

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep alternatif dalam bentuk perealisasiian dari pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berbasis kreativitas. Dengan pemanfaatan suatu sumberdaya yang terbarukan, dengan stok yang tidak terbatas yaitu berupa ide, gagasan, maupun bakat atau talent, serta kreativitas seseorang. Ekonomi kreatif ini dalam persaingannya bukan lagi mengandalkan sebuah harga maupun kualitas produk saja namun persaingannya berupa inovasi, kreativitas dan imajinasi. Dalam ekonomi kreatif ini lebih dalam pemanfaatan kreativitas dan inovasi dengan melalui teknologi informasi. (Purnomo,2019)

Perkembangan ekonomi kreatif saat ini sedang dihadapkan dalam berbagai tantangan serta banyaknya kendala. Masalah yang sedang dihadapi dalam melakukan pengembangan ekonomi kreatif diantaranya terkendalanya dalam peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang kreatif, dari segi akses permodalan, infrastruktur, sumber daya budaya untuk berkreasi, pasar dan jaringan, ekosistem pendukung serta kelembagaan. Dalam perkembangan ini perlu adanya instansi pemerintah yang menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Potensi ekonomi kreatif pada era saat ini yang banyak mengembangkan teknologi komunikasi sangatlah tinggi untuk dikembangkan. Saat ini perkembangan ekonomi kreatif di DI Yogyakarta sangat pesat dan sangat

menjanjikan. Menurut Singgih Raharjo, DI Yogyakarta kini telah menjadi sebuah Gudang bagi kaum milenial yang sedang menekuni usaha pada bidang ekonomi kreatif. Menurut pemerintah terdapat 17 subsektor dalam ekonomi kreatif diantaranya pengembangan permainan, kriya, desain interior, seni rupa, desain produk, music, fashion, kuliner, film animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, aplikasi, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan serta penerbitan. Namun dari 17 subsektor tersebut yang utama di DI Yogyakarta ini terdapat 3 subsektor yaitu craft atau kerajinan, fashion, serta kuliner. Ketiga subsector tersebut merupakan yang paling mendominasi terhadap kemajuan ekonomi kreatif di DI Yogyakarta yang hampir mencapai 70-80% dari total ekonomi kreatif yang ada. Pemerintah DI Yogyakarta ini telah merespon dengan adanya pemberdayaan ekonomi kreatif dan industri kreatif sesuai dengan dikeluarkannya Perda Nomor 9 Tahun 2017 yang mengatur tentang perlindungan, pelayanan dan pemberdayaan koperasi, UMKM, dan Industri kreatif.

Industri kreatif di definisikan sebagai *as those industries which their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploration og intellectual property and content* atau memiliki arti bahwa industri kreatif pengembangan ide, gagasan melalui pemanfaatan sebuah kreativitas, ketelatenan, keterampilan, dan bakat yang dimiliki oleh setiap individu dalam penciptaan kesejahteraan maupun penciptaan lapangan pekerjaan untuk orang lain dengan

melalui sebuah penciptaan serta pemanfaatan daya kreasi serta kemampuan penciptaan dari individu tersebut. (BOP Consulting, 2010)

Industri kreatif dan ekonomi kreatif dapat didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi yang bertransformasi digital dengan memberikan dukungan sarana prasarana yang memadai oleh pemerintah daerah dan juga pemberian literasi digital. Dukungan sarana dan prasarana ini dilakukan kebijakan bahwa agar setiap kalurahan dibantu dengan pengadaan *co-working space* dengan teknologi yang mumpuni. Dalam pengadaan *co-working space* tidak perlu melakukan pembangunan Gedung baru bisa dengan pemanfaatan Gedung balai desa, kantor kecamatan maupun pendopo di Kabupaten. Pengembangan ekonomi kreatif dan industri kreatif ini melalui dengan pengadaan industri besar, menengah maupun industri kecil.

