

MENGEMBANGKAN POTENSI EKONOMI KREATIF SUBSEKTOR KRIYA: SEBUAH TANTANGAN DAN PELUANG

Amanda Shelawati¹, Fauzatul Laily Nisa²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya No. 1, Kec. Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur
Email korespondensi: 23011010178@student.upnjatim.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: June 09, 2024

Revised: July 19, 2024

Accepted: August 26, 2024

Kata Kunci:

Potensi, Ekonomi Kreatif, Kriya, Tantangan, Peluang

Keywords:

Potential, Creative Economy, Crafts, Challenges, Opportunities

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi kreatif telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada akhir tahun 2021, kriya mempekerjakan lebih dari 17 juta orang dan menyumbang 7,38 persen dari PDB. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengembangan potensi ekonomi kreatif pada subsektor kriya di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari beberapa Jurnal dan Buku maupun pendekatan manajerial yang bertujuan untuk menjelaskan secara mendalam potensi ekonomi kreatif subsektor kriya di Indonesia beserta berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi subsektor kriya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri Kriya di Indonesia berbeda dengan negara lain. Hal ini disebabkan kurangnya fasilitas, pendidikan, akses dan geografis, bahkan banyak seniman tidak memiliki akses yang mudah ke distributor ataupun penyalur bahan baku.

ABSTRAK

In recent years, the creative economy has become a key driver of Indonesia's economic growth. By the end of 2021, crafts employed more than 17 million people and contributed 7.38 per cent of GDP. The purpose of this study is to determine the potential development of the creative economy in the craft subsector in Indonesia. This research uses a qualitative method with secondary data obtained from several journals and books as well as a managerial approach that aims to explain in depth the creative economic potential of the craft subsector in Indonesia along with the various challenges and opportunities faced by the craft subsector. The results showed that the Craft industry in Indonesia is different from other countries. This is due to the lack of facilities, education, access and geography, even many artists do not have easy access to distributors or suppliers of raw materials.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi kreatif telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada akhir tahun 2021, sektor ini mempekerjakan lebih dari 17 juta orang dan menyumbang 7,38 persen dari PDB. Pemerintah memproyeksikan defisit ekonomi kreatif sebesar 21,92 persen pada tahun 2025. Ekonomi kreatif di Indonesia dibagi

menjadi 17 subsektor, masing-masing dengan serangkaian kegiatan dan produk kreatifnya sendiri. Subsektor ini memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi dan identitas budaya bangsa (Lestari, 2022).

Indonesia merupakan salah satu negara yang secara aktif mempromosikan ekonomi kreatif di ASEAN dan di seluruh dunia. Berdasarkan data statistik dari tahun 2002 hingga 2020, ekonomi kreatif Indonesia memiliki nilai ekspor yang tinggi, kecuali fesyen. Pertumbuhan ini didorong oleh sumber daya yang terjangkau, mudah diakses, dan kreatif, sehingga kreativitas menjadi salah satu faktor terpenting dalam menghasilkan uang baik di pasar domestik maupun internasional (Setyo Nugroho et al., 2014).

Sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif, kriya memiliki potensi untuk meningkatkan sektor ekonomi sekaligus memajukan warisan. Kerajinan terdiri dari berbagai macam produk seperti keramik, batik, patung, dan barang-barang lainnya yang menonjolkan kreativitas dan budaya masyarakat Indonesia. Sebagai hasilnya, konstruksi kriya juga memiliki beberapa keuntungan, seperti akses pasar, kemajuan teknologi dan inovasi, dan masalah yang berkaitan dengan pelatihan dan sumber daya untuk karyawan. Namun, potensi kriya sebagai kekuatan ekonomi sangat besar, terutama jika melihat pasar lokal dan sekitarnya di luar pasar global.

Menurut data tahun 2015, kerajinan tangan merupakan salah satu subsektor terpenting yang berkontribusi pada ekonomi kreatif Indonesia, pada tahun 2018-2019 kontribusinya mencapai sekitar 14% dari total PDB. Namun, pada tahun 2017, perekonomian mengalami resesi. Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi hampir semua industri atau kegiatan ekonomi di seluruh dunia, termasuk sektor tekstil Indonesia yang mengalami penurunan aktivitas ekspor sebesar 70% pada tahun 2020. Hal ini tidak mendorong warga seniman untuk melanjutkan karya seni mereka. Data lain dari studi yang dilakukan oleh Kementerian Industri Kreatif selama pandemi menunjukkan bahwa 75% pelaku industri kreatif, termasuk seniman, bersedia untuk mempelajari keterampilan baru dari berbagai sumber, termasuk media digital. Mereka berharap hal ini akan membantu kreativitas Indonesia menjadi lebih matang dan berkelanjutan, yang akan menjadi faktor kunci dalam pembangunan ekonomi negara di masa depan (Direktorat PSDM Ekraf, n.d.)

Dalam konteks ekonomi kreatif, subsektor kriya memiliki potensi ekonomi yang signifikan. Salah satu pendorong utama pertumbuhan subsektor ini adalah tingginya kontribusi terhadap PDB dan ekspor, penciptaan lapangan kerja, potensi inovasi,

keberlanjutan, dukungan pemerintah, dan penggunaan teknologi digital. Dengan strategi yang tepat dan dukungan yang terus meningkat, sektor kriya dapat terus tumbuh dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Potensi

Defining Potensi adalah salah satu bentuk terpenting dari Daya Potensi; namun belum sepenuhnya disadari dan belum diaktifkan. Wawasan tentang potensi yang dijelaskan oleh Munroe juga dapat digunakan untuk menggambarkan bahwa potensi adalah semacam energi yang belum dimanfaatkan yang masih belum dimanfaatkan, semacam potensi yang sebagian belum dimanfaatkan atau potensi keberhasilan yang masih belum terwujud padahal kita memiliki energi untuk mewujudkannya (Myles Munroe). Potensi adalah kemampuan dasar seseorang yang terpendam dan menunggu untuk dikembangkan secara maksimal (Bahasan Sosiologi, 2023)

Berdasarkan dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwasannya potensi adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang namun belum dimanfaatkan dengan baik dan perlu untuk dikembangkan.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah teori yang bertujuan untuk mencapai pembangunan ekonomi jangka panjang yang tidak menonjolkan inovasi, ide, kