pengolahan. Mirip sekali dengan kekerasan yang dimiliki kayu jati bekas. Pada dasarnya kruing bisa juga disebut jenis kayu yang tergolong awet. Tingkat keawetannya bisa jadi setara dengan kayu ulin bekas atau kayu mahoni.

2. Busa Lifetime

Menggunakan Busa dari density 20 sampai 33 dimana kekenyalan busa paling bagus dan tetep terjaga kualitasnya selama 15-20 tahun.

• *Proses Pembuatan Sofa*

1. Perakitan Kerangka Sofa



Langkah pertama merupakan pembuatan rangka bingkai yang biasanya dibuat dari kayu. Ketebalan kayu harus memungkinkan untuk mengikuti pola bentuk sofa. Menggunakan kombinasi kayu kruing dan kayu nangka.

## 2. Pemasangan karet (webbing)



Karet ini digunakan sebagai bahan dasar sofa di bagian dudukan. Karet ban di pasang pada rangka sofa menggunakan straples angin karena karet ban memiliki tekstur yang beragam, sehingga bila ada tarikan antar sisi karet ban, karet tersebut tidak akan mudah untuk lepas. Fungsi utama dari karet ban adalah untuk menambah tekstur empuk pada sofa sehingga diletakkan dibagian paling bawah sofa.

## 3. Perakitan Busa



Produk Annet Sofa menggunakan busa lifetime super *density* diatas standar sofa lainnya di pasaran. Komposisinya disesuaikan dalam setiap bagian sofa sehingga busa tidak akan kempis untuk jangka waktu 20 tahun (lifetime). Material ini digunakan secara dominan sehingga membuat seluruh permukaan sofa menjadi lembut, empuk dan tidak keras. Menggunakan busa density 33.

Semua itu demi memberikan kenyamanan kepada pelanggan setia. Penambahan busa rebounded juga digunakan untuk mengangkat busa yang lebih lembut yang berada di atasnya sekaligus menahan beban merata pada webbing pada posisi bawahnya.

#### 4. Proses Pola dan potong Kain



Proses ini menyesuaikan dengan jenis dan ukuran sofa yang dipesan. Dibantu dengan meteran kain guna untuk mengukur kebutuhan kain dan untuk memotong kain sofa ini dapat menggunakan gunting.

## 5. Proses Jahit



Jika semua bahan sudah siap dan sudah dilakukan pemotongan, dapat langsung melakukan proses penjahitan. Dalam tahap ini merupakan proses inti dalam pembuatan sofa. Menggunakan bantuan mesin jahit. Untuk menjahit kain sofa ini sama dengan kain pada umumnya, namun alat dan bahan yang digunakan berbeda. Misalnya pada jarum, benang yang digunakan harus khusus agar hasil yang didapatkan bisa maksimal.

## 6. Proses covering



Proses ini adalah final dari proses pembuatan sofa dan penentu akhir dari bentuk sofa yang dipesan. Bagus tidaknya bisa dilihat pada proses ini. Butuh ketelitian dan kerapian

dalam memasang kain yang menyesuaikan bentuk sofa.

#### 7. Packing dan kirim



Demi menjaga kebersihan dan menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, packing sofa menggunakan plastik mika yang tahan debu dan air. Serta ditutup kembali menggunakan terpal guna menghindari hujan saat diperjalanan menuju rumah customer.

- *Proses Produksi Interior*



Produk Interior merupakan komponen penting dalam membangun sebuah ruang impian. Tetap mengutamakan sistem custom sehingga apapun desain produk dapat diwujudkan. Adapun beberapa step dalam pembuatan sebuah produk di antaranya:

a. Survey lokasi



b. Pengukuran

Proses awal yang harus dilalui adalah observasi langsung guna untuk mengetahui kondisi lokasi mulai dari kondisi kelembaban dinding, kemiringan plafon dan dinding, serta cat dasar rumah guna menselaraskan warna produk yang akan diletakkan di lokasi tersebut.



Proses pengukuran dilaksanakan dengan mencatat ulang ukuran-ukuran dalam ruang menggunakan meteran bangunan. Adapun hal yang perlu diperhatikan dalam proses mengukur adalah elevasi lantai dan plafon. Tinggi rendahnya menjadi salah satu aspek terpenting guna untuk

menentukan ketinggian produk yang akan dibuat. Contohnya customer menginginkan Lemari pakaian full Plafon maka perlu memperhatikan berapa ketinggian dari lantai ke plafon guna menghindari kesalahan fatal apabila tidak melakukan pengukuran ini.

c. Proses Desain



Dari hasil survey lokasi dan proses pengukuran, maka step selanjutnya adalah mempresentasikan kedalam bentuk gambar 3 dimensi guna memberikan gambaran kepada customer berupa bentuk dan warna yang dipilih dalam suatu produk. Dalam step ini, opini dan masukan customer sangat dibutuhkan guna menyempurnakan desain.



d. Closing Produk

Proses yang dimaksud adalah final desain yang sudah disepakati dan sudah tidak ada perubahan lagi. Kesepakatan ditandai dengan pembayaran uang muka sehingga customer

sudah tidak dapat merevisi desain ataupun membatalkan order.

e. Proses Produksi

Dari desain kemudian direalisasikan dengan pembuatan produk sesuai dengan surat perintah kerja yang sudah ditetapkan. Untuk bagian interior melalui beberapa step seperti step perakitan produk dan step Finishing. Finishing bisa berupa finishing HPL maupun Cat Duco menyesuaikan kesepakatan dengan customer. Waktu pengerjaan sekitar 3 minggu dengan catatan kondisi cuaca bagus dan bahan yang digunakan sudah tersedia.



Adapun beberapa faktor Annet Sofa tetap bertahan

1. Mengutamakan komunikasi antarkaryawan demi kelancaran dalam berbisnis dan menghindari kesalahpahaman.
2. Mengikuti perkembangan jaman  
Hal ini berkaitan dengan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk.
3. Mengetahui keinginan konsumen  
Setelah mengikuti perkembangan jaman, Annet Sofa mengedepankan hal-hal yang dibutuhkan dan diinginkan oleh customer. Kami siap menerima kritik dan saran yang

diberikan oleh customer atau masyarakat di sekitar demi perkembangan berbisnis.

4. Mengedepankan sifat terbuka dan terang-terangan  
Perlu diketahui Annet Sofa unggul dalam hal bahan material yang digunakan mulai dari kayu, busa, dan macam-macam jenis kain. Cara yang dilakukan demi membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan adalah dengan memberikan ulasan di media sosial tentang bahan-bahan tersebut.
5. Inovasi Produk  
Dengan adanya gagasan sistem custom membuat Annet Sofa memiliki beberapa inovasi model sofa yang menyesuaikan dengan perkembangan jaman.

Selain itu, keunggulan produk Annet Sofa dengan produk lain, yaitu:

1. Menggunakan kayu solid berupa kayu nangka dan kayu kruing yang jarang digunakan oleh produk lain. Kebanyakan produk lain menggunakan kayu sengon.
2. Satu-satunya perusahaan yang menggunakan busa density 33 dimana kualitas busa tersebut paling baik dan berkualitas.
3. Menyediakan bahan cover import atau premium yang biasa digunakan untuk Hotel berbintang 5 dan Rumah sakit VIP
4. Banyak pilihan sampel kain dengan beragam jenis dan warna (tidak terpaku pada satu jenis/ merek kain tertentu)

Annet Sofa bisa berperan dalam proses pengembangan jiwa kewirausahaan generasi sekarang sebagai salah satu opsi tempat praktek magang para siswa SMK yang sesuai dengan jurusan masing-masing. Hal ini terbukti dalam kegiatan BICREETID #2 (*Bandung Innovative of Creative*

*Economy, Entrepreneurship, and Tourism Industry Development*) yang diselenggarakan oleh Pusat Kajian Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata (EKKIP) LPPM UPI pada tanggal 9 Maret 2023 silam di Joglo Brotosusmanan, kediaman direktur CV Annet Sofa itu sendiri. Kegiatan tersebut menjadi salah satu wadah bagi sekolah yang mempunyai jurusan relevan dengan Annet Sofa untuk ikut belajar secara langsung dalam proses pembuatan sofa dari produksi hingga siap jual. SMK Negeri 1 Kalasan, Sleman dan SMK 2 Pengasih, Kulonprogo ikut hadir dan mendapatkan materi mengenai proses pembuatan sebuah meubel dan furniture khas dari Annet Sofa mulai dari proses produksi bahan, penjahitan, covering, hingga display akhir yang siap untuk dipamerkan dan dijualbelikan. Kedua SMK ini memang sengaja diundang sebagai peserta kegiatan workshop BICREETID karena sesuai dengan jurusan sekolah mereka yaitu Kriya Tekstil dan Batik serta Desain Interior.





(Dokumentasi Panitia Penyelenggara, 2023)

## Daftar Referensi

Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi*,

*Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 109–119. <https://doi.org/10.35794/EMBA.4.1.2016.11568>

Yulian, A. A. (2021). *Analisa Kinerja Bisnis Coffee Shop Sinopsis Creative Untuk Pelaku Kreatif Menggunakan Business Model Canvas*. <https://elibrary.unikom.ac.id>.



# **BAB 4**

## **Peningkatan Perilaku Produktif Pelaku UMKM**



**Anissa Lestari Kadiyono<sup>1</sup>**

**Ayusya Amara Duhitha<sup>2</sup>**

Fakultas Psikologi – Universitas Padjadjaran<sup>1,2</sup>

*anissa.lestari@unpad.ac.id<sup>1</sup>, ayusya19001@mail.unpad.ac.id<sup>2</sup>*

### **Pendahuluan**

**T**urunnya perekonomian Indonesia yang dipengaruhi oleh situasi pandemi yang terjadi dalam dua tahun belakang ini membutuhkan strategi penanganan agar perekonomian Indonesia dapat bangkit kembali. Salah satu sektor yang berperan penting dalam proses pemulihan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Karakteristik UMKM dapat dikatakan unik, karena jumlahnya mendominasi di dalam struktur perekonomian Indonesia, serta terus bertambah setiap tahun. Kontribusi UMKM tercatat mencapai kisaran 61 persen terhadap PDB nasional dan menyerap 97 persen dari total tenaga kerja. Di setiap periode krisis, UMKM bahkan menjadi buffer, bersifat resilien, dan bisa pulih dengan baik. Hal ini disampaikan dalam siaran pers no. HM.4.6/240/SET.M.EKON.3/5/2022 mengenai Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136>).

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di

Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317>).

UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%. Berdasarkan data tersebut, Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Pemerintah menyadari akan potensi UMKM tersebut, oleh sebab itu, beberapa tahun terakhir ini, Pemerintah mengambil kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat naik kelas menjadi usaha menengah. Dari segi ekonomi daerah, UMKM juga dapat menjadi salah satu wadah untuk memperkenalkan produk- produk kreatif yang dihasilkan di daerah, serta untuk memberikan peluang bisnis bagi para pelaku usaha di daerah.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang cukup besar di Indonesia dan tentunya menjadi salah satu pemasok ekonomi tertinggi Indonesia. UMKM menjadi penggerak ekonomi terbesar di Jawa Barat. Disebutkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Indonesia, jumlah UMKM di Jawa Barat selalu mengalami kenaikan dari tahun 2016 sampai 2021, dengan jumlah terakhirnya adalah sebanyak 117.790 unit usaha. Sukarsih et al. (2019) menyebutkan bahwa Kota Bandung menjadi kota dengan perkembangan dan pertumbuhan UMKM yang tertinggi di Indonesia. Hal ini didukung oleh data dari Open Data Jabar yang memperlihatkan bahwa jumlah UMKM di Kota Bandung kerap mengalami kenaikan,



yaitu pada tahun 2019, jumlah UMKM Kota Bandung adalah sebanyak 411.810, kemudian pada tahun 2020, jumlah UMKM Kota Bandung adalah 437.290, dan pada tahun 2021, UMKM di Kota Bandung berjumlah 464.346. Bisa dikatakan bahwa Kota Bandung termasuk salah satu daerah yang memiliki potensi serta kerap memberikan kontribusi yang sangat besar pada pembangunan ekonomi di Indonesia.

Di Kota Bandung sendiri, terdapat 30 sentra industri yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, salah satunya adalah Sentra Industri Sepatu Cibaduyut. Cibaduyut merupakan kawasan sentra industri sepatu terbesar dan tertua di Kota Bandung. Dengan popularitasnya, Cibaduyut pun kerap disebut sebagai kawasan surganya sepatu lokal. Sentra Industri Sepatu Cibaduyut menjadi salah satu sentra industri terbesar dan populer di kalangan pengunjung Kota Bandung. Bisa dikatakan bahwa Sentra Industri Sepatu Cibaduyut dapat memiliki kekuatan ekonomi yang cukup besar dalam meningkatkan pendapatan Kota Bandung karena kualitasnya yang berskala nasional dan internasional.

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia selama dua tahun lebih memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Pandemi ini juga berdampak pada para pelaku-pelaku UMKM, tak terkecuali di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut. Banyak para pelaku UMKM di Sentra Industri Cibaduyut yang mulai gulung tikar dikarenakan penjualan yang menurun drastis jika dibandingkan dengan kondisi sebelum pandemi. Dikutip dari laman berita CNBC Indonesia, banyak para pelaku yang menutup usahanya dikarenakan penjualannya tidak sebanding dengan modal yang mereka keluarkan. Pendapatan yang masuk pun sangat berbanding terbalik dibandingkan dengan dua tahun lalu. Keputusan pemerintah untuk menekan angka kasus Pandemi Covid-19 juga memengaruhi penjualan dikarenakan terbatasnya akses masuk untuk para pendatang dari luar kota.



Sentra Industri Sepatu Cibaduyut yang merupakan salah satu kekuatan ekonomi Kota Bandung perlahan mulai memudar. Hal ini dikarenakan menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Cibaduyut.

Masalah lain yang dihadapi oleh para Sentra Industri Sepatu Cibaduyut adalah semakin berkurangnya jumlah tenaga kerja. Dikutip dari laman Tribun Jabar, salah satu alasan mengapa semakin sedikitnya tenaga kerja adalah banyak diantara penerus pengrajin yang memilih untuk bekerja dibandingkan menjadi pengrajin. Mereka juga menganggap bahwa bisnis ini tidak menguntungkan bagi mereka. Semakin berkurangnya pengrajin sepatu tentunya berpengaruh terhadap kualitas SDM yang ada. Hal ini dapat berakibat dalam tidak maksimalnya hasil produksi serta daya saing yang cenderung rendah.