Industry kecil merupakan salah satu alat yang memiliki potensi yang begitu besar dalam percepatan pemerataan pertumbuhan ekonomi negara maupun kesejahteraan masyarakat. Untuk sebuah wilayah dapat melakukan pembangunan sebuah industry, maka harus ada pengetahuan dan kompetensi besar yang dimiliki, dengan selalu mempunyai kekuatan mental yang kuat dan jiwa produktifitas tinggi. Hal tersebut perlu dimiliki bagi setiap pelaku usaha Industry Kecil, Menengah maupun Industry Besar. Karena hal tersebut digunakan untuk menghadapi sebuah dunia persaingan industry luar yang tentunya sangat keras dan cukup ketat. Selain hal tersebut, strategi penciptaan industry dilingkungan masyarakat itu perlu adanya penciptaan sumber daya manusia yang kreatif, mampu, dan mau untuk bergelut dalam bidang yang

ditekuni. Saat ini industri kecil dan menengah memiliki pertumbuhan yang sangat pesat di Indonesia, menurut Kementerian Perindustrian Indonesia Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki kontribusi yang cukup besar untuk pertumbuhan ekonomi negara yaitu sebesar 99,7%. Dengan penyerapan tenaga kerja pada sector IKM sebesar 66,25% atau setara dengan sekitar 10,3 juta tenaga kerja yang telah diserap pada sector tersebut. Hal itu terjadi karena adanya dorongan dari Kementerian Perindustrian Indonesia dalam memajukan perekonomian di setiap daerah untuk melakukan pemberdayaan terhadap Industri Kecil Menengah.

IKM menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang mengalami pertumbuhan yang cukup bagus di D.I.Yogyakarta. Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) D.I.Yogyakarta tahunan yang dilaksanakan pada tahun 2019 terdapat 146.658 perusahaan yang tersebar diseluruh Kabupaten/Kota D.I.Yogyakarta. Dengan sebanyak 95,61% merupakan industri mikro, dengan 4,39% yang merupakan industri kecil. Menurut Badan Pusat Statistik D.I.Yogyakarta dari seluruh Kabupaten/Kota yang ada, Kabupaten Gunung Kidul yang memiliki Industri Mikro Kecil (IMK) yang paling banyak dari beberapa Kabupaten/Kota yang ada di D.I.Yogyakarta dengan jumlah sebesar 48.663 jika di tentukan dalam persen hamper 33,18% dari total seluruh Industri Mikro Kecil yang ada di D.I.Yogyakarta. Kabupaten Bantul menepati peringkat kedua dengan jumlah 46.246 atau 31,53% IMK, Kabupaten Sleman memiliki 24.280 IMK atau 16,5%, Kabupaten Kulon Progo dengan 21.004 atau 14,3% IMK, dan paling kecil yaitu di Kota Yogyakarta

yang hanya memiliki 6.425 atau 4,3% dari seluruh IMK yang ada di D.I.Yogyakarta. Artinya Industri Kecil di setiap daerah mampu memberikan kontribusi atau dorongan terhadap pertumbuhan industri kecil dan pertumbuhan ekonomi di skala nasional.

Kabupaten Sleman, telah memiliki banyak wilayah kelurahan yang memiliki usaha dari kategori IMK. Telah tercatat pada tahun 2019 data Badan Pusat Statistik D.I.Yogyakarta sebanyak 24.280 yang terdiri dari kategori IMK, yang artinya Kabupaten Sleman memberikan kontribusi sebesar 2% untuk mendorong kemajuan industri kecil dan pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan juga telah melakukan Bimbingan Teknis Produksi atau biasa disebut dengan Bimtek terhadap pelaku industri, sebagai salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemda Sleman untuk ikut serta mendorong kemajuan Industri daerah. Industri kecil tersebut menekuni berbagai bidang usaha, yang diantaranya itu ada industry kerajinan, handicraft, industry makanan, konveksi, masih banyak lagi jenisnya.

