

KEWIRAUSAHAAN DAN EKONOMI KREATIF

Konsep Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Perkembangan tersebut boleh dikatakan sebagai dampak dari struktur perekonomian dunia yang tengah mengalami gelombang transformasi teknologi dengan laju yang cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) diikuti menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), dari era genetik dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif. Namun demikian konsep tentang ekonomi kreatif, rupanya bukan konsep yang sama sekali baru, secara tersirat dalam risalah klasiknya tahun 1911, melalui *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklungen* (Teori Pembangunan Ekonomi), *Schumpeter* mengusulkan sebuah teori tentang “*creative destruction*”. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan baru dengan spirit kewirausahaan muncul dan menggantikan perusahaan lama yang kurang inovatif. Fenomena ini selanjutnya mengarahkan dinamika kehidupan dunia usaha ke tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi. Mungkin yang berbeda saat ini, konsep tentang ekonomi kreatif nampak lebih eksplisit yang menandai era baru peradaban dan terdefiniskan dengan baik, serta secara faktual ekonomi kreatif merupakan fenomena dan tren pilihan alternatif terutama dalam memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi global di era millenium ke tiga ini. Untuk itu *Department of Culture, Media, and Sport (DCMS)* mendefinisikan Industri kreatif sebagai: “*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content (Creatif Industries Task Force, 1998)*”. Secara lebih lugas *Howkins* mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan. Atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Agaknya baik konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah yang sama, yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Kreativitas adalah proses berfikir dan menggugah inspirasi dengan cara yang berbeda dari biasanya, dimana seseorang tertantang untuk dapat melahirkan suatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas dalam bisnis adalah bagaimana cara menerapkan kreativitas dalam pekerjaan yang sedang kita lakukan agar dapat memunculkan produk, prosedur dan struktur baru sekaligus meningkatkan cara kerja kita kearah yang lebih baik. Apa yang dibutuhkan oleh bisnis adalah penerapan proses kreatif pada masalah, isu, kesempatan dan peluang yang ada pada saat ini. Sementara produk kreatif,

adalah kemampuan untuk melahirkan sesuatu benda atau hal yang sebelumnya sama sekali belum ada untuk dipergunakan. Ide yang kreatif dikaitkan dengan ide yang baru, yakni paling tidak untuk orang yang bersangkutan ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha penggabungan dua hal atau lebih ide-ide secara langsung (John Adair, 1996) Adapun Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Konsep kebaruan ini berbeda bagi kebanyakan orang karena sifatnya relatif, yakni apa yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks dapat menjadi sesuatu hal lama bagi orang lain dalam konteks lain. Inovasi adalah memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru dan menambah atau menciptakan nilai atau manfaat baru dalam perspektif sosial-ekonomik. Untuk menghasilkan perilaku inovatif, seseorang harus melihat inovasi secara mendasar sebagai proses yang dapat dikelola (John Adair, 1996), yang merupakan bagian penting dalam keunggulan bersaing. Inovasi biasanya melibatkan lebih dari satu orang, yang mengisyaratkan adanya kegunaan dan keuntungan yang ingin diraih dan dimiliki oleh sebagian besar organisasi. Namun demikian, ide adalah dasar dari inovasi, dan ide berasal dari individu yang kreatif, maka individu yang kreatif dapat membantu orang lain menjadi kreatif pula, sehingga ide dapat diperoleh dengan lebih banyak dan lebih baik sebagai masukan bagi proses inovasi. Kreativitas dan inovasi berada pada wilayah domain yang sama, tetapi secara definitif memiliki batasan yang tegas. Kreativitas merupakan langkah pertama menuju inovasi yang terdiri atas berbagai tahapan. Kreativitas berkaitan dengan produksi kebaruan dan ide yang bermanfaat, sedangkan inovasi berkaitan dengan produksi atau adopsi ide yang bermanfaat untuk diimplementasikan.

Bertolak dari fakta dialektika siklus sejarah dan siklus peradaban, senantiasa akan muncul terobosan yang mendobrak kemapanan sebagai faktor terjadinya dis-ekuilibrium, yang didorong vitalitas dan kreativitas yang memicu lahirnya ide dan inovasi sesuai ciri jamannya. Alvin Toffler dalam bukunya yang berjudul *The Third Wave* menyebutkan bahwa ada tiga era di dalam dunia ini, pertama era pertanian, kedua era industri dan terakhir adalah era informasi. Era industri dimulai ketika James Watt menemukan mesin uap – sebagai ide inovatif – yang pada akhirnya mampu menggerakkan mesin-mesin berat yang kemudian merubah seluruh tatanan kapitalis yang ada pada saat itu. Seiring dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi, informasi semakin memegang peranan penting dalam perkembangan zaman sehingga dibutuhkan suatu sistem yang menangani perpindahan informasi bukan saja harus akurat tetapi juga harus cepat. Perpindahan informasi yang sangat cepat antar individu menjadi titik dimulainya zaman baru yang dinamakan era informasi. Pada era informasi, mobilitas dan aksesibilitas informasi perlu dibarengi dengan