Selain itu, produsen sepatu di Kota Bandung sudah tersebar di beberapa kawasan Kota Bandung. Sudah mulai banyak bermunculan outlet-outlet terkenal yang ada di sekitar Bandung yang menjual barang yang diproduksi oleh industri impor. Industri sepatu kian berkembang membuat produk lokal, seperti Cibaduyut, kalah saing dengan para kompetitor impor yang marak diminati pembeli. Dengan naiknya jumlah pengrajin sepatu lainnya maka persaingan pun juga meningkat. Agar para pengrajin Cibaduyut bisa bertahan dan dapat menaikkan kembali penjualannya, dibutuhkan sebuah tindakan agar para tenaga kerja dapat terus meningkatkan produktivitasnya sehingga dapat bertahan di kondisi-kondisi tidak terduga, serta dapat menghadapi para kompetitor baru yang mulai bermunculan. Diperlukan juga sumber daya manusia yang berkualitas untuk menghadapi perkembangan industri sepatu yang terjadi.

Sebagai salah satu pemegang pergerakan ekonomi Kota Bandung, Sentra Industri Sepatu Cibaduyut harus dapat menciptakan dan meningkatkan kinerja usahanya agar dapat



mempertahankan citra Cibaduyut. Kemampuan pihak-pihak di dalamnya, seperti para pengrajin, dalam meningkatkan kinerja usaha memiliki peran penting agar Sentra Industri Sepatu Cibaduyut tidak memudar. Diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi agar dapat bersaing di industri tersebut. Salah satu upaya untuk mencapai hal tersebut adalah dengan meningkatkan perilaku produktif pengrajin. Jika para pengrajin belum memaksimalkan kinerja usahanya, maka produktivitas perusahaan pun menjadi tidak maksimal dan hal ini tentunya berpengaruh pada omset penjualannya. Kinerja seorang pengrajin, atau pelaku UMKM dapat dilihat dari performa kerja serta perilaku dirinya yang memberikan kontribusi pada perusahaan tersebut dalam rangka mencapai visi dan misi perusahaan.

Perilaku merupakan suatu produk atau suatu fungsi dari hasil interaksi antara individu dan lingkungan di dalam suatu organisasi (Bandura, 2006). Perilaku produktif merupakan perilaku yang ditampilkan oleh orang yang produktif, yaitu orang yang memberikan kontribusi yang nyata dan signifikan bagi lingkungan disekitarnya, orang yang imajinatif, konstruktif, serta inovatif dalam penyelesaian masalah dan pencapaian tujuannya, dan orang yang bertanggung jawab serta responsif dalam hubungannya dengan orang lain (Gilmore, 1974).

Koster (2011) dalam Boei, dkk (2015) menyebutkan faktor-faktor yang dapat membentuk perilaku produktif adalah diri sendiri, yaitu seperti motivasi dan kemampuan yang dimiliki individu, lingkungan kerja di mana terdapat interaksi antara karyawan dan organisasi, serta kesempatan kerja untuk seseorang dapat mengembangkan karirnya. Gilmore (1974) menekankan bahwa kontribusi yang positif dari diri seseorang terhadap lingkungannya. Dengan kata lain, jika seorang individu memiliki kepribadian yang produktif maka perilaku produktif akan tercipta. Dari penjelasan tersebut,



dapat dikatakan bahwa perilaku produktif dapat terbentuk dari faktor lingkungan seperti yang disebutkan oleh Koster (2011) dalam Boei, dkk (2015), serta dari faktor dalam diri seseorang seperti yang ditekankan oleh Gilmore (1974).

Perilaku produktif yang dimiliki oleh karyawan dapat memberikan pengaruh yang positif pula bagi organisasi untuk mencapai tujuannya (Kadiyono, 2011). Dalam sebuah organisasi, perilaku produktif memegang peranan yang cukup penting. Organisasi yang para karyawan di dalamnya menerapkan perilaku produktif akan menghasilkan performa kerja yang baik dan akan membantu organisasi berkembang dan mencapai produktivitas yang maksimal.

Rantfl (1989) dalam Mahbobkhah, F., & Beigzadeh, Y. (2018) mengkarakteristikan ciri-ciri perilaku produktif yang dirangkum dalam lima dimensi, yaitu sebagai berikut:

a. Kualifikasi Pekerjaan (*More Qualified*)

Kualifikasi merupakan dasar pekerjaan. Seseorang dengan perilaku produktif pastinya diikuti dengan kualifikasi yang tepat. Seseorang dengan kualifikasi pekerjaan yang lebih tinggi akan dapat belajar dengan cepat, kompeten secara profesional, dan selalu mau memperdalam ilmu di bidangnya, serta kreatif dan inovatif, memahami pekerjaan, dan selalu meningkatkan diri.

b. Motivasi (*Motivation*)

Seseorang yang memiliki motivasi maka mereka akan menampilkan perilaku produktif yang tinggi yang kemudian dapat mencapai produktivitas tinggi. Seseorang dengan motivasi yang tinggi akan mampu memotivasi dirinya sendiri, berinisiatif, memiliki komitmen, tekun, menyukai tantangan, serta berorientasi pada penghasilan hasil atau sasaran kerja.

c. Orientasi Kerja Positif (*Positive Work Orientation*)

Seseorang yang memiliki perilaku produktif maka akan



menampilkan perilaku positif terhadap pekerjaannya. Mereka akan bangga dengan pekerjaan mereka, menetapkan standar yang tinggi, memiliki kebiasaan kerja yang baik, terlibat dalam pekerjaan mereka, dapat diandalkan dan konsisten, menghormati manajemen dan tujuan mereka, memiliki hubungan yang baik dengan manajemen, menerima tantangan dan tugas baru, dan mampu beradaptasi dengan perubahan.

d. Dewasa (*Maturity*)

Dewasa atau Mature merupakan suatu atribut yang dimiliki masing-masing individu. Seseorang yang dewasa memiliki kemampuan untuk menjalin hubungan interpersonal yang positif, menunjukkan kecerdasan sosial, kepribadian yang baik, berkomunikasi secara efektif, terbuka terhadap saran, mampu bekerja sama sebagai tim, dan menunjukkan sikap dan antusiasme yang positif.

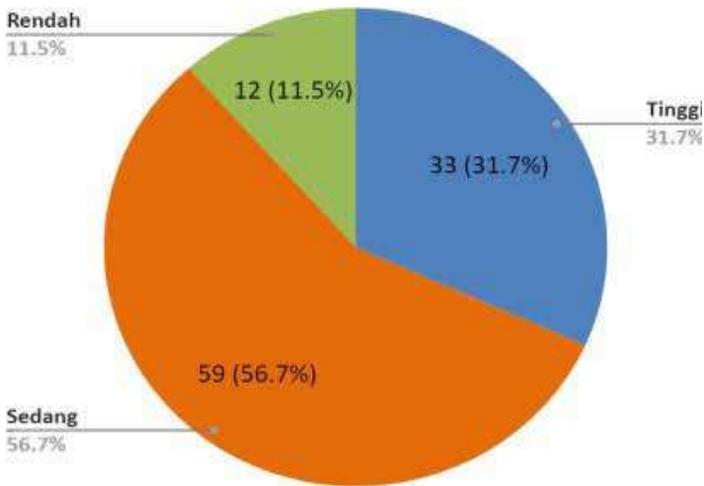
e. Dapat bersosialisasi dengan efektif (*Effective Socialization*)

Hal ini merupakan kemampuan untuk dapat berhubungan secara positif dengan orang lain yang mampu meningkatkan produktivitas. Seseorang dengan kemampuan ini akan bertanggung jawab atas pelaksanaan pekerjaan, jujur, memiliki rasa tanggung jawab yang kuat, mengetahui kelemahan dan kelebihan diri sendiri, mandiri dan disiplin, stabil secara emosional, mampu bekerja secara efektif di bawah tekanan, mampu belajar dari pengalaman, dan memiliki ambisi yang sehat. Penelitian akan perilaku produktif para pelaku UMKM perlu ditelaah untuk mengetahui sejauh apa perilaku produktif telah tercermin pada pelaku UMKM khususnya di Cibaduyut yang akan menggambarkan hal apa yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki untuk meningkatkan performa UMKM yang tercermin dari perilaku sumber daya manusianya.



## Pembahasan

Penelitian dilakukan pada 104 pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut di Kota Bandung, Jawa Barat. Setelah dilakukan pengolahan data terhadap 104 pelaku UMKM Sentra Industri Cibaduyut, didapatkan gambaran perilaku produktif secara umum, yang tergambar melalui Gambar 1.



Gambar 1. Presentasi Perilaku Produktif

Dilihat dari Gambar 1, dapat tergambar gambaran perilaku produktif para pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut secara umum. Sebanyak 56,7% atau 59 responden berada pada kriteria sedang. Artinya, hampir sebagian lebih responden memiliki perilaku produktif yang cenderung sedang sehingga memiliki kontribusi dimensi Kualifikasi Pekerjaan (*More Qualified*), Motivasi (*Motivasi*), Orientasi Kerja yang Positif (*Positive Work Orientation*), Kedewasaan (*Maturity*), serta Sosialisasi yang Efektif (*Effective Socialization*) yang cenderung sedang pula dalam menghasilkan perilaku produktif. Rantfl (1989) menyebutkan bahwa dengan seseorang memiliki perilaku yang produktif dalam suatu organisasi, maka mereka



akan dapat memberikan kontribusi yang nyata dan signifikan terhadap lingkungan kerja di mana ia berada. Dapat dikatakan bahwa para pelaku UMKM Sentra Industri Cibaduyut cenderung sedang dalam memberikan kontribusi secara positif terhadap tujuan organisasi. Kemudian, sebanyak 31,7% atau 33 responden berada pada kriteria tinggi. Lalu, sebanyak 11,5% atau 12 responden berada pada kriteria yang rendah. Berdasarkan literatur, perilaku produktif dapat muncul dan dapat dilihat dalam pencapaian performa ataupun kinerja, perilaku yang melampaui persyaratan pekerjaan, atau inovasi yang terjadi untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

**Tabel 1.** Rata-rata dimensi perilaku produktif

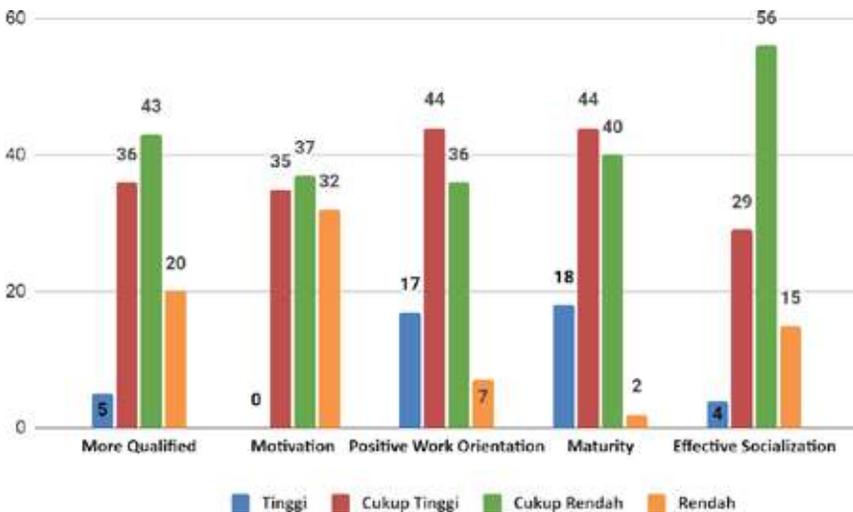
<b>Skor Rata-rata Responden Per Dimensi</b>	
<i>More Qualified</i>	10,76
<i>Motivation</i>	10,51
<i>Positive Work Orientation</i>	15,5
<i>Maturity</i>	13,64
<i>Effective Socialization</i>	10,63

Data yang didapatkan juga menunjukkan ada perbedaan dalam kontribusi masing- masing dimensi dalam membentuk perilaku produktif para pelaku Sentra Industri Sepatu Cibaduyut. Dapat terlihat pada Tabel 1, dimensi *Positive Work Orientation* atau Orientasi Kerja yang Positif berkontribusi paling besar terhadap perilaku produktif para pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi yang paling mendukung serta mendorong responden untuk menghasilkan perilaku produktif adalah Orientasi Kerja yang Positif. Artinya, para pelaku UMKM di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut memiliki sikap positif terhadap pekerjaannya dan cenderung melakukan tugasnya tanpa paksaan. Mereka juga bangga dengan pekerjaan



mereka mampu beradaptasi dengan perubahan (Rantfl, 1989) dalam Mahbobkhhah, F., & Beigzadeh, Y. (2018). Sedangkan, dimensi yang berkontribusi paling sedikit terhadap perilaku produktif para pelaku UMKM adalah dimensi *Motivation* atau Motivasi. Hal ini berindikasi para pelaku UMKM kurang dapat memotivasi dirinya sendiri, kurang menyukai tantangan baru dan cenderung tidak memberikan kontribusi lebih dari tuntutan pekerjaan.

Gambar 2 di bawah menunjukkan bahwa setiap dimensi terdiri dari berbagai kategori responden. Artinya, para pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut menunjukkan dimensi perilaku produktif yang berbeda. Berdasarkan gambar, dimensi *Maturity* (Kedewasaan) memiliki responden dengan skor Tinggi yang paling banyak, yaitu sebanyak 18 responden (17,30%). Kemudian, diikuti dengan dimensi *Positive Work Orientation* (Orientasi Kerja yang Positif) sebanyak 17 responden (16,34%), dimensi *More Qualified* (Kualifikasi Pekerjaan) sebanyak 5 responden (4,8%), dan yang terakhir, dimensi *Effective Socialization* (Sosialisasi yang Efektif) sebanyak 4 responden (3,84%).



Gambar 2. Hasil Pengukuran Perilaku Produktif Pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut

Untuk dimensi yang respondennya memiliki skor Cukup Tinggi, paling banyak ditemukan pada dimensi *Positive Work Orientation* (Orientasi Kerja yang Positif) dan *Maturity* (Kedewasaan), yaitu sebanyak 44 responden (42,30%). Kemudian, diikuti dengan dimensi *More Qualified* (Kualifikasi Pekerjaan) sebanyak 36 responden (34,61%), dimensi *Motivation* (Motivasi) sebanyak 35 responden (33,65%), dan yang terakhir dimensi *Effective Socialization* (Sosialisasi yang Efektif) sebanyak 29 responden (27,88%).

Untuk dimensi yang respondennya memiliki skor Cukup Rendah, paling banyak ditemukan pada dimensi *Effective Socialization* (Sosialisasi yang Efektif) sebanyak 56 responden (53,84%). Kemudian, diikuti dengan dimensi *More Qualified* (Kualifikasi Pekerjaan) sebanyak 43 responden (41,34%), dimensi *Maturity* (Kedewasaan) sebanyak 40 responden (38,46%), dimensi *Motivation* (Motivasi) sebanyak 37 responden (35,57%), dan yang terakhir dimensi *Positive Work Orientation* (Orientasi Kerja yang Positif) sebanyak 36 responden (34,61%).