Menurut data yang telah dikeluarkan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kabupaten Sleman pada tahun 2019 terdapat 14 Sektor Usaha baik Jasa maupun Pengolahan yang berbentuk industri. Dapat kita buktikan melalui tabel berikut :

Tabel 1. 1
Rekapitulasi data UMKM Kabupaten Sleman Berdasarkan Sektor Usaha
(2019)

No	Sektor usaha	Skala Usaha						Jumlah	(%)
		Mikro	(%)	Kecil	(%)	Menengah	(%)		
1	Agrobisnis	1633	98%	37	2%	0	0%	1670	4%
2	Dagang bahan bangunan	226	92%	18	7%	2	1%	246	1%
3	Dagang fashion	877	96%	34	4%	0	0%	911	2%
4	Dagang Kuliner	8655	99%	58	1%	0	0%	8713	21%
5	Industri bahan bangunan	1020	98%	22	2%	2	0%	1044	2%
6	Industri fashion	1536	98%	29	2%	0	0%	1565	4%
7	Industri Kuliner	3320	99%	30	1%	0	0%	3350	8%
8	Industri lainnya	725	91%	69	9%	0	0%	794	2%
9	Jasa lainnya	6913	98%	146	2%	8	0%	7067	17%
10	Kendaraan bermotor dan tidak bermotor	980	96%	39	4%	5	0%	1024	2%
11	Kerajinan	2663	98%	40	1%	1	0%	2704	6%
12	Pendidikan	48	98%	1	2%	0	0%	49	0%
13	Perdagangan lainnya	11977	97%	403	3%	13	0%	12393	30%
14	Teknologi dan Informasi	314	98%	7	2%	1	0%	322	1%
Jumlah		40887	98%	933	2%	32	0%	41852	100%

(Sumber : <https://dinkopukm.slemankab.go.id/>), diolah

Dapat kita analisis bahwa pada sector kerajinan memiliki kontribusi yang cukup tinggi dengan skala usaha mikro sebesar 2663 atau setara dengan 6,3% dari seluruh total sector skala usaha yang ada, untuk yang industri kecil

sebesar 40 dan untuk skala menengah hanya 1 pengusaha saja, dengan total seluruh pengusaha kerajinan sebesar 2704. Dari seluruh jumlah pengusaha kerajinan yang tersebar diseluruh kelurahan yang berada di Kabupaten Sleman terdapat salah satu Padukuhan yang hampir Sebagian masyarakatnya menjadi pengrajin blangkon. Padukuhan tersebut adalah Padukuhan Beji yang terletak di Kelurahan Sidoarum, Kecamatan Godean. Dengan banyaknya pengrajin blangkon di Padukuhan tersebut dan memiliki potensi yang cukup bagus dalam pengembangan industri kerajinan blangkon, dengan itu Pemkab Sleman menetapkan Padukuhan tersebut menjadi sentra kerajinan blangkon pada tahun 2015 oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman.

Para pengrajin blangkon yang ada di Padukuhan Beji tersebut menaungi pembuatan kerajinan blangkon sejak tahun 1980an. Keterampilan membuat blangkon tersebut sudah menjadi warisan turun-menurun sejak zaman generasi sebelum beliau yang terus dilestarikan hingga saat ini. Di Padukuhan Beji ini telah tercatat pada data Disperindag Kabupaten Sleman terdapat 16 IKM yang menekuni pembuatan kerajinan blangkon.

Kerajinan blangkon merupakan salah satu barang yang hanya ada di Jawa, karena blangkon menjadi salah satu perlengkapan pakaian data untuk Suku Jawa. Blangkon ini biasanya oleh Suku Jawa digunakan sebagai penutup kepala. Menurut Soegeng(1981), blangkon ini berasal dari kata blangko dengan arti mencetak kosong, merupakan sebuah pemberian nama pada jenis *iket* yang memiliki fungsi sosial dari blangkon, yaitu suatu hal sebagai sebuah penunjuk bagi martabat serta kedudukan sosial bagi pemilik blangkon tersebut. Pada

Suku Jawa zaman dulu blangkon tersebut menjadi salah satu symbol untuk membedakan antar kaum ningrat. Pada masa lalu Suku Jawa kuno blangkon menjadi salah satu perlengkapan yang wajib dikenakan, karena orang zaman dulu beranggapan bahwa kepala lelaki itu memiliki arti yang sangat penting, yang menyebabkan pelindung kepala atau blangkon tersebut diwajibkan untuk selalu dipakai bagi kaum laki-laki. Blangkon tersebut terbuat dari bahan dasar kain yang biasa disebut dengan kain *Iket* dengan memiliki banyak ragam motif batik.