infrastruktur terkait yang berfungsi sebagai penggerak zaman baru. Dalam upaya mengantisipasi perkembangan yang sangat cepat di bidang teknologi informasi dan komunikasi (ICT), maka bangsa Indonesia pun tidak mau ketinggalan oleh derap kemajuan tersebut, yaitu bersaing untuk memiliki sistem jaringan ICT yang terpadu dan menyeluruh. Terpadu artinya mencakup seluruh bidang dan aspek yang ada dalam kehidupan sehari-hari, dan menyeluruh berarti sistem jaringan ICT ini dapat diakses oleh setiap orang tanpa terkecuali. Revolusi ICT ini telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan dan banyak orang percaya hal ini akan menjadi suatu periode sejarah yang penting dibandingkan dengan revolusi industri, dengan tidak menganggap remeh dampak yang diakibatkannya. Di dunia barat sendiri, memang tengah terjadi pergeseran orientasi ekonomi, dengan alasan yang cukup jelas, yaitu telah menyusutnya lahan pertanian dinegara maju, dibarengi standar hidup yang tinggi menyebabkan biaya operasional pabrik besar dinegara-negara maju menjadi semakin mahal sehingga pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, mesin-mesin canggih yang optimal akan sangat membantu mengurangi biaya-biaya manusia. Teknologi informasi pun telah mampu meratakan dunia dan bahkan melipat dunia, melintas batas-batas jarak dan waktu. Negara-negara maju secara gegap gempita mencanangkan lahirnya era globalisasi. Dengan mengandalkan kekuatan modal besar, negara maju dapat mendirikan pabrik-pabriknya di negara lain yang tenaga kerjanya lebih murah, dan tentu saja negara maju tidak perlu lagi disesaki dengan asap polusi industri dan limbah industri. Hal ini didukung oleh pendapat pakar Richard Florida bahwa: "kita (bangsa Amerika) walaupun masih memiliki, tetapi tidak lagi dapat mengandalkan Sumber Daya Alam (SDA) dan supremasi industri manufaktur, dimana Jepang dan Cina telah sukses menciptakan efisiensi dalam bidang manufaktur dengan biaya operasional yang sulit ditandingi". Dari realitas ini dan penelitian-penelitian statistik canggih, maka mereka telah berhasil mengidentifikasi bahwa konsep dan gagasan kreatif merupakan modal baru bagi perekonomian di negara-negara maju. Setelah diteliti ternyata ekonomi kreatif telah mampu menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang mengesankan. Munculnya konsep ekonomi kreatif, merupakan perkembangan lebih lanjut dari tumbuhnya ekonomi diseputar industri kreatif, sebagaimana dikatakan Howkins, bahwa ekonomi baru telah tumbuh di seputar industri kreatif yang dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti dan desain. Dengan demikian, ekonomi kreatif merupakan

pengembangan konsep yang berlandaskan sumber aset kreatif yang telah berfungsi secara signifikan meningkatkan pertumbuhan potensi ekonomi. Di Indonesia sendiri, PDB industri kreatif menduduki peringkat ke-7 dari 10 lapangan usaha utama yang ada. PDB industri kreatif saat ini masih didominasi oleh kelompok fesyen, kerajinan, periklanan, desain, animasi, film, video dan fotografi, musik, serta permainan interaktif. Agaknya Indonesia perlu terus mengembangkan industri kreatif dengan suatu alasan, bahwa industri kreatif telah memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan. Selain itu, industri kreatif menciptakan iklim bisnis yang positif dan membangun citra serta identitas bangsa. Di pihak lain, industri kreatif berbasis pada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif.

Dari dimensi subjek perilaku individual, kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut seyogyanya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini dipasar. Gagasan-gagasan kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenius yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil. Namun, gagasan-gagasan yang baikpun, jika tidak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, hanya akan menjadi sebuah mimpi. Gagasan-gagasan yang jenius umumnya membutuhkan daya inovasi yang tinggi dari wirausahawan yang bersangkutan. Kreativitas yang tinggi tetap membutuhkan sentuhan inovasi agar laku dipasar. Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausahawan dalam menambahkan guna atau manfaat terhadap suatu produk (nilai) dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan "*market oriented*" atau apa yang sedang laku dipasaran. Dengan bertambahnya guna atau manfaat pada sebuah produk, maka meningkat pula daya jual produk tersebut di pasar, karena adanya peningkatan nilai ekonomis bagi produk tersebut bagi konsumen. Oleh karena itu tidak berlebihan jika OECD (1998) mendefinisikan wirausahawan sebagai berikut: "Wirausahawan adalah agen perubahan dan pertumbuhan di dalam sebuah pasar suatu sistem perekonomian yang berfungsi mempercepat penciptaan,

penyebaran dan penerapan gagasan-gagasan inovatif, sehingga *entrepreneurs not only seek out and identify potentially profitable economics opportunities but also willing to take risks to see if their hunches are right*”.