Selanjutnya, dimensi *Motivation* (Motivasi) memiliki responden dengan skor Rendah paling banyak, yaitu sebanyak 32 responden (30,76%). Kemudian, diikuti dengan dimensi *More Qualified* (Kualifikasi Pekerjaan) sebanyak 20 responden (19,23%), dimensi *Effective Socialization* (Sosialisasi yang Efektif) sebanyak 15 responden (14,42%), dimensi *Positive Work Orientation* (Orientasi Kerja yang Positif) sebanyak 7 responden (6,73%), dan yang terakhir dimensi *Maturity* (Kedewasaan) sebanyak 2 responden (1,9%).

Dilihat dari Gambar 3, penghayatan terbaik responden adalah dalam hal Kedewasaan (*Maturity*) yang menggambarkan dari adanya kemampuan untuk menjalin hubungan interpersonal yang positif, menunjukkan kecerdasan sosial, kepribadian yang baik, berkomunikasi secara efektif, terbuka terhadap saran, mampu bekerja sama sebagai tim, serta menunjukkan sikap dan antusiasme yang positif (Rantfl, 1989)

dalam Mahbobkhah, F., & Beigzadeh, Y. (2018).

Perilaku produktif yang ditampilkan para pelaku UMKM masih perlu ditingkatkan di bagian motivasi, yaitu kemampuannya dalam mengarahkan perilakunya dalam mencapai tujuan. Motivasi ini menempati posisi terendah dalam perilaku produktif yang ditampilkan oleh para pelaku, sehingga hal ini menjadi kunci utama bagi pelaku UMKM dalam pengembangan dirinya menciptakan perilaku yang produktif.

Dimensi berikutnya yang perlu mendapatkan peningkatan adalah kemampuan para pelaku dalam bersosialisasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa jaringan maupun hubungan sosial memegang peranan penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan usaha. Terbinanya hubungan dengan rantai pemasok, pemrosesan produk atau jasa, maupun dalam pemasarannya akan menjadi lebih efektif dan efisien dengan adanya modal sosial. Hal ini membuat upaya untuk peningkatan perilaku produktif pelaku UMKM dapat dilakukan dalam kelompok atau komunitas agar dapat menciptakan jaringan-jaringan baru yang dapat dimanfaatkan bersama demi kepentingan bersama.

Hal lain yang perlu dikembangkan berikutnya adalah kualifikasi pelaku UMKM. Kualifikasi inilah yang akan membedakan antar pelaku UMKM yang satu dengan pelaku UMKM lainnya baik dari sisi kualitas produk, kualitas SDM, kualitas harga, dan lain-lain yang akan membantu produk berkembang dan diupayakan dapat menjadi lebih baik dari waktu ke waktu.

## **Penutup**

1. Secara umum, gambaran perilaku produktif para pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut cenderung sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa para pelaku UMKM Sentra Industri Cibaduyut masih memerlukan



peningkatan dalam memberikan kontribusi secara positif terhadap capaian yang diharapkan.

2. Dimensi *Positive Work Orientation* merupakan dimensi yang berkontribusi paling besar terhadap perilaku produktif para pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut. Hal ini berarti para pelaku UMKM cenderung memiliki sikap yang positif dan melakukan pekerjaannya tanpa paksaan.
3. Dimensi *Motivation* menjadi dimensi yang kontribusinya paling sedikit terhadap munculnya perilaku produktif para pelaku UMKM Sentra Industri Sepatu Cibaduyut. Artinya, para pelaku cenderung kurang dapat memotivasi diri sendiri, kurang memiliki kemauan untuk bekerja keras, cenderung tidak tekun yang dapat menyebabkan orientasi pada pencapaian hasilnya pun cenderung rendah, sehingga masih harus ditingkatkan.

## Daftar Pustaka

- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on psychological science*, 1(2), 164-180.
- Boei, F., Dengerink, J., Geursen, J., Kools, Q., Koster, B., Lunenberg, M., & Willemse, M. (2015). Supporting the professional development of teacher educators in a productive way. *Journal of education for teaching*, 41(4), 351-368.
- Fransisca, L. (2021). Ekonomi Kreatif dan Kontribusinya Terhadap Perekonomian Indonesia. [Www.goodnewsfromindonesia.id. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/14/ekonomi-kreatif-dan-kontribusinya-terhadap-perekonomian-indonesia](https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/14/ekonomi-kreatif-dan-kontribusinya-terhadap-perekonomian-indonesia)
- Gilmore, H. L. (1974). Product conformance cost. *Quality progress*, 7(5), 16-19.
- Hamdani. (2020). Mengenal usaha mikro kecil dan



menengah (UMKM) lebih dekat. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi#:~:text=Jakarta%2C%2020%20Mei%202022&text=Kontribusi%20UMKM%20tercatat%20mencapai%20kisaran,dan%20bisa%20puluh%20dengan%20baik,> diunduh pada 30 Agustus 2022

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>, diunduh pada 30 Agustus 2022

Kadiyono, Anissa Lestari. 2011. Pengaruh Human Capital Terhadap Positive Organizational Behavior Melalui Motivasi Kerja dan komitmen Organisasional Sebagai Mediator. Disertasi. Jatinangor: Universitas Padjadjaran.

Mahbobkxah, F., & Beigzadeh, Y. (2018). The Effect of Managers Power Resources and Personality Characteristics of Entrepreneurship on Personnel Productivity. *Knowledge & Research in Applied Psychology*, 19(2), 63-76.

Prakoso, J. P. (2021, March 9). Industri Kreatif bisa Jadi Penopang Pertumbuhan Ekonomi Nasional | Ekonomi. *Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210309/9/1365918/industri-kreatif-bisa-jadi-penopang-pertumbuhan-ekonomi-nasional>

Tempo.co. (2019, July 15). Ridwan Kamil: Ekonomi Kreatif Jawa Barat Paling Progresif. *Tempo*. <https://nasional.tempo.co/read/1224902/ridwan-kamil-ekonomi-kreatif-jawa-barat-paling-progresif>

Utami, B. S. A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. 03(1). <https://journal.uwks.ac.id/index.php/economie/article/viewFile/1511/1015>

# **BAB 5**

## **Tinjauan Konseptual Kewirausahaan Dalam Bisnis Pembentukan Wirausaha Baru**



**Dr. Linda Setiawati, M.Pd**  
Universitas Pendidikan Indonesia  
*lindasetiawati@upi.edu*

### **Pendahuluan**

#### ***1. Hakikat Dan Konsep Kewirausahaan***

**K**ewirausahaan pertama kali muncul pada abad ke 18 diawali dengan penemuan- penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dll. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreatifitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama.

Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2007:18).

Pengertian kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang- peluang yang muncul di pasar. Eksploitasi tersebut sebagai besar berhubungan dengan pengatahan atau kombinasi input yang produktif. Wirausahawan adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang

melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru. Selain itu, seorang wirausahawan menjalankan peranan manajerial dalam kegiatannya, tetapi manajemen rutin pada operasi yang sedang berjalan tidak digolongkan sebagai kewirausahaan. Seorang individu menunjukkan fungsi Kewirausahaannya.

Istilah wirausaha muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang sreg dengan kata swasta. Persepsi tentang wirausaha sama dengan wiraswasta sebagai padanan enterpreneur. Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada wirausaha. Istilah wirausaha kini semakin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tentangan yang dihadapi oleh generasi muda saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, wiraswasta mengarah untuk survival dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan.

## ***2. Ciri Dan Watak Wirausaha***

Ciri dan watak kewirausahawan diantaranya sebagai berikut.

- a) Percaya diri keyakinan, ketidak ketergantungan, individualistis, dan optimisme.
- b) Berorientasi pada tugas dan hasil kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energentik dan inisiatif.
- c) Pengambilan resiko kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar dan suka tentangan.
- d) Kepemimpinan perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran dan kritik.
- e) Keorisinilan inovatif dan Kreatif serta fleksibel.
- f) Berorientasi ke masa depan pandangan kedepan, perspektif dalam konteks bisnis, seorang enterpreneur



membuka usaha baru (new ventures) yang menyebabkan munculnya produk baru atau ide tentang penyelenggaraan jasa-jasa.

Adapun karakteristik tipikal enterpreneur (schermehorn Jr, 1999) sebagai berikut:

- a) Lokus Pengadilan Internal
- b) Tingkat Energi Tinggi
- c) Kebutuhan tinggi akan prestasi
- d) Toleransi terhadap ambiguitas
- e) Kepercayaan Diri
- f) Berorientasi pada action

Kompetisi perlu dimiliki oleh wirausahawan seperti halnya profesi lain dalam kehidupan, kompetensi ini mendukungnya ke arah kesuksesan. Dan 2 Bradstreet Business Credit Service (1993:1) mengemukakan 10 kompetensi yang harus dimiliki yaitu:

- 1) *Knowing Your Business* yaitu mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seorang wirausahawan harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan.
- 2) *Knowing the Basic Business Management* yaitu mengetahui usaha apa yang menjadi dasar pengelolaan bisnis, munculnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengendalikan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan dan membukukan semua kegiatan usaha. Mengetahui menegement, bisnis berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien.
- 3) *Having the Proper Attitude*, yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Dia harus bersikap seperti pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah



hati.

- 4) *Having Adequate Capital* yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya berbentuk materi tetapi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup waktu, cukup uang, cukup tenaga, tempat dan mental.
- 5) *Managing Finances Effectively* yaitu memiliki kemampuan \ mengelola keuangan, secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat dan mengendalikannya secara akurat.
- 6) *Managing Time Efficiently*, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya.
- 7) *Managing People* yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan / memotivasi dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan.
- 8) *Satisfying Customer by Providing High Quality Product* yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan.
- 9) *Knowing How to Compete* yaitu mengetahui strategi/cara bersaing. Wirausaha harus dapat mengungkapkan kekuatan (*strength*) kelemahan (*weakness*) peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*), dirinya dan pesaing. Dia harus menggunakan analisis SWOT sebaik terhadap dirinya dan pada pesaing.
- 10) *Copying with Regulation and Paper Work* yaitu membuat aturan/pedoman yang jelas tersurat, tidak tersirat. (Triton, 2007:137-139).

### 3. Tahapan Penting dalam Berwirausaha

Terdapat tahapan dalam mengubah mindset menjadi seorang pekerja menjadi seorang yang berwirausaha. Adapun tahapan yang dikedepankan adalah:



a. Persiapan Mental

Harus dimulai dari cara pandang dan cara berfikir yang kemudian diharapkan mampu merubah tindakan dan perilakunya. Dalam konteks kewirausahaan, kesiapan mental adalah hal yang paling fundamental untuk mencapai keberhasilan dan kesuksesan terhadap rencana bisnis yang telah ditetapkan.

Karena memasuki dunia usaha akan selalu dihadapkan dengan berbagai tantangan dan resiko terutama tantangan yang terdapat di luar diri wirausahawan (eksternal) yang membawa efek bagi calon wirausahawan (internal).

Situasi dan kondisi yang demikian dinamis dan perubahan bisa terjadi dengan begitu cepat yang kemudian membawa dampak terhadap usaha yang dijalankan.

Beruntung kalau perubahan yang terjadi dapat memberi pengaruh positif, akan tetapi jika dampak dan perubahan eksternal itu membawa pengaruh negatif maka disitulah mentalitas seorang wirausahawan perlu membekali dirinya dengan mental berfikir positif, taktis dan strategis.

b. Persiapan Sikap dan Perilaku

Terdapat tiga unsur penting dalam membangun sikap dan perilaku wirausahawan dalam diri yakni *destiny, courage and action*.

*Destiny* (takdir) sebenarnya lebih merupakan tujuan hidup, bukan tujuan nasib. Dengan memiliki tujuan hidup maka kita mengetahui kemana arah yang akan kita tuju dan itu akan memadai cikal bakal penentuan takdir kita. Tujuan dan misi hidup adalah fondasi awal untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Dengan memiliki tujuan hidup yang jelas, maka akan



melahirkan semangat dan sikap mental yang dibutuhkan dalam membangun usaha. Sehingga impian besar akan mampu diraih yang pada akhirnya dapat memberikan nilai tambahan dalam kehidupan untuk meningkatkan standar dan kualitas hidup.

c. Mencari Gagasan Usaha (*Product Ideas*)

Secara sederhana penciptaan produk dapat dilakukan dengan menuliskan usaha yang muncul dalam pikiran kita. Adanya brainstorming ialah kuantitas, sehingga tidak perlu dikomentari dari metode ini muncul ide-ide yang dapat memberikan gagasan terhadap penentuan jenis usaha secara brilian.

d. Melakukan Seleksi

Terdapat metode yang sangat sederhana untuk menseleksi produk ini yaitu menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) analisis SWOT terbagi atas 2 bagian, yaitu aspek internal dimana kita yang paling tahu kondisi kita yang sesungguhnya dan aspek eksternal dimana kendali bukan berasal dari kita, tetapi dari lingkungan eksternal. Dalam analisis SWOT juga terdapat unsur pendorong positif, yaitu kekuatan dan peluang dan unsur negatif yaitu kelemahan dan ancaman.

e. Menyaring Produk (*Product Screening*)

Analisis SWOT ialah analisis secara kualitatif, sedangkan secara kuantitatif untuk mengetahui produk terpilih dapat dilakukan dengan microscreening. Untuk melakukan penyaringan produk kita dapat melakukannya dengan kuantitatif, sehingga angka yang terbesar merupakan komoditi produk yang terpilih atau yang paling siap untuk dilaksanakan. Unsur penilaian dalam micro screening meliputi kemudahan pasar, ketersediaan bahan baku, kemudahan teknologi, keterampilan dan modal.



f. Menyusun Suatu Rencana Usaha

Fungsi perencanaan merupakan bagian dari fungsi manajemen, merupakan kumpulan keputusan dalam dunia usaha. Secara sederhana diartikan sebagai perkiraan atas potensi dan prospek usaha di masa yang akan datang. Dalam perencanaan ini meliputi prospek pasar, manfaat ekonomi dan manfaat sosial. Terdapat juga gambaran produk, bahan baku utama dan bahan baku pembantu, tenaga kerja langsung, proses produksi.

g. Melaksanakan Aktifitas Usaha Yang Menguntungkan

Dalam menjalankan aktifitas usaha, maka harus diperhatikan keberanian memulai dengan proses panjang setelah melakukan perencanaan usaha. Kewirausahaan merupakan aktifitas usaha yang menguntungkan dengan mengubah peluang usaha menjadi usaha yang menguntungkan dengan mengorbankan biaya, waktu, tenaga, pikiran serta dalam menjalankan usaha tersebut harus dibarengi dengan kreativitas dan inovasi serta memperhatikan resiko yang dihadapi.