Blangkon yang dibuat sedemikian rupa unik tersebut dapat memancarkan keindahan yang menjadi sebuah makna estetika pada kerajinan blangkon. Selain makna estetika blangkon juga memiliki makna martabat, hal tersebut dapat terlihat dari kegunaan blangkon yang digunakan sebagai salah satu alat pembeda bagi kaum ningrat kraton dengan rakyat biasa, serta terdapat makna etika yang tercermin dari sebuah kepribadian dan kehidupan bagi orang Jawa. Dalam pembuatan blangkon juga berbeda-beda ciri khas antar daerah, seperti dapat kita ketahui bahwa ada salah satu ciri khas yang bernama *mandholan*. *Mandholan* ini merupakan sebuah tonjolan dibagian belakang blangkon. *Mandholan* tersebut memiliki makna bahwa seorang lelaki sering mengikat rambutnya yang Panjang pada bagian belakang sehingga berbentuk seperti tonjolan, namun pada masa sekarang sudah banyak laki-laki yang sudah mencukur rambutnya sehingga dibuatlah tonjolan belakang tersebut sebagai bentuk modifikasi blangkon. Untuk pembuatan *Mandholan* ini dalam membuatnya juga memiliki 2 tipe yang membedakan di setiap daerah, bisa kita

lihat bahwa tipe *Mandholan* yang digunakan untuk blangkon Kota Surakarta menggunakan *Mandholan* dengan gaya trepes, dan untuk *Mandholan* gaya Yogyakarta menggunakan gaya yang agak menonjol seperti onde-onde atau telur yang biasa dikenal sebagai gaya *Metaram*.

Pada era modern seperti saat ini blangkon menjadi terkesampingkan, karena banyak berkembangnya produk penutup kepala selain blangkon. Karena blangkon adalah sebuah penutup kepala yang tergolong tradisional maka pemberian desain pada blangkon tersebut kurang bervariasi, sebab setiap bentuk blangkon tersebut memiliki makna sendiri yang telah diyakini oleh Suku Jawa. Dengan hal itu maka diperlukannya strategi pengembangan yang lain, mungkin bisa dilakukan melalui pemasaran yang dibuat semenarik mungkin. Untuk dapat memenuhi pemasaran yang menarik mungkin perlu dilakukannya dari segi trik pengemasan yang dibuat semenarik mungkin atau bahkan memperluas pemasaran dari segi online ataupun offline. Sementara ini dalam pemasaran blangkon tidak terdapat pengemasan yang unik hanya dengan menggunakan kantong plastik biasa yang mungkin tidak cukup menarik bagi pelanggan.

Industri kerajinan blangkon ini dapat terus berjalan menyaingi pasar luas dan tetap diminati oleh masyarakat, dan menghindari hal-hal yang kurang diinginkan, maka perlu dilakukan strategi pengembangan. Meskipun industri blangkon tersebut telah berada di bawah naungan Disperindag Kabupaten Sleman, jika tidak bisa menyaingi pasar luar pada era modern seperti ini tentu saja lambat laun akan mengalami pemerosotan produksi. Dalam mengatasi hal

tersebut dalam melakukan pengembangan tentunya tidak semata-mata berjalan dengan sendirinya, namun juga perlu dilakukan melalui strategi yang telah di rencanakan dengan tepat. Strategi ini memiliki arti sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh pemilik usaha. Sedangkan pengembangan merupakan suatu proses perubahan yang bertujuan untuk kearah yang lebih baik sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Strategi pengembangan dapat kita artikan sebagai suatu kekuatan upaya dari sebuah perusahaan untuk melakukan pengembangan bisnis yang sedang dijalankan untuk dapat menyaingi pasar global. Untuk strategi dan teknik tersebut tentu perlu adanya ide dan gagasan individu untuk mengembangkan teknik ataupun program yang akan dijalankan untuk menarik pasar global. Seperti telah dijelaskan dalam Firman Allah Q.S Al-Jatsiyah : 13, berikut ini :

كُمِ السَّمَوَاتِ ۖ الْأَرْضِ ۖ إِنَّكَ لَأَبْتٌ لِّقَوْمٍ

“Dan Dia menundukkan apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi untukmu semuanya (sebagai rahmat) dari-Nya. Sungguh, dalam hal yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir.”