Untuk menjadi wirausahawan yang berhasil, maka persyaratan utama yang harus dipenuhi adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman berbisnis. Seorang wirausahawan adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*) atau kemampuan kreatif dan inovatif. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai berbisnis (*start-up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang (*opportunities*), kemampuan dan keberanian untuk menanggung risiko (*risk bearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya yang tersedia. Kemauan dan kemampuan tersebut diperlukan terutama untuk:

1. Melakukan proses/teknik baru (*the new technique*);
2. Menghasilkan produk atau jasa baru (*the new product or new service*);
3. Menghasilkan nilai tambah baru (*the new value added*);
4. Merintis usaha baru (*the new business*) yang mengacu pada pasar; dan
5. Mengembangkan organisasi baru (*the new organization*).

Hal ini sejalan dengan ciri munculnya kelompok wirausahawan inovatif sebagaimana disinyalir Schumpeter, sebagai reaksi terhadap kubu perusahaan berskala besar yang resisten terhadap perubahan, sebagaimana ditulis dalam risalah klasiknya tahun 1942, *Capitalism and Democracy*, dimana situasi memaksa para wirausahawan untuk memulai mendirikan perusahaan baru dalam mewujudkan kegiatan inovatif. Dengan demikian fungsi para wirausahawan adalah melakukan pembaruan atau merombak pola produksi dengan menggali suatu invensi (penemuan dan pendekatan yang benar-benar baru), atau secara lebih umum, menerapkan suatu teknologi yang belum pernah digunakan untuk menghasilkan produk baru atau produk lama melalui suatu cara yang baru. Pada umumnya untuk mengimplementasikan hal-hal baru ini relatif sulit dan merupakan suatu fungsi ekonomi yang berbeda namun nyata. *Pertama*, karena hal tersebut berada di luar kebiasaan dan tugas rutin, dan

kedua, terdapat tantangan dari lingkungan yang bersifat resistan. Dengan demikian, kegiatan wirausaha adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses. Kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar. Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenius yang menghasilkan terobosan baru dalam dunia usaha dilandasi oleh gagasan kreatif yang tadinya dianggap mustahil. Namun perlu disadari pula, bahwa konsep perubahan bersifat relatif, apa yang dipersepsikan sebagai perubahan bagi seseorang atau organisasi belum tentu mencakup sebuah praktik baru bagi industri. Atau hal itu merepresentasikan perubahan untuk industri domestik, tetapi bukan untuk industri global. Oleh karena itu, konsep kewirausahaan melekat dalam cakupan lokal (*local context*). Pada waktu yang bersamaan, nilai kewirausahaan dibentuk pula oleh kemauan melakukan *benchmark* secara relevan. Aktivitas kewirausahaan yang dianggap 'baru' menurut seseorang, tetapi bisa saja 'tidak baru' bagi perusahaan atau industri, yang mana kesemua hal ini bisa membatasi nilai inovatifnya.

Menurut pakar Richard Florida, adalah tidak cukup bila pihak swasta dan pemerintah hanya berfikir untuk membangun kawasan industri yang canggih, kemudian dengan sendirinya akan segera tercipta suatu lingkungan kreatif yang kondusif. Dibutuhkan pengetahuan dan kemampuan lebih, untuk mampu melihat penciptaan ekonomi dari beberapa sudut, yaitu dari sudut ekonomi itu sendiri, dari sisi teknologi dan dari sisi artistik & kreatif. Di setiap daerah yang memiliki tingkat ekonomi tinggi seyogyanya memiliki karakter-karakter yang terdiri dari 3 komposisi ini. Oleh karena itu maka Florida menawarkan konsep 3T, yaitu: talenta, toleransi dan teknologi. *Pertama*, talenta, yaitu untuk menghasilkan sesuatu yang berdaya saing, dibutuhkan SDM yang baik dengan sejumlah potensi bakat atau talenta. Orang dengan talenta tinggi pada gilirannya akan memiliki penghasilan tinggi dari gagasan-gagasan kreatifnya. John Howkins menyebut mereka sebagai orang-orang yang hidup dari penciptaan gagasan dan mengeksploitasinya dengan berbagai cara. Florida mengklasifikasi kelas ini, ada yang bernuansa latar belakang akademik (universitas), ada yang berorientasi teknologi, ada yang bernuansa artistik