#### **4. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Perekonomian merupakan suatu sendi dalam keberlangsungan kehidupan suatu negara. UMKM merupakan salah satu sendi yang ikut andil dalam upaya pembangunan negara mulai dari penyediaan barang dan jasa untuk keperluan konsumsi sampai dengan penyediaan lapangan pekerjaan untuk tenaga kerja. Melalui kegiatan ekspor impor melalui perdagangan dari hasil UMKM maka secara langsung akan berpengaruh dalam PDB (Produk Domestik Bruto) negara ini dalam membentuk investasi. Dengan melihat pentingnya UMKM dalam perekonomian maka diperlukan analisa mengenai hal-hal apa saja yang mampu mendukung, menghalangi dan solusi dari permasalahan yang timbul. Karena melalui sektor inilah semua aspek yang berkaitan



dengan pola kehidupan manusia bersumber mulai dari sektor konsumsi, pangan dan papan sebagai contoh dalam segi konsumsi banyak sekali usaha mandiri dan yang lain mengisi aktifitas lalu lintas produksi. Meningkatnya harga bahan baku yang impor yang mana harga bahan baku impor mengalami kenaikan yang drastis.

UMKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian di Indonesia. Itu artinya, usaha mikro yang memiliki omset penjualan pada kisaran 1 miliar serta usaha menengah dengan omset penjualan di atas 1 miliar per tahun, memiliki peran yang sangat besar.

Selama tahun 2003-2006 peranan usaha mikro, kecil dan menengah dalam penciptaan nilai tambah terus meningkat dari 54,52% pada tahun 2003 menjadi 56,72% pada tahun 2006. Sebaliknya perusahaan besar semakin berkurang dari 46,49% pada tahun 2003 menjadi 43,28% pada tahun 2006. Usaha mikro, kecil dan menengah juga menjadi pemasok kebutuhan barang dan jasa nasional sebanyak 43,8% sedangkan usaha besar 42,1% dan impor sebanyak 14,1% (Dekop 2003-2006, data diolah).

## **5. Tantangan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

UMKM sebagai perwujudan konkret ekonomi rakyat dirasakan strategis untuk dikembangkan, karena sektor ini mampu menyediakan lapangan kerja yang mampu menyerap tenaga kerja yang cukup. Hal ini memenuhi kebutuhan dasar hidup masyarakat. Ekonomi rakyat adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat yang secara swadaya mengelola sumber daya yang dapat dikuasainya dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya dan keluarganya. Dalam pengembangan UMKM adanya persoalan internasional UMKM, rendahnya profesionalisme SDM yang mengelola,

keterbatasan perolehan dan akses terhadap perbankan dan pasar, kemampuan penguasaan teknologi yang rendah. Sedangkan permasalahan eksternal adalah iklim usaha yang kurang menguntungkan bagi pengembangan usaha kecil, kebijakan pemerintah yang belum memihak bagi pengembangan usaha kecil.

Di sini juga terdapat kemerosotan posisi modal kerja, penurunan volume penjualan, penurunan laba atau keuntungan dan meningkatkan hutang. Banyaknya UMKM ini tentu disebabkan karena produk dari UMKM sangat diminati bahkan dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan oleh UMKM kalah saing dengan promosi dari industri yang lebih besar. Promosi adalah salah satu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Karena keterbatasan modal banyak pelaku usaha yang memulai bisnis dari kecil. Pengelolaan seadanya dan keahlian terbatas membuat laju pertumbuhan UMKM biasanya tidak terlalu cepat, namun, ada pula yang kemudian menjadi besar dan menghasilkan profit yang bagus. Oleh karena itu, bisnis UMKM menjadi pilihan masyarakat untuk keluar dari situasi ekonomi berat. Diharapkan dengan adanya perbaikan demand, baik pada industri dan pada beberapa sub kelompok belanja ritel tersebut dapat meningkatkan semangat para pelaku industri dan UMKM. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% tenaga kerja. Dengan banyaknya pekerja yang terserap, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

Untuk kontribusi dan peran UMKM penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM melalui penguatan sehingga peran mereka sebagai pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan optimal. Sarana pemerataan tingkat ekonomi rakyat kecil UMKM berperan dalam pemerataan dalam tingkat perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat. UMKM bahkan menjangkau daerah yang pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh kehidupan yang layak. Oleh sebab itu, pemerintah berupaya menyediakan sejumlah stimulus melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan bantuan modal, keringanan pembayaran listrik serta dukungan pembiayaan lainnya.

Dengan begitu, pelaku usaha UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka juga dapat menumbuhkan kembangkan berbagai gagasan/ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial- ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah berusaha mengakomodir melalui penyusunan UU Cipta Kerja mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM. Pemerintah berharap melalui UU Cipta Kerja UMKM dapat terus berkembang dan berdaya saing.

#### ***6. Pentingnya UMKM Bagi Perekonomian Nasional***

Adanya jumlah UMKM yang sangat banyak dan tersebar di perkotaan maupun pedesaan bahkan hingga ke pelosok terpencil. UMKM juga tergolong sangat padat karya, mempunyai potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang besar dan peningkatan pendapatan. Hal ini terdapat dalam sektor pertanian yang secara tidak langsung mendukung pembangunan. UMKM juga banyak membantu dalam menampung pekerja yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Dengan adanya UMKM maka ini menjadi titik

awal mobilitas investasi di pedesaan sekaligus wadah bagi peningkatan kemampuan wiraswasta. Hal ini menjadi alat untuk mengalihkan pengeluaran konsumsi warga pedesaan menjadi tabungan.

Sebagai salah satu upaya pemerintah untuk memajukan UMKM:

- 1) Subsidi bunga/margin
- 2) Memberikan modal tambahan
- 3) Memajukan semua produk yang ada

### ***7. Pentingnya Sumber Daya Manusia***

Sumber Daya Manusia (SDM) haruslah orang-orang yang dapat menghasilkan produk dan layanan yang baik. Memiliki karyawan yang benar mempunyai ketertarikan untuk dapat memajukan usaha. Dengan adanya SDM yang baik maka UMKM dapat dipromosikan juga. Dapat memperkenalkan produk dengan melakukan riset terlebih dahulu. Hal ini dapat membantu memiliki melalui media mana dan apa contohnya via media online atau offline.

Salah satu keunggulan yang utama pada sektor UMKM adalah kemudahan dalam mengadopsi dan mengimplementasikan teknologi baru dan implementasi pada suatu inovasi. Adopsi teknologi terbaru menjadi lebih mudah dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing dalam UMKM. Demikian hal ini juga tidak memiliki birokrasi yang rumit dan struktur organisasi masih relatif ramping. Sehingga koordinasi dan komunikasi antar managerial level cenderung untuk mudah dilakukan. Selain kemudahan aplikasi teknologi, keunggulan lainnya yang dimiliki sektor UMKM adalah dalam hal menjaga hubungan baik.

Dalam menjalankan UMKM kondisi internal dan eksternal pasti akan mempengaruhi kinerja dari bisnis yang dijalankan. Kunci penting untuk menjadikan bisnis tersebut dapat berkembang adalah dengan merencanakan dan

mengimplementasikan strategi yang tepat dan sesuai dengan perkembangan di masyarakat. Dalam masa seperti sekarang revolusi industri sudah sampai 4.0 dimana teknologi sangat dijunjung tinggi. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa teknologi saat ini menjadi salah satu pilar penting bagi kemajuan UMKM

Saat ini pengguna media sosial juga semakin meningkat. Bahkan era digital seperti saat ini setidaknya media sosial efektif membantu para pengusaha UMKM untuk terus berkembang. Maka memudahkan beberapa E-Commerce sebagai wadah bagi para UMKM dalam menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman dan juga teknologi.

Selain itu strategi yang bisa diaplikasikan pada bisnis UMKM antara lain:

a) Produk yang Menarik

Produk yang menarik dapat dipasarkan dengan mudah. Tidak cuma menarik sebagai bisnis owner kita harus membuat konsumen terus merasa penasaran dan produk tersebut juga harus unik dan bermanfaat.

b) Pahami Target Pasar

Ini sangat penting karena kita harus tahu apa yang diinginkan oleh calon konsumen. Seperti produk untuk general usia, pria dan wanita. Tentu ini akan sangat berkaitan dengan jenis produk nantinya.

c) Kemasan yang Unik

Tidak bisa dipungkiri bahwa kemasan bisa jadi indikator terjualnya produk.

Konsumen bisa tertarik pada kemasan.

d) Kelebihan Produk

Menjadi salah satu yang dapat diunggulkan karena mempunyai ciri khas tersendiri. Dengan adanya kelebihan produk yang kita tawarkan maka konsumen akan dapat membandingkan dengan produk yang sama di pasaran.

e) Pelayanan Baik

Pelayanan yang baik seperti ramah pada setiap konsumen yang datang dan akan terlihat lebih ramai tempatnya.

f) Konsisten dalam Penerapan Strategi

Bisnis owner harus bisa menerapkan semua strategi diatas secara konsisten. Konsisten atau disiplin pada dunia bisnis menjadi parameter kesuksesan nantinya. Jika hal ini terus dilakukan maka lambat laun bisnis yang kita jalankan akan berkembang dan maju.

Langkah-langkah ini juga dapat didukung dengan penguatan network atau jaringan menjadi modal penting sebelum melangkah ke depan. Pemerintah sebenarnya dapat memberikan sumber daya untuk membantu para UMKM. Hal ini dapat berdaya saing tinggi sehingga dapat memasuki *global value chain*. Peningkatan jumlah pengusaha UMKM merupakan salah strategi pemerintah untuk menciptakan lapangan kerja baru. Dengan demikian dapat mengurangi kemiskinan yang nantinya akan berperan penting sebagai salah satu penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi.

Digitalisasi adalah salah satu hal penting dalam berbisnis, terutama bagi UMKM yang ingin mengembangkan bisnisnya. Di Indonesia Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah UU No. 20/2008. UMKM merupakan tonggak penting perekonomian Indonesia. Namun, masih banyak hal yang perlu disiapkan untuk membuat apra UMKM bisa beralih ke pasar digita; Kurangnya pemahaman tentang cara menjalankan bisnis secara online juga menjadi hambatan proses digitalisasi UMKM. digitalisasi bisa membawa banyak keuntungan bagi UMKM. Oleh sebab itu sangat penting bagi UMKM untuk melakukan digitalisasi.

## 8. Strategi Rebranding

Banyak bisnis baru UMKM yang berhasil menarik atensi konsumen. Terkadang strategi rebranding dibutuhkan untuk menstimulus pertumbuhan bisnis. Sebagai pebisnis UMKM yang baik ada banyak cara untuk memajukan bisnisnya, mulai dari meningkatkan mutu produk, hingga memperluas bauran masyarakat.

Dalam hal ini bisnis UMKM harus terus berjalan, dalam perjalannya ada banyak inovasi yang dapat dikembangkan. Namun terkadang ada masanya identitas bisnis yang dimiliki kurang mampu mempresentasikan kegiatan bisnis tersebut.

Strategi rebranding ini bisa menjadi terobosan untuk “meremajakan” bisnis yang sudah ada menjadi lebih kekinian. Saat ini pergeseran tren dan selera desain turut mengubah pandangan konsumen tentang sebuah brand. Kebanyakan brand yang disukai saat ini adalah brand yang lebih kasual, memiliki visual yang minimalis dan dekat dengan masyarakat. Ada perbedaan antara branding dan rebranding, keduanya tentu saling berkaitan sebab bisa dikatakan bahwa branding dan rebranding merupakan satu kesatuan.

Anti branding adalah proses pemberian makna bagi organisasi, perusahaan, produk atau layanan tertentu dengan menciptakan dan membentuk merk dalam pikiran konsumen. Branding dilakukan agar konsumen dapat mengenali sebuah merk dengan baik. Bisa juga dilakukan melalui sebuah media agar konsumen dapat mengenali sebuah merk dengan baik. Hal ini ada kaitannya dengan rebranding yaitu ketika perusahaan merubah logo, slogan, visi, misi, nilai, nama usaha atau target pasar. Untuk membangun identitas merk baru di benak konsumen atau pesaing.

Rebranding adalah proses mengubah citra perusahaan atau produk. Tujuannya untuk membuat citra baru yang lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, ada beberapa manfaat dari rebranding sebagai berikut.

- a) Mendapat pelanggan baru
- b) Menyegarkan perusahaan
- c) Meningkatkan visibilitas bisnis
- d) Efisiensi kinerja
- e) Etos kerja

### **Persiapan Menjalankan Bisnis Cuci Sepatu**

Bisnis akan sukses jika diawali dengan persiapan yang matang. Tanpa ada perencanaan dan persiapan, bisnis akan tetap berjalan namun penuh resiko. Tingkat kegagalan akan jauh lebih tinggi.

#### **1) Menganalisis Prospek Bisnis**

Menelusuri prospek usaha merupakan langkah pertama yang harus dilakukan. Tujuannya adalah memastikan bahwa bisnis yang akan dijalankan diterima oleh masyarakat. Amati masyarakat yang ada disekitar untuk memastikan apakah mereka cocok menjadi konsumen Umumnya, pelanggan jasa ini adalah mahasiswa, anak sekolah dan pekerja.

#### **2) Perlengkapan Usaha**

Setelah melakukan analisis prospek bisnis dan memastikan bahwa bisnis ini sukses maka perencanaan yang matang harus dipersiapkan.

#### **3) Menggunakan Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran sangat menentukan sukses atau tidaknya sebuah bisnis. Strategi pemasaran yang baik harus diterapkan di usaha apapun, baik perusahaan mikro, kecil, menengah dan perusahaan besar.

#### **4) Memberikan Pelayanan yang Lebih**

Kunci mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama adalah pelayanan. Usaha Cuci Sepatu termasuk ke dalam kategori usaha jasa. Oleh sebab itu, pelayanan yang baik menjadi kunci kesuksesannya. Berikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Sambut pelanggan dengan sikap yang ramah,

posisikan pelanggan sebagai raja yang harus dilayani dengan sepenuh hati. Bersihkan sepatunya dengan cara terbaik. Bila perlu berikan reward kepada pelanggan yang sering berkunjung

Dalam Setahun Terakhir ,jasa cuci sepatu semakin mengatur di beberapa kota besar di Indonesia Alasannya ,Karena banyak orang yang hobi mengoleksi sepatu mahal ditambah tidak memiliki waktu untuk mengurusnya .Dengan sigap para penyedia jasa cuci sepatu pun mencurahkan diri sebagai solusi dari masalah tersebut.

Salah satu pelaku usaha yang mencoba perizinan ,tungan dalam bisnis ini adalah Mas Muhammad Nabawi yang mempunyai jasa sepatu disebut Cuci Cuci Cuy. Bisnis ini di tekuni sejak tahun 2018 setelah melihat perkembangan pasar dan fenomena masyarakat yang kerepotan untuk mengurus alas kaki milik mereka.

Disisi lain ,Bisnis ini juga didorong meningkatnya masyarakat yang lebih suka terhadap hal-hal yang instan ,Sehingga lebih memilih jasa sepatu ketimbang mencuci sendiri dan menguras waktu.