Mengandung makna bahwa Allah telah menciptakan seisi dunia ini untuk kemudahan pada pengolahan dan dikelola oleh hambanya dengan potensi-potensi kekhalfahannya yang memiliki pikiran, ide, maupun gagasan yang maju, kreatif, serta inovatif. Dalam hal ini pengembangan strategi usaha ini perlu adanya kreativitas dan inovatif agar dapat mampu bersaing pada pasar global. Ada beberapa teknik gagasan yang menjadi sebuah pendukung

pengembangan usaha, diantaranya sebagai peningkatan akses pasar, peningkatan kemampuan wirausahawan untuk berorientasi kedepan, memperbesar peluang usaha, meningkatkan kemampuan dalam bidang manajerial, serta peningkatan kemampuan dalam berorganisasi dan manajemen karena banyak masyarakat pengrajin blangkon yang kesulitan dalam pemasaran dan kurang tertatanya dalam system manajerial. Selain hal tersebut pengembangan pada industri kerajinan Blangkon ini perlu dilakukan guna untuk pengembangan budaya agar tidak luntur termakan oleh waktu, dengan keunikannya yang hanya ada di Jawa khususnya DI Yogyakarta. Agar blangkon ini dapat dikenal dipasaran nasional maupun internasional sebagai suatu iconic budaya Jawa.

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan tersebut, maka penulis memiliki gagasan dan ketertarikan untuk mengangkat topik penelitian dengan studi kasus di Padukuhan Beji, Kelurahan Sidoarum, Kecamatan Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menganalisis strategi pengembangan sentra Industri blangkon dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT dengan Judul “Analisis Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Blagkon dengan Pendekatan Analisis SWOT di Dusun Beji, Kabupaten Sleman”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditulis oleh peneliti dapat dirumuskan menjadi beberapa masalah yaitu :

1. Apakah faktor yang menjadi kelemahan yang dihadapi oleh pelaku sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji?
2. Apakah faktor yang menjadi kekuatan yang di miliki oleh pelaku sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji?
3. Apakah faktor yang menjadi ancaman yang harus dihadapi oleh pelaku sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji?
4. Apakah faktor yang menjadi peluang dalam pengembangan sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji?
5. Bagaimana strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan pada sentra IKM kerajinan blangkon di Padukuhan Beji?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disusun oleh penulis, maka penelitian ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara rinci faktor kelemahan yang dihadapi pelaku usaha sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji.
2. Untuk mengetahui secara rinci tentang faktor yang menjadi kekuatan yang dimiliki oleh sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji.
3. Untuk mengetahui secara rinci terhadap ancaman yang dihadapi oleh sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji.
4. Untuk mengetahui secara rinci peluang dalam pengembangan sentra kerajinan blangkon di Padukuhan Beji.

5. Untuk mengetahui strategi pengembangan yang digunakan untuk pengembangan usaha Industri Kecil Menengah IKM kerajinan blangkon di Padukuhan Beji.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang telah penulis susun diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Bagi Pelaku Usaha Industri Kecil

Peneliti berharap dengan adanya peneliti ini dapat menjadi sebagai bahan acuan ataupun masukan bagi pelaku usahan dalam strategi pengembangan kerajinan blangkon dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.

2. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat menawmbah wawasan, pengalaman, pengetahuan serta pembelajaran tentang strategi pengembangan usaha, khususnya usaha kerajinan blangkon dengan analisis pendekatan SWOT.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan maupun referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang strategi pengembangan IKM dengan menggunakan analisis pendekatan SWOT, selain hal tersebut hasil penelitian ini juga diharapkan untuk dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kemajuan pihak akademis.