(bohemian), pendatang (imigran & warga negara keturunan etnis tertentu) dan bahkan sampai pada yang bernuansi orientasi sex. Tom Peters dengan gayanya yang khas dan nada humor mengatakan: bila anda ingin inovatif, gampang saja, bergaulah dengan orang-orang aneh dan anda akan bertambah kreatif. Akan tetapi jika anda bergaul dengan orang-orang yang membosankan, anda akan semakin membosankan juga. *Kedua*, toleransi, sebelum era ekonomi kreatif ini teridentifikasi, orang beranggapan bila ingin mendapat pekerjaan sebaiknya pindah kesuatu daerah dimana terdapat konsentrasi kawasan industri (aglomerasi). Boleh jadi pendapat tersebut tetap berlaku, namun Florida mengatakan, bahwa saat ini lapangan pekerjaan akan tercipta justru di tempat-tempat dimana terdapat konsentrasi yang tinggi dari para pekerja kreatif, bukan kebalikannya. Orang dengan talenta tinggi memiliki daya tawar yang tinggi. Mereka memiliki banyak alternatif karena permintaan tinggi. Bila mereka ditawarkan pekerjaan di daerah-daerah yang sepi dan membosankan, mereka cenderung akan menolak, maka yang lebih berkepentingan adalah "user" dari pekerja kreatif ini dan user akan mengalah, asalkan mereka mendapat SDM yang berkualitas. Bahkan dengan perkembangan internet, maka para pekerja masa kini tidak perlu masuk ke kantor, cukup bekerja jarak jauh baik di cafe maupun di rumah mereka. Seperti yang dianalogikan oleh Tom Peter berikut ini: bayangkan anda membangun sebuah stadion olah raga yang sangat canggih disuatu kota, tapi tidak ada kelompok sepak bola yang handal dikota itu. Apakah penonton akan datang ke kota tersebut untuk melihat pertandingan yang tidak bermutu? Tentu tidak. Apa hubungannya dengan toleransi? Ini berkaitan dengan iklim keterbukaan. Bila suatu daerah memiliki tingkat toleransi yang tinggi terhadap gagasan-gagasan yang gila dan kontroversial, serta mendukung orang-orang yang berani berbeda, maka iklim penciptaan kreativitas dan inovasi akan semakin kondusif, karena para pekerja kreatif dapat bebas mengekspresikan gagasannya. Termasuk dalam toleransi adalah kemudahan untuk memulai usaha baru dan ketersediaan simpul-simpul solusi finansial untuk mengembangkan bisnis. *Ketiga*, teknologi, agaknya teknologi sudah menjadi keharusan dan berperan dalam mempercepat, meningkatkan kualitas dan mempermudah kegiatan bisnis dan berinteraksi-sosial. Dewasa ini semakin banyak pekerjaan manusia yang digantikan oleh teknologi, dimana manusia adalah operatornya yang lebih banyak memiliki waktu untuk memikirkan gagasan-gagasan baru. Jika pernyataan ini saya balik, maka menjadi demikian: semakin manusia direpotkan oleh aktivitas fisik dan tidak dibantu oleh

teknologi, maka sebagian besar waktu manusia akan habis terbuang untuk urusan teknis. Pendeknya, teknologi akan menunjang produktivitas. Dengan demikian, kemudahan mengakses dan membeli teknologi, transfer teknologi adalah faktor penting dalam pembangunan ekonomi kreatif. Dari uraian diatas semakin jelas, bahwa terdapat hubungan yang sangat dekat dan saling keterkaitan antara kewirausahaan dan penciptaan pertumbuhan ekonomi kreatif. Suatu perkembangan industri kreatif dan pertumbuhan ekonomi kreatif dapat berlangsung, jika ditopang dan dinafasi oleh para wirausahawan sejati yang kreatif dan inovatif. Kenapa tidak? Kita tularkan virus kreatif – atau virus *n'ach* versi David Mc'Clelland yakni kepada para pelaku dunia koperasi dan UKM, dan sektor lainnya agar tergugah, tidak ketinggalan pula dunia pendidikan agar segera mengambil langkah kepeloporan, dengan mengubah gaya pembelajaran yang lebih menstimulasi kreativitas.

Last but not least, sebagaimana dikatakan pakar Richard Florida, bahwa insan kreatif bertalenta dapat muncul antara lain dari mereka yang berlatar-belakang akademik. Beranjak dari pendapat ini, suatu tantangan bagi para alumni suatu perguruan tinggi, baik ia selaku tenaga pendidik, peneliti, rohaniawan dan manajer serta juga para usahawan, kalangan birokrat dan militer untuk mampu membuktikan dirinya sebagai wirausahawan yang tangguh serta berguna dan bermanfaat bagi masyarakat, bangsa, negara, dunia dan bahkan kehidupan alam semesta.

Jakarta, 24 April 012

Faisal Afiff