Layanan sistem antar jemput gratis cuci tersebut diterapkan bagi pelanggan yang berada di kawasan Bandung sedangkan untuk daerah lainnya sepatu bisa dikirimkan ke alamatnya menggunakan jasa ekspedisi.

Sementara itu, untuk pengerjaan sepasang sepatu membutuhkan waktu sekitar dua hari, karna membutuhkan beberapa tahap dan perawatan berbeda yang harus dilakukan untuk setiap jenis material sepatu.

Bisnis Cuci Cuci Cuy ini bertahan disaat pandemi. Banyak masyarakat yang masih awam soal sepatunya sendiri. Ada hal yang sangat penting menurut Nabawi yaitu setiap pasang sepatu yang sudah dicuci di foto dari berbagai sisi terlebih dahulu.

Ada beberapa tips dari Nabawi utk memulai jasa cuci sepatu

- 1) Pilih lokasi yang strategis
- 2) Tempat usaha berada di pinggir jalan
- 3) Terus perbanyak konten untuk menarik para pelanggan
- 4) Pelajari berbagai bahan sepatu dan cara membersihkannya
- 5) Permudah pelanggan dari pembayaran digital sampai layanan antar jemput
- 6) Konsisten buka Operasional agar dapat selalu meningkatkan loyalitas.

Contoh usaha lain yang tetap berjalan adalah Produk dari Gean Corner yang mengeluarkan berbagai produk untuk memenuhi dan melayani kebutuhan masyarakat berupa: Penyediaan berbagai jenis makanan Makanan ringan (*Gean Snack*), Penyediaan layanan berkaitan dengan budidaya tumbuhan dan Perikanan (*Gean Garden & Fish*), serta Penyediaan kesehatan bagi masyarakat dan kepedulian sosial (*Gean Healt & Care*).

### **Daftar Pustaka**

- Eva, S.R. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merk Terhadap Minat Beli dan dampaknya pada keputusan pembelian: Studi pada pengguna telepon Sony Ericson di Kota Semarang. Tesis. Program Sarjana, Program Magister Manajemen, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferdinand, Agusty. (2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Iman. (2004). *Model Persamaan Sturktural Konsep dan*



*Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- \_\_\_\_\_. (2005). *Aplikasi Analisis Multi Variant dengan Program SPSS.* Edisi 3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut.* Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jefkins, Fank. (2004). *Public Relations.* Jakarta: Erlangga.
- Jones, P. Shears. J, Hiller. D, Clarke-Hill, C. (2002). Customer Perceptions Of Service Brands:Case Study Of The Three Major Fast Food Retailers in The UK. *Management Research News.* Vol. 25 Issue 6/7, pp 41-49
- Kerlinger, Fred N. (2004). *Asas-asas Penelitian Behavioral edisi Ketiga.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kertajaya, Hermawan. (2006). *Hermawan Kertahawa Seri 9 Element Marketing on Service.* Mark Plus & Co.
- Mardalis, A. (2004). Kesetian Pelanggan Pendidikan. *Empirika Jurnal Pendidikan Ekonomi, Bisnis dan Pembangunan.* Vol. 17 No. 2 Hal. 222-236.
- Mitchel, James O. (2005) Word of Mouth Marketing. *LIMRA'S Market Quarterly,* Vol. 24, No. 2, pp. 22-24.
- Muhammad E.M, Rizwan. (2000). The Impact Of Services Quality On Students Satisfaction In Higher Education Institute Of Punjab. *Journal of management reserch,* Vol. 2 Edisi 10.
- Parasuraman A., Zeithaml, Berry L. (1988). Servqual: A Multiple item Scale for Measuring. Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing.* Vol. 64, pp 12-40.
- Prasetyanigrum, Indah Dwi. (2009). Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus pada Undarus Unggaran). Tesis. Program Studi



Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas  
Diponegoro Semarang

- Rahayu, Harsono & Suman. (2002). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Universitas Swasta di Kota Malang. Tesis, Universitas Brawijaya Malang
- Ranaweera, Chatura; Jhaideep Prabhu. (2003). On The Relative Importance of Customer Satisfaction and Trust as Determinants of Customer Retention and Positive Word of Mouth. *Journal of Targeting, Management and Analyaia for Marketing*. Vol. 12 No.1, pp. 82
- Rashid, Jusuff Kamaruzaman. (2009). Service Quality in Health Care Setting. *International Journal Of Health Care Quality Assurance*. Vol. 22, Iss. 5 Pp 471-482
- Riswono, Haliman Tjahyadi. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Dan Word Of Mouth Pada Jasa Pendidikan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol.12, No. 1, pp 24-36
- Rosen, Emanuel. (2004). Kiat Pemasaran dari Mulut ke mulut. Jakarta: Media Komputindo.
- Selnes, Fred. (1993). An examination of the Effect of Product Performance Reputation, Sattisfaction and Loyalty. *European Journal of Marketing*. Vol.22, No. 9, pp. 19-27.
- Spooren, P., Mortelmans, D & Denekens, J. (2007). Student Evaluation of Teaching Quality in Higher Education: Development of an Instrument Based on 10 Likers-Scale Assesment and Evaluationin Hogher Education. Vol. 25, pp. 667-679
- Suprapti, N. W. S. (2010). *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasi Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana Universitas Press
- Sutisna, Ma'mun., Suhartanto, Dwi. (2000). Pengaruh kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Citra Organisasi: Sstudi Kasus



di Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Administrasi Niaga*, Vol. II, No.2

- Suwastika, I Wayan Kayun. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Mahasiswa Stikom Bali. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Univeristas Udayana Denpasar
- Thakur, Satendra & Sing A. P. (2012). Brand Image, Cutumer Satisfaction and Loyalty Intention: A Study in The Cotect of Cosmetic Product Among The People of Central India. *EXCEL International Journal of Multi Diciplinery Management Studies*, Vol. 2, Issues 5, pp 37-50
- Thurau, Thorsnten Hennig, Kevin, P Gwinner, Dwayne D Greimer. (2003). Understanding Relationship Marketing Outcomes: An Integration of Benefits and Relationship Quality. *Journal of Reserach*. Vol. 4, No. 3, pp 230-247
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Yi, Y. (1990). Critical Review of customer satisfaction. *Review Marketing*, Vol. 4, pp.68- 123
- Zeithaml V. A., Berry, L. & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Concequences Service Quality. *Journal of marketing*. Vol.60, pp 31-46
- Zins, A.H. (2001). Realtive attitude and commitment in customer loyalty models some experince in commercial Airliness Industry. *International journal insustry management*, Vol. 12, No. 3.



# **BAB 6**

## **“Instagram” Media Promosi yang Efektif Untuk Industri Pariwisata di Puteri River Inn Sumedang**



**Sifa Rini Handayani<sup>1</sup>,**

**Amanda Puspanitaning Sejati<sup>2</sup>**

Prodi Keperawatan - Universitas Pendidikan Indonesia<sup>1,2</sup>

*sifarini@upi.edu<sup>1</sup>, amanda.puspanitaning@upi.edu<sup>2</sup>*

### **Pendahuluan**

**T**eknologi informasi begitu pesat perkembangannya di zaman sekarang ini. Perkembangan ini sangat berdampak positif dan menguntungkan bagi kehidupan manusia. Masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan dan mengakses informasi. Berkat teknologi informasi inilah, masyarakat kini dapat mengakses informasi apapun di internet.

Salah satu aplikasi untuk mengakses informasi adalah melalui media sosial. Media sosial atau medsos adalah salah satu media online yang digunakan untuk memberikan informasi serta bersosialisasi atau berinteraksi dengan orang lain. Media sosial ini memberikan dampak yang besar bagi kehidupan manusia. Manfaat media sosial sangat banyak, misalnya dapat digunakan sebagai media promosi, pemasaran, memperluas pertemanan, berinteraksi dengan orang lain, dan lain-lain. Salah satu media sosial yang banyak digunakan dan paling populer adalah Instagram.

Instagram berasal dari kata ‘insta’ yang berarti ‘instan’ dan ‘gram’ yang berarti ‘telegram’. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang populer di kalangan peng-

guna smartphone (Henning, 2004). Instagram dapat digunakan untuk mengirimkan informasi dalam bentuk foto atau video yang disertai dengan caption sesuai yang diinginkan, dan membagikannya ke pengguna Instagram atau ke jejaring medsos yang lain.

Menurut Ali dan Purwandi (2017), generasi milenial adalah pengguna terbanyak dan memegang peranan penting dalam perkembangan Instagram. Hal tersebut dapat dibuktikan dari riset kuantitatif oleh Alvara Research Center yang menunjukkan bahwa instagram menduduki peringkat kedua dari beberapa media sosial pada era milenial Indonesia. Populasi pengguna internet di Indonesia sebesar 83 juta jiwa dengan populasi instagram di Indonesia pada tahun 2015 mencapai 21 juta jiwa dan mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 22 juta jiwa, dengan jumlah milenial muda lebih banyak dibandingkan milenial dewasa.

Selain itu, menurut data We Are Social, Instagram menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan Instagram pada bulan April 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia, di bawah India, Amerika Serikat, dan Brasil.

Salah satu manfaat dari Instagram adalah untuk berbagi informasi dalam bentuk foto atau video. Menurut Damayanti (2018: 262), Instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto dan video menjadi lebih indah, lebih aesthetic, dan menjadi lebih bagus. Selain untuk hiburan dengan berbagi foto dan video, Instagram dapat digunakan untuk mempromosikan industri pariwisata. Ketika kita ingin mencari tempat wisata untuk liburan, cukup dengan mencari nama kota di Instagram langsung muncul destinasi wisata yang ada di kota tersebut.

Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di dunia. Pariwisata berhubungan dengan wisata, termasuk

pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut (UU No. 9 tahun 1990:2). Purnomo (2018: 2) mengatakan bahwa pariwisata merupakan bagian dari kebutuhan hidup. Salah satu industri pariwisata Indonesia yang bagus berada di Kabupaten Sumedang.

Kabupaten Sumedang berada di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten ini berbatasan dengan beberapa kabupaten dan kota yang ada di Jawa Barat, misalnya sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Indramayu, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Majalengka, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Garut, serta sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Subang, Kota Bandung, dan Kabupaten Bandung. Kabupaten ini juga dilalui oleh jalur lalu-lintas antara dua kota, yaitu Bandung dan Cirebon.

Ibu kota dari Kabupaten Sumedang berada di Kecamatan Sumedang. Kabupaten Sumedang merupakan kabupaten atau kota kecil yang terkenal dengan makanan khasnya, yaitu Tahu Sumedang. Selain terkenal dengan tahunya, Kabupaten Sumedang juga mempunyai keindahan alam yang sangat indah. Selain itu, udara di Kabupaten Sumedang yang begitu segar dan sejuk sehingga sangat cocok dijadikan tempat untuk berwisata atau liburan bersama keluarga. Salah tempat wisata yang ada di Kabupaten Sumedang adalah Villa Puteri River Inn. Villa Puteri River Inn adalah tempat penginapan yang berada di Sumedang yang menawarkan hamparan sawah dan panorama pegunungan nan alami. Ditambah suara air sungai yang mengingatkan suasana pedesaan. Alamat Villa Puteri River Inn berada di wilayah Desa Citengah, Kecamatan Sumedang Selatan. Villa Bale Putri, berada tepat di belakang kantor Desa Citengah, Kabupaten Sumedang.

## **Metodologi**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dilakukan dengan

cara memahami, menggali, dan menemukan makna yang mendalam tentang hal yang ditelitinya untuk membangun pengetahuan.

Menurut Creswell (2008), “Penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala tersebut, peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi kemudian dikumpulkan yang berupa kata maupun teks. Kumpulan informasi tersebut kemudian dianalisis dan dituangkan dalam bentuk laporan tertulis.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam subjek penelitian ini, terdapat dua informan, yaitu pendiri dan admin akun Instagram @puteririverinn. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah akun Instagram @puteririverinn. Akun Instagram tersebut memiliki jumlah pengikut sebanyak 6.684. Metode pengambilan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dikumpulkan.

## **Hasil dan Pembahasan**

Media sosial saat ini menjadi salah satu media yang efektif untuk melakukan promosi, salah satunya Instagram. Instagram memiliki keuntungan dalam melakukan promosi untuk meningkatkan industri pariwisata, seperti yang dilakukan oleh Villa Puteri River Inn yang ada di Kabupaten Sumedang.

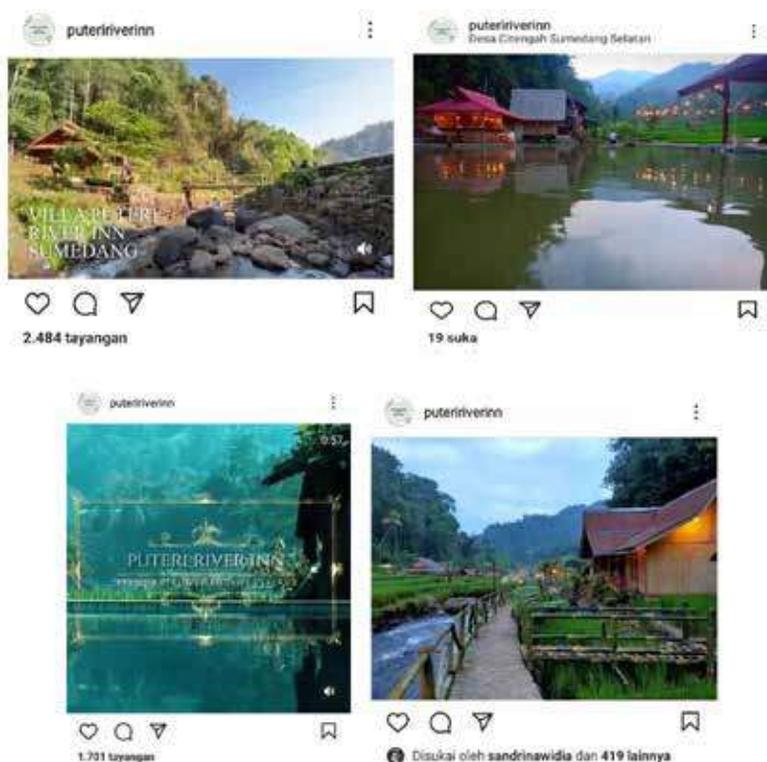
Villa Puteri River Inn adalah tempat penginapan yang berada di Sumédang yang menawarkan hamparan sawah dan panorama pegunungan nan alami. Ditambah suara air sungai yang mengingatkan suasana pedesaan. Alamat Villa Puteri River Inn berada di wilayah Desa Citengah, Kecamatan Sumedang Selatan. Villa Bale Putri, berada tepat di belakang kantor Desa Citengah, Kabupaten Sumedang. Dari Alun-Alun Sumedang harus menempuh jarak sekitar 3 km.



Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, strategi promosi yang dilakukan oleh Villa Puteri River Inn dengan akun Instagram @puteririverinn adalah sebagai berikut.

1. Memposting Foto dan Video yang Menarik

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Salah satu promosi yang dilakukan Villa Puteri River Inn adalah dengan memposting foto dan video yang menarik yang berkaitan dengan view yang ada di tempat wisata tersebut.



2. Menggunakan Hashtag yang Relevan

Penggunaan hashtag dalam mempromosikan wisata bertujuan agar wisata yang ditawarkan mudah dicari melalui fitur search di Instagram. Hashtag yang digunakan menggunakan hashtag yang relevan dan paling banyak digunakan oleh pengguna Instagram, misalnya

#puteririverinn, #sumedangupdate, #sumedanghits, #jawabarat, #jawabaratbeautiful, #eksploreindonesia, #Villasumedang, dan lain-lain.



### 3. Menggunakan Caption yang Menarik

Dalam setiap postingan, gunakan caption yang menarik yang memberikan detail informasi dari wisata yang ditawarkan. Salah satu contohnya dapat memberikan informasi lengkap mengenai lokasi tempat, harga, dan servis yang digunakan. Selain itu, dapat juga menggunakan caption-caption seperti kata-kata mutiara agar lebih menarik.



#### 4. Menampilkan Insta Story di Instagram

Insta story menjadi salah satu fitur yang paling sering digunakan dalam mempromosikan pariwisata. Dalam fitur insta story banyak fitur sticker yang dapat digunakan agar tampilan menjadi lebih menarik.



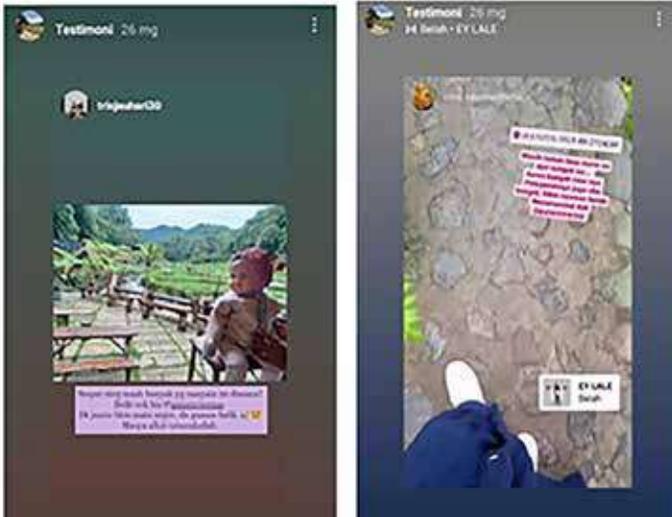
#### 5. Membuat Highlights

Fitur highlights digunakan untuk menyimpan berbagai macam postingan yang sudah dipost pada insta story. Highlights secara permanen dapat tetap muncul pada halaman profil Instagram.



## 6. Mengumpulkan Testimoni Pelanggan

Testimoni pelanggan merupakan sesuatu hal yang penting dalam mempromosikan wisata. Testimoni pelanggan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap calon pengunjung lainnya sehingga akan semakin tertarik dan penasaran mengunjungi destinasi wisata yang ditawarkan.



## 7. Bekerjasama dengan Influencer

Di dalam media sosial, menggunakan jasa atau bekerjasama dengan influencer dalam mempromosikan suatu hal bukanlah hal yang baru. Banyaknya followers dari si influencer akan berdampak pada kenaikan pengunjung di tempat wisata yang direkomendasikan olehnya.



## Kesimpulan

Instagram dapat digunakan untuk mempromosikan industri pariwisata. Ketika kita ingin mencari tempat wisata untuk liburan, cukup dengan mencari nama kota di Instagram langsung muncul destinasi wisata yang ada di kota tersebut. Pariwisata merupakan bagian dari kebutuhan hidup. Salah satu industri pariwisata Indonesia yang bagus, yaitu Villa Puteri River Inn yang ada di Kabupaten Sumedang.

Villa Puteri River Inn adalah tempat penginapan yang berada di Sumédang yang menawarkan hamparan sawah dan panorama pegunungan nan alami. Alamat Villa Puteri River Inn berada di wilayah Desa Citengah, Kecamatan Sumedang Selatan. Villa Bale Putri, berada tepat di belakang kantor Desa Citengah, Kabupaten Sumedang.

Strategi promosi yang dilakukan oleh Villa Puteri River Inn dengan akun Instagram @puteririverinn di antaranya: (1) memposting foto dan video yang menarik; (2) menggunakan hastag yang relevan; (3) menggunakan caption yang menarik;

(4) menampilkan insta story di instagram; (5) membuat highlights; (6) mengumpulkan testimoni pelanggan; dan (7) bekerja sama dengan influencer.

## Daftar Pustaka

- Ali dan Purwandi. (2017). *Millenial Nusantara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Badruzzaman, Said, Rahmat Saleh, dan M. Comn. (2022). "Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata di Aceh", <http://jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/14131>. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Volume 05 Nomor 01*, Februari 2020.
- Damayanti, Rini. (2018). "Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram". *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma* Vol. 5. No. 3 Juli 2018.
- Fauzi, Ahmad, Siti Sholihatul Mahmudah, dan Choirul Bachtiar. (2022). "Instagram Sebagai Sarana Promosi Wisata di Kabupaten Jember Pada Akun Instagram @ pesonajember", <https://ejournal.unsa.ac.id/index.php/progressio/article/view/842>. *Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO* Vo. 3 No.1 Maret 2022.
- Rizaty, Monavia Ayu. (2022). "Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia", <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesarkeempat-di-dunia>. Diakses pada tanggal 15 Agustus 2022 pada pukul 19.00.
- Safitri, Lina Ayu. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TiktokJavafoodie)", <https://scholar.google.co.id/citations?user=h0MczRUAAA&hl=id>. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya* Volume 12 Nomor 1, Maret 2021.

# **BAB 7**

## **Magang Industri *Digital Economy* Creative Sebagai Upaya *Upskilling* Para Guru SMK di Indonesia**



**Muhammad Azmi, S.Kom.**  
CV. Sriwijaya Mandiri / Televisinet  
*azmibandung5@gmail.com*

### **Pendahuluan**

**P**endidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu (*UU No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional [JDIH BPK RI]*, n.d.). Oleh karenanya, pendidikan menengah kejuruan berupaya untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dengan penekanan pada penguasaan keterampilan, standar kompetensi, pengembangan sikap kewirausahaan serta pengembangan kepribadian profesional, sehingga peserta didiknya lebih siap bekerja di dunia usaha. Tapi belum terpikirkan bagaimana siswa lulusan SMK kelak dapat menjadi mitra industri.

Guru atau pendidik merupakan tenaga profesional yang bertugas merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran, menilai hasil pembelajaran, melakukan pembimbingan dan pelatihan (Pasal 39 Ayat 2, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional). Pendidik sebagai tenaga profesional memiliki peran penting dan strategis dalam proses pembelajaran pada Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah

Aliyah Kejuruan (SMK/MAK) untuk mengembangkan potensi peserta didik. Tugas dan kewajiban guru adalah mengelola pembelajaran dengan baik mulai dari perencanaan, pelaksanaan, termasuk melakukan evaluasi. Pengelolaan pembelajaran ini mendorong proses pembelajaran terlaksana dengan baik sehingga menciptakan pendidikan berkualitas dalam pencapaian tujuan pembelajaran. Standar Kompetensi Guru mencakup 4 (empat) kompetensi, yaitu kompetensi pedagogik, kepribadian, sosial, dan profesional yang dibuktikan dengan sertifikat pendidik. Kompetensi keahlian dibidang kejuruan yang merupakan kompetensi profesional, dibuktikan dengan sertifikat keahlian yang relevan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pada era Industri 4.0 sekarang ini, perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan berbagai faktor kehidupan lainnya telah banyak mengubah kondisi sosial budaya masyarakat, termasuk berbagai perubahan di dunia kerja. Sehingga kreatifitas dalam menghasilkan pendapatan sendiri dengan memanfaatkan teknologi juga bisa menjadi pilihan agar lulusan SMK dapat berdaya saing tinggi yang kelak malah memiliki peluang untuk bermitra dengan industri yang ada. Kondisi sangat dinamis ini, perlu direspon dengan baik oleh para pendidik SMK. Respon yang baik tersebut diharapkan mampu menghantarkan peserta didik dalam mengembangkan dirinya, sehingga mereka siap untuk menghadapi dan menyesuaikan dengan tuntutan perkembangan yang terjadi. Diharapkan Guru SMK dapat menjaga kompetensi profesionalnya agar pendidikan yang dikelolanya tetap relevan dalam memenuhi kebutuhan pendidikan siswanya.

### **Program Magang Industri**

Menurut (*Permendikbud No. 26 Tahun 2020 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan [JDIH BPK RI], n.d.*) menyatakan

bahwa wajib adanya sebuah penyelenggaraan peningkatan dan pemerataan kompetensi bagi pendidik, dalam rangka Upskilling dan Reskilling Guru Kejuruan Berstandar Industri (dunia kerja) melalui program magang industri. Seluruh peserta (Guru SMK di Indonesia) melakukan magang industri selama 7 hari dan dimasukkan dalam departemen kreatif dengan materi sebagai berikut :

1. Pengenalan Perusahaan
2. Budaya kerja perusahaan
3. Pengenalan produk perusahaan
4. Teknologi terkait
5. Pelaksanaan Digital Economy Creative
6. Praktek
7. Penyusunan laporan

Pelaksanaan kegiatan magang industri yang diselenggarakan oleh Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Diktiristek), di antaranya peserta magang akan memperoleh sertifikat magang dan studi independen (Cycle 4 Tahun 2023). Kegiatan magang biasanya diperuntukan untuk mahasiswa yang melakukan praktek kerja di berbagai perusahaan atau mengajar di sekolah yang dikondisikan dengan jumlah SKS. Biasanya mahasiswa sebagai calon peserta magang harus menyiapkan persyaratan dokumen sebagai syarat pendaftaran beserta ketentuannya, yaitu :

1. Curriculum Vitae

Tidak ada template baku untuk dokumen ini, namun dimohon menggunakan format file pdf. Mahasiswa atau peserta magang dapat membuatnya dengan kreativitas masing-masing.

2. Transkrip Nilai

Untuk mahasiswa biasanya harus melengkapi dengan transkrip nilai terbaru. Jika transkrip terbaru belum tersedia, silakan gunakan transkrip terakhir lalu perbarui

dokumen melalui menu “Lengkapi Dokumen” di akun Mahasiswa ketika transkrip baru sudah ada.

3. Surat Rekomendasi Universitas  
Surat Rekomendasi yang ditandatangani oleh (Rektor/ Ketua/Direktur, Wakil Rektor/Wakil Ketua/Wakil Direktur/Dekan/Wakil Dekan atau pejabat lain sesuai ketentuan yang berlaku di masing-masing perguruan tinggi)
4. Surat Pernyataan Tanggungjawab Mutlak (SPTJM)  
SPTJM Mahasiswa yang ditandatangani oleh (Rektor/ Ketua/Direktur, Wakil Rektor/Wakil Ketua/Wakil Direktur/Dekan/Wakil Dekan atau pejabat lain sesuai ketentuan yang berlaku di masing-masing perguruan tinggi)
5. Foto / Scan KTP  
Pastikan hasil scan jelas dan tidak buram.
6. Sertifikat pengalaman organisasi (opsional)  
Jika ingin melampirkan beberapa sertifikat, silakan menggabungkannya menjadi satu file .PDF dengan ukuran maksimal 5MB.

### ***Persyaratan Mahasiswa***

1. Mahasiswa dari seluruh Indonesia tanpa memandang ras, warna kulit, jenis kelamin, bahasa, agama, serta situasi ekonomi dan sosial lainnya.
2. Mahasiswa dari semua jurusan dengan akreditasi kampus apapun di Indonesia – dengan catatan kampus berada di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
3. Mahasiswa aktif pada jenjang D2/D3/D4/S1 atau belum yudisium serta bersedia untuk tidak yudisium selama jangka waktu MSIB berlangsung dengan ketentuan semester sebagai berikut pada saat program MSIB dimulai:

- a. D2: minimal semester 3
  - b. D3: minimal semester 4
  - c. D4 dan S1: minimal semester 5
4. Data Mahasiswa terdaftar di PDDikti dan memiliki kesesuaian antara nama di PDDikti dengan nama di KTP.
  5. Mahasiswa dengan Nomor Induk Siswa Nasional (NISN) yang terdaftar di Dapodik dan sudah diverifikasi di akun Kampus Merdeka.

*Apakah ada ketentuan lainnya?*

1. Mahasiswa diharapkan menjalani program secara penuh waktu (fulltime) serta berkomitmen untuk melaksanakan dan menyelesaikan program MSIB hingga selesai.
2. Siap melakukan perjalanan lintas kabupaten/ kota/ provinsi jika diperlukan sesuai penempatan yang ditetapkan oleh Mitra serta bersedia melakukan vaksinasi booster untuk keperluan mobilisasi.
3. Mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi / penerima KIP (Kartu Indonesia Pintar) / penerima beasiswa lainnya dari Kemendikbudristek dapat mengikuti program magang dengan ketentuan besaran bantuan biaya hidup yang diterima merupakan selisih dari bantuan biaya hidup yang diterima dari beasiswa kemdikbudristek.
4. Menyatakan diri untuk bisa berkomitmen selama menjalani program.

Ketentuan atau persyaratan bagi mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang tersebut di atas, secara umum hampir sama peruntukan untuk masyarakat yang akan melakukan magang di berbagai instansi atau komunitas penyelenggara kegiatan magang (*Syarat Dan Ketentuan Magang Dan Studi Independen Bersertifikat C..., n.d.*).

### ***Tujuan Magang Industri***

Tujuan magang adalah agar mahasiswa atau peserta magang merasakan proses menerapkan keilmuan atau kompetensi yang didapat selama menjalani masa pendidikan di dunia kerja secara langsung. Pemegang juga bisa memahami sistem kerja yang profesional di industri maupun instansi sebenarnya (Diktiristek). Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan magang *digital economy creative* yang diselenggarakan oleh CV. Sriwijaya Mandiri / Televisinet, di Bandung ini, yaitu :

- a. Peserta dapat peningkatan kualitas dan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan vokasi melalui pelatihan agar mampu mempelajari organisasi, menerapkan, dan membandingkan antara pengetahuan teori maupun praktik.
- b. Membekali peserta untuk lebih meningkatkan pengalaman dan pengetahuan keterampilannya secara profesional, sehingga dapat diterapkan di sekolah tempat bertugas.
- c. Mengetahui dunia *Digital Economy Creative* di perusahaan agar dapat membaca peluang kerjasama dengan industri.
- d. Memanfaatkan teknologi tepat guna yang disesuaikan dengan kebutuhan para peserta yang berlaku didalam sebuah industri

### ***Manfaat Magang Industri***

Manfaat dari magang industri utamanya adalah peserta magang akan mendapatkan berbagai pengalaman kerja yang bisa membuat menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Perusahaan pada saat ini mencari pelamar pekerjaan fresh graduate, namun ada kalanya mereka mendahulukan yang berpengalaman di dunia pekerjaan (Diktiristek). Adapun manfaat yang akan diperoleh oleh peserta dalam kegiatan magang *digital economy creative* yang diselenggarakan oleh CV. Sriwijaya Mandiri / Televisinet, di Bandung ini, antara lain :

- a. Mengetahui budaya kerja di industri yang terkait
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang industri
- c. Mengetahui produk serta cara pemasaran produk
- d. Mengetahui secara langsung penggunaan teknologi digital yang dioperasikan serta dikembangkan oleh pengguna yang kreatif.

### ***Budaya Kerja di Industri yang Terkait***

Pengertian budaya kerja atau (*work culture*) adalah hasil cipta, rasa, dan karsa manusia yang dikembangkan dalam perusahaan demi mengharmonikan tiap aktivitas, sikap, dan perilaku manusia di lingkungan kerja. Budaya kerja terbentuk melalui nilai (*value*), karakteristik, serta atribut suatu perusahaan yang diamalkan oleh karyawannya. Artinya, budaya kerja merupakan pedoman bagi karyawan dan pimpinannya dalam bersikap serta berperilaku di lingkungan kerja. Wajah budaya kerja dapat berwujud berupa suasana kerja, gaya kepemimpinan, *value* atau nilai, etika, harapan, dan tujuan perusahaan tersebut (*Pengertian Budaya Kerja, Jenis, & Tips Membangun - StaffAny, n.d.*).

Pengertian budaya kerja di industri yang terkait tersebut di atas, dapat dijadikan rujukan mendasar bagi peserta magang. Hal ini penting dikarenakan tanpa adanya pemahaman mengenai budaya kerja, para peserta magang tidak akan membentuk profesionalisme dalam dirinya, saat menjalankan pekerjaannya. Dengan mengetahui secara mendalam mengenai arti dari kata budaya yang merupakan hasil cipta, rasa, dan karsa, menjadikan manusia dapat bertanggungjawab atas setiap pekerjaan yang dilakukannya. Peserta magang akan bekerja sesuai dengan cipta, rasa, dan karsa yang dimilikinya, yang diberikan oleh Sang Khaliq.

### ***Wawasan dan Pengetahuan tentang Industri***

Definisi Industri adalah kegiatan ekonomi yang meng-

hasilkan barang atau jasa, kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan. Industri adalah bidang yang menggunakan keterampilan, dan ketekunan kerja dan penggunaan alat-alat di bidang pengolahan hasil-hasil bumi, dan distribusinya sebagai dasarnya. Maka industri umumnya dikenal sebagai mata rantai selanjutnya dari usaha-usaha mencukupi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan bumi, yaitu sesudah pertanian, perkebunan, dan pertambangan yang berhubungan erat dengan tanah (“Industri Adalah Kegiatan Manufaktur, Ini Pengertian Menurut Para Ahli Dan Jenisnya,” 2019)

Lebih lanjut, Industri dijelaskan sebagai usaha atau kegiatan pengolahan barang mentah atau setengah jadi menjadi barang konsumsi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan bagi produsen. Usaha perakitan dan reparasi juga merupakan bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, namun juga berbentuk jasa. Beberapa contoh industri yang ada di Indonesia merupakan industri makanan dan minuman, tembakau, tekstil, kendaraan bermotor, mesin, perbankan, pergudangan, dan masih banyak lagi.

Wawasan dan pengetahuan tentang industri oleh peserta magang, juga satu hal yang harus dipahami dan akan diperoleh dalam kegiatan pelatihan atau magang industri. Melalui pendekatan pendidikan industri, peserta magang diarahkan kepada pemahaman beragam bentuk industri yang akan menghasilkan dan memanfaatkan produk tersebut dalam melancarkan usaha yang dikembangkan. Salah satu upaya pemanfaatan media dalam promosi bentuk usaha yang sedang dijalaninya, dewasa ini merupakan satu tuntutan yang mau tidak mau harus dikuasai oleh peserta magang. Peserta magang dapat menjalankan usahanya dengan meminimalisir karyawan, serta efektivitas waktu yang dapat diatur sendiri oleh peserta magang.

### ***Mengetahui produk serta cara pemasaran produk***

Pengetahuan mengenai bentuk produk serta bagaimana cara pemasarannya, merupakan satu pemahaman yang harus dikuasai juga oleh peserta magang industri. Artikel (*Apa Aja Sih Cara Tips Memasarkan Produk ? – Kampus Kwik Kian Gie, n.d.*) menjelaskan strategi pemasaran produk adalah usaha dalam memasarkan sebuah produk, barang, atau jasa dengan cara tertentu sehingga penjualan akan meningkat. Sederhananya, marketing atau pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mencapai target tertentu. Lebih lanjut dijelaskan terdapat delapan strategi pemasaran produk efektif untuk bisnis, yaitu :

1. Memahami Target Pasar
2. Membuat Anggaran Dana Promosi
3. Mengoptimalkan Sosial Media Sebagai Pemasaran
4. Menawarkan Sampel Produk
5. Menjalankan Dropship atau Reseller
6. Menjalin Hubungan Baik dengan Pelanggan
7. Memanfaatkan Strategi Digital Marketing
8. Membuat Website Toko Online

Pengetahuan mengenai beragam produk serta cara pemasarannya tersebut di atas, merupakan satu upaya yang akan membuat peserta magang industri menjadi lebih profesional dalam memasarkan produksinya. Kedelapan strategi pemasaran produk dalam bisnis tersebut di atas, merupakan satu kesatuan yang saling terkait. Oleh karenanya peserta magang industri harus dapat menguasai kedelapan strategi tersebut, cukup dari depan layar media yang digunakannya (HP atau laptop).

### ***Penggunaan Teknologi Digital***

Era digitalisasi dewasa ini siap tidak siap harus dihadapi

khususnya oleh masyarakat yang menjalankan industri. Empat cara bagaimana menggunakan teknologi dengan bijak, yaitu

1. Gunakan teknologi untuk berbagai hal yang positif, terutama yang berkaitan dengan pekerjaan maupun komunikasi.
2. Gunakan pada Waktu dan Tempat yang Tepat.
3. Gunakan Sesuai Kebutuhan.
4. Meminimalisir Dampak Penggunaan Alat Teknologi.

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat diakui membawa perubahan baik dalam setiap sisi kehidupan, termasuk dalam hal kreativitas tanpa batas. Ada empat alasan bagaimana kemajuan teknologi ini mendorong munculnya inovasi-inovasi baru, khususnya di lingkungan tempat kita bekerja, (1) Akses Informasi, informasi mungkin merupakan unsur terpenting untuk kreativitas. Sangat mudah untuk melihat bagaimana mendapatkan akses ke informasi yang baru dan beragam, sehingga dapat memicu sebuah ide. Sama mudahnya untuk melihat bagaimana teknologi digital menyediakan akses tersebut. Apa pun yang dicari untuk menunjang pemikiran kreatif, bisa dimanfaatkan dengan mudah untuk mencari jawaban dari permasalahan yang sedang dihadapi; (2) Meningkatkan Produktivitas Kerja, karyawan yang memiliki komitmen pada perusahaan tidak perlu diperintah atau ditunjuk untuk mendapatkan ide-ide yang digunakan dalam menjawab beragam masalah yang ditemukan di tempat kerja. Sayangnya, tidak semua orang memiliki keterlibatan dalam tingkat yang serupa. Tingkatkan produktivitas kerja dengan menyediakan pengaturan kerja fleksibel yang difasilitasi teknologi digital. Salah satu penelitian terbaru yang dikutip oleh situs *Fast Company* menyebutkan jika beberapa orang yang bekerja dari rumah bisa lebih produktif daripada yang menghabiskan waktu sehari-hari di kantor; (3) Tingkatkan Koneksi Sosial di Lingkungan Kerja, kebanyakan

orang yang menerima dukungan pada pekerjaannya cenderung lebih mudah mengembangkan inovasi-inovasi baru yang didukung oleh kreativitas tanpa batas. Rupanya, hubungan yang baik antara rekan kerja menjadi salah satu faktor yang menjadi pemicunya. Teknologi digital membuka jalan untuk meningkatkan koneksi antara kolega sehingga membantu menciptakan lingkungan kerja yang memberi semangat kerja. Bukan hanya sekadar karyawan di satu ruang atau divisi, kini kamu makin mudah mengenal kolega lain di perusahaan yang sama, atau bahkan yang berbeda hanya dengan memanfaatkan teknologi internet. Selain dapat berkomunikasi dengan mudah lewat *chatting* atau mengirim email, bisa juga melakukan berkenalan dan meningkatkan hubungan lewat media sosial; (4) Tingkatkan Koneksi dengan Atasan, memiliki atasan yang dapat mendukung hasil kerja anak buah, mendengarkan pendapat, dan mempertimbangkan masukan seakan jadi kualifikasi pemimpin yang sempurna, kan. Sayangnya, agenda pekerjaan yang padat seringkali membuat atasan sulit meluangkan waktu untuk memperkuat koneksi dengan karyawannya. Untungnya, ada teknologi digital yang dapat dimanfaatkan untuk menjalin hubungan kerja yang baik, misalnya tidak perlu melakukan rapat di satu tempat yang sama karena dapat memanfaatkan fasilitas *teleconference*. Begitu juga untuk saling berkomunikasi kini tak lagi sulit berkat berbagai pilihan media komunikasi yang mudah dan cepat. Kemajuan teknologi telah memainkan peran besar dalam menciptakan peluang bagi siapa saja untuk kreatif dan menjadi lebih unggul. Kreativitas akan semakin meningkat dengan teknologi digital yang dimanfaatkan dengan bijak (*OBH COMBI | 4 Manfaat Teknologi Digital Yang Bantu Munculnya Kreativitas Dan Inovasi*, n.d.).

Keempat alasan bagaimana kemajuan teknologi tersebut di atas mendorong munculnya inovasi-inovasi baru, khususnya di lingkungan tempat kita bekerja, sangat memungkinkan di

era modernisasi dewasa ini. Kemajuan teknologi di berbagai bidang, tidak hanya membantu dalam melahirkan berbagai inovasi saja, tetapi membuat peserta magang terus dipicu untuk dapat mengembangkan di antaranya menghasilkan beragam bentuk atau produk industri yang digelutinya.

### Kesimpulan

Setelah melaksanakan kegiatan Magang ini, peserta diharapkan dapat mengembangkan kreatifitasnya dengan mengambil pengalaman dan pengetahuan di industri dalam menggunakan teknologi beberapa aplikasi digital Economy yang hanya dijalankan oleh handphone android serta secara langsung dibimbing penggunaannya agar dapat melengkapi dan mengembangkan wawasan dalam memberikan apa yang sudah dipelajari tersebut kepada siswa di sekolah. Menjadikan lulusan SMK selain memiliki kemampuan yang mumpuni dibidangnya juga mampu menjadi enterpreuner yang handal.





## Daftar Referensi

*Apa aja sih cara tips Memasarkan Produk ? – Kampus Kwik Kian Gie.* (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <https://kwikkiangie.ac.id/home/2022/05/17/apa-aja-sih-cara-tips-memasarkan-produk/>

Industri adalah Kegiatan Manufaktur, Ini Pengertian Menurut Para Ahli dan Jenisnya. (2019). *Liputan6.Com.* <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3872902/industri-adalah-kegiatan-manufaktur-ini-pengertian-menurut-para-ahli-dan-jenisnya>

*OBH COMBI | 4 Manfaat Teknologi Digital yang Bantu Munculnya Kreativitas dan Inovasi.* (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <http://obhcombi.co.id/artikel/4-manfaat-teknologi-digital-yang-bantu-munculnya-kreativitas-dan-inovasi>

*Pengertian Budaya Kerja, Jenis, & Tips Membangun - StaffAny.* (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <https://www.staffany.id/blog/pengertian-budaya-kerja/>

*Permendikbud No. 26 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan [JDIH BPK RI].* (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/163766/permendikbud-no-26-tahun-2020>

*Syarat dan Ketentuan Magang dan Studi Independen Bersertifikat C....* (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/program/magang/syarat-ketentuan>

*UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional [JDIH BPK RI]*. (n.d.). Retrieved April 10, 2023, from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43920/uu-no-20-tahun-2003>.

# Indeks

- A  
Amerika 49, 54, 116  
Andry Masri 21  
angklung 8, 9  
Australia 50  
Azril Azahari 14
- B  
Bandung v, 13, 21, 23, 37, 38, 53,  
55, 77, 82, 83, 84, 88, 110,  
114, 117, 130, 143, 147, 148  
Bangklung 8, 9, 29  
Beijing 34, 50  
Belanda 9  
Benun 68  
Brasil 116
- C  
Chile 38  
Cianjur 18  
Cibaduyut iii, 83, 84, 85, 87, 88,  
89, 90, 92, 93  
Cirebon 117  
Covid-19 5, 10, 83, 124  
Creswell 118  
Cultural Exchange vi, 23, 34, 45,  
46, 63
- D  
Denpasar ii
- E  
Ecuador 31, 32, 37, 38, 39, 40, 41,  
42, 43, 44  
Ekonomi rakyat 102  
Ekowisata 12  
Ekuador iii, vi, 24, 46, 47, 48, 49,  
52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59,  
60, 61, 62, 63, 143  
Erez 36, 45, 52, 62
- F  
Farid Abdullah 11
- G  
Garut 8, 29, 117  
Gilmore 85, 86, 93
- H  
Hong Kong 34, 50  
Howkins 33  
Hoyos 34, 45, 50, 63
- I  
India 114, 116  
Indonesia ii, iii, iv, v, vi, 1, 10, 11,  
12, 13, 14, 20, 21, 22, 23, 27,  
31, 32, 33, 36, 37, 38, 39, 40,  
41, 42, 43, 44, 46, 47, 49, 53,  
54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61,  
63, 65, 66, 81, 82, 83, 93, 94,  
95, 102, 103, 107, 116, 117,  
123, 124, 125, 127, 128, 129,  
132, 143, 146, 147  
Islam 9
- J  
Jabar 15, 16, 82, 84  
Jawa Barat 82, 88, 94, 117, 143,  
146, 147, 148

## K

Kalasan 26, 78  
Katz 34, 49  
Keller 67  
Kemenparekraf 1  
Koster 85, 86, 93  
Kotler 67  
Kulonprogo 26, 78

## L

Lubart 33, 46, 49, 64

## M

Majalengka 117  
Malaysia 10, 11, 13  
modal sosial 92  
Montana-Hoyos 34, 50

## N

Nouri 36, 45, 52, 62

## P

PBD 101  
Popo Iskandar 11  
Prada 35, 45, 51, 62  
Purwandi 116, 124

## R

Rantfl 86, 88, 90, 91  
Retno Widiastuti 11  
Rogers 34, 35, 46, 50, 51, 63  
Rozliza Muhammad 11

## S

Salahuddin Uno 21

Shanghai 34, 50

Singaparna 18

Singapore 34

Sleman 26, 65, 78, 145

Sternberg 33, 46, 49, 64

Steyaert 34, 49

Subang 117

Sumedang iv, vi, 117, 118, 123,  
147

sustainable tourism develop-  
ment 22

SWOT 98, 100

## T

Tasikmalaya 18

Tetet Cahyati 11

## U

UGM 24

UMKM iii, iv, vi, 10, 11, 81, 82,  
83, 85, 87, 88, 89, 90, 92,  
93, 94, 101, 102, 103, 104,  
105, 106, 107, 108, 148

Universitas Gadjah Mada 21,  
144

UNY 24, 26

UU Cipta Kerja 104

Uzbekistan 13

## W

Wening Udasmoro 21

## Y

Yogyakarta 11, 24, 65, 66, 112,  
114, 124, 143

# Tentang Penulis

## 1. Dr. Yuliawan Kasmahidayat, M.Si.



Yuliawan Kasmahidayat atau akrab dipanggil “Awang” merupakan lulusan ASTI Bandung pada tahun 1990 dan melanjutkan S1 di ISI Yogyakarta dengan konsentrasi Tari Nusantara di tahun 1992. Kemudian, Awang kembali ke Bandung untuk melanjutkan studi S2 di UNPAD dengan konsentrasi Sosiologi/Antropologi di tahun 2002. Terakhir, Awang lulus pada program Doktor Kajian Budaya Universitas Udayana di tahun 2010. Awang aktif dalam berbagai organisasi profesional seperti Asosiasi Pendidik Seni Indonesia, Masyarakat Kajian Budaya Indonesia, Forum Doktor Pendidikan, Pusbitari, Ikatan Cendekiawan Pariwisata Indonesia, hingga

Gerakan Ekonomi Kreatif (Gekrafs) Jawa Barat. Selain mengajar di Program Studi Pendidikan Seni Tari FPSD UPI, Awang juga pernah diamanahi menjadi Kepala Humas UPI periode 2016-2019. Kemudian, sekarang diamanahi menjadi Kepala Pusat Kajian Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Industri Pariwisata (EKKIP) LPPM periode 2021- 2024.

## 2. Santiago Paul Erazo Andrade



Santiago Paul Erazo Andrade merupakan seniman profesional asal Ekuador yang sudah menetap di Indonesia sejak tahun 2018 dan saat ini sedang menempuh pendidikan S3 di Pendidikan Seni Rupa Universitas Pendidikan Indonesia. Pengalaman yang dimilikinya sudah lebih dari 13 tahun dalam seni lukis yang menjadikan karyanya sudah banyak dipajang di pameran nasional maupun internasional. Gelar Master Seni Rupa didapatkan dari Institut Teknologi Bandung dengan Beasiswa dari Kemdikbud Indonesia dan Santiago juga menjadi mahasiswa dalam program Dharmasiswa di Universitas

Negeri Semarang dengan konsentrasi Teknik Batik dan Industri. Selain itu, Santiago juga aktif memberikan kontribusi dalam bentuk pengajaran ataupun pelatihan seni rupa, baik bagi pemerintahan, yayasan, maupun komunitas. Saat ini, Santiago sedang berfokus dalam penelitian disertasinya tentang Art Therapy dengan pendekatan Psychoanalysis.

### 3. Dita Oktariani



Dita Oktaria saat ini berprofesi sebagai dosen di prodi S1 Teknologi Informasi Universitas Telkom, penelitiannya berfokus sisi manusia atau Human Layer dan Tata Kelola, salah satunya pada domain seni dan budaya. Beberapa riset terkait di antaranya Technology Acceptance Model (TAM) of Indonesian Artists on Virtual Gallery, IT Readiness Untuk Pertukaran Budaya, dan E-Readiness in Facing Tourism Digitalization. Riset terkininya berkolaborasi dengan Santiago Erazo di Doktor Pendidikan Seni Rupa UPI dalam mengembangkan platform Archetypes Encyclopedia.

### 4. Wahyu Broto Susmono



Wahyu Broto Susmono atau seorang Direktur perusahaan sofa dan furniture dengan nama perusahaan CV Annet Sofa dan Interior. Lahir di Tanjung Karang tanggal 08 Maret 1966. Lulusan Sarjana Ekonomi Universitas Gadjah Mada memilih jalan membuka usaha sendiri di dunia permeubelan. Sangat senang menghabiskan waktu berdiskusi dengan sahabat karib dan sharing section perihal dunia bisnis. Menjadikannya salah satu pengusaha yang aktif dalam menyampaikan ide dan gagasan secara langsung kepada orang banyak. Menyukai hal-hal baru yang menantang seperti mengendarai motor harley yang selaras dengan jiwa mudanya. Termasuk orang yang tegas dalam berbagai aspek. Dibalik sifat tegas tersebut, masih tersirat kehangatan dan keramahan kepada semua orang. Wejangan yang diberikan sangat memberikan impact yang nyata untuk kebaikan bersama. Kini sudah 24 tahun beliau mendampingi

sang istri dalam menjalankan bisnis didunia bisnis baik melalui promosi e-commerce, marketplace maupun showroom offline yang dibuatnya. Ingin tau lebih jauh, dapat mengontak langsung melalui media sosialnya.

### 5. Emi Indriastuti



Emi Indriastuti atau seorang pengusaha sofa dan furniture dengan nama perusahaan CV Annet Sofa dan Interior. Lahir di Sleman tanggal 15 November 1973. Tinggal dengan suami dan 3 anak merupakan sebuah kebahagiaan baginya. Lulusan Diploma Arsitektur tidak menghalangi idenya untuk mengembangkan bisnis di dunia permeubelan. Cita-cita awal beliau menjadi tenaga kesehatan yang kemudian beralih menjadi pengusaha sukses dibidang sofa dan interior. Berkecimpung di dunia bisnis sejak tahun 1998 bersamaan dengan kelahiran anak pertama. Hingga saat ini bisnis masih terus berkembang dan sukses dengan dukungan dari suami dan anak serta 70 karyawan Annet Sofa. Menghabiskan waktu dengan terjun langsung membimbing 70 karyawan dan mengikuti berbagai macam komunitas adalah kegemarannya. Menjadikannya salah satu pengusaha yang aktif dalam menyampaikan ide dan gagasan secara langsung kepada orang banyak. Menyukai hal-hal yang berbau tanaman. Berbagai macam jenis tanaman dikoleksinya. Orang yang sangat penuh ketelitian dengan kehangatan bila sudah mengenalnya. Suka hal-hal yang berbau candaan 'rekeh' guna penghilang penat dan suka streaming netflix.

### 6. Anissa Lestari Kadiyono



Anissa lestari Kadiyono adalah dosen di Fakultas Psikologi- Universitas Padjadjaran. Selain dosen, saat ini juga berperan sebagai konsultan dalam Biro Psikologi Sinergi Analisis, mengelola Lembaga Pendidikan Tridaya, editor di beberapa jurnal nasional, dan menjadi reviewer pada beberapa jurnal nasional dan internasional. Saat ini juga aktif dalam asosiasi profesi, yaitu ketua

Asosiasi Psikologi Industri & Organisasi Wilayah Jawa Barat, dan Pengurus Pusat Himpunan Psikologi Indonesia. Menyelesaikan studi tingkat sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran pada tahun 2000 mengenai kesesuaian tipe kepribadian dengan lingkungan kerja. Kemudian menyelesaikan studi tingkat S2 pada tahun 2003 di Program Magister Psikologi Profesi Jurusan Psikologi Industri & Organisasi yang menelaah mengenai konflik pada organisasi, dan menyelesaikan kuliah di tingkat S3 pada tahun 2011 pada Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran mengenai Human Capital dan Perilaku Kerja Positif pada organisasi. Bidang penelitian yang dilakukan adalah pembangunan human capital pada dunia kerja baik di dunia industri maupun dalam bidang kewirausahaan, pemberdayaan perempuan, perilaku positif, serta penelitian berbasis gender dan nilai. Kesejahteraan psikologis merupakan salah satu bahasan yang seringkali dibahas baik dari sisi penelitian maupun pemateri umum sebagai capaian yang ingin diperoleh oleh setiap individu.

## 7. Ayusya Amara Duhitha



Ayusya Amara Duhitha merupakan lulusan S1 Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran pada tahun 2023. Sebagai lulusan psikologi yang mempelajari perilaku manusia dan proses di bekakangnya, Ayusya memiliki ketertarikan lebih dalam mempelajari perilaku manusia, terutama di Bidang Industri dan Organisasi. Saat ini, Ayusya sedang menjalani kegiatan magang di bidang People & Culture, Human Capital. Mempelajari perilaku produktif menjadi suatu hal yang dilakukan Ayusya dengan ketertarikan yang besar, mengingat pentingnya perilaku produktif dalam penerapannya sehari-hari di lingkup organisasi. Bidang penelitian yang menjadi fokus Ayusya adalah mengenai industri dan organisasi, perilaku produktif, entrepreneurship.

## 8. Linda Setiawati



Dr. Hj. Linda Setiawati, M.Pd. lahir di Bandung pada 2 Agustus 1969, menempuh program Sarjana (S1) Program Studi Kurikulum dan Teknologi Pendidikan di Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Bandung dan lulus pada tahun 1993, melanjutkan studi program Magister (S2) Program Studi Administrasi Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia, lulus pada tahun 2007. Terakhir Linda Setiawati kembali melanjutkan Program Doktorat (S3) Bidang Studi Administrasi Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia, dan lulus pada tahun 2012. Linda Setiawati aktif dalam berbagai organisasi profesi antaralain Asosiasi Profesi Teknologi Pendidikan Indonesai, Asosiasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Seluruh Indonesia, Ikatan Sarjana Pendidikan Indonesia. Ikatan Sarjana Manajemen dan Administrasi Pendidikan Indonesia. Selain aktif mengajar sebagai dosen di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, Linda Setiawati di amanahi menjabat sebagai Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, periode 2019 – 2023. Karya buku yang telah diterbitkan Manajemen Kearsipan, Strategi Pengelolaan Pembelajaran Di masa Pandemi Covid 19, Kepemimpinan Lembaga Informasi, Pemberdayaan Masyarakat Sdg's Desa layak air bersih dan sanitasi, Manajemen Kearsipan Modern.

## 9. Sifa Rini Handayani



Sifa Rini Handayani, S.S., M.Si., M.Pd. lahir pada 06 Agustus 1985 di Lembang Bandung, Jawa Barat. Tahun 2008 meraih gelar sarjana sastra pada Universitas Pendidikan Indonesia. Pada tahun 2021 Sifa tercatat sebagai dosen tetap UPI Kampus di Sumedang, disamping itu dalam kesehariannya lebih banyak dihabiskan di dunia pariwisata dan Yayasan Pendidikan terkait dengan kepemilikan beberapa tempat pariwisata dan sebuah yayasan pendidikan di Kabupaten Sumedang.

## 10. Amanda Puspanditaning Sejati



Amanda Puspanditaning Sejati, S.Pd., M.Hum. merupakan dosen sekaligus pemerhati bahasa yang mengkonsentrasikan kepakarannya pada bidang keilmuan Linguistik. Amanda menjadi pengajar di UPI sejak tahun 2018, kemudian secara berkelanjutan aktif terlibat dalam seminar-seminar kebahasaan baik nasional maupun internasional. Selain itu, sejumlah publikasi yang mengkaji isu seputar kebahasaan dalam konteks pembelajaran dan medis/keperawatan pun turut dihasilkan sejak memulai karirnya sebagai dosen sampai saat ini.

## 11. Muhammad Azmi



Muhammad Azmi atau akrab dipanggil "Azmi" merupakan lulusan STMIK Budi Luhur Jakarta (sekarang Universitas Budi Luhur), lulus pada tahun 1998 dengan Jenjang S1 jurusan Manajemen Informatika dengan gelar S.Kom (Sarjana Komputer). Selama masa kuliah di Jakarta, Azmi beberapa kali sempat terlihat di layar kaca menyalurkan hobynya berakting di beberapa sinetron. Setelah lulus kuliah Azmi kembali masuk dalam dunia yang sudah digeluti sejak bangku SMA, yaitu sebagai Penyiar Radio. Dari Radio kemudian merambah menjadi Produser di Televisi Swasta tahun 2002-2009. Sejak 2004 tersebut Azmi memutuskan menetap di Bandung bersama sang istri Ake Gustini Dewi, S.Ip dan dikarunia 2 Orang anak Haibah Afifah Azmi & Muhammad Hibban Azmi.

Azmi menjalankan sebuah perusahaan yang dibuat oleh orang tua, yaitu CV. Sriwijaya Mandiri yang diperluas bidangnya menjadi Periklanan, Media, EO, Retail, Digital Marketing, Content Creator dan setahun ini merintis bidang Property. Selain menjadi narasumber dalam keilmuan Digital Marketing di beberapa dinas seperti Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat, Dinas UMKM, dan Disbudpar. Ia juga aktif berorganisasi diantaranya Gerakan Ekonomi Kreatif Nasional (Gekrafs) dan Co Working Space Bandung (CWS). Sampai saat ini Azmi dikenal sebagai Digital Marketing Trainer.

**B**uku yang ditulis bersama beberapa penulis ini mengulas berbagai isu yang mencakup bidang ekonomi kreatif, kewirausahaan, dan industri pariwisata. Yuliawan Kasmahidayat yang merupakan Kepala Pusat EKKIP membahas seluruh kegiatan yang telah dilakukan bersama dengan mitra yang berasal dari berbagai kalangan, institusi, hingga komunitas yang tersebar di masyarakat.

Penyusunan buku ini tidak terlepas dari adanya berbagai kendala telah terjadi di hadapan para penulis, terutama masalah waktu yang akhirnya terwujud buku seperti sekarang ini. Transformasi pemenuhan reverensi di tengah kemajuan teknologi yang semakin terbuka, menjadikan bahasan dalam buku ini diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari baik dalam pembelajaran, penelitian, maupun kegiatan pengabdian pada masyarakat. Sementara di sisi lainnya perkembangan teknologi serta pola budaya kehidupan masyarakat membutuhkan perhatian khusus. Hal tersebut menjadi ruang bagi LPPM UPI dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dengan cara mencipta ruang berpikir kreatif sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan yang bernilai, menjadi refleksi bagi kehidupan sekitar.

**Prof. Dr. Dadang Sunendar, M.Hum.**  
Ketua Lembaga Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat  
Universitas Pendidikan Indonesia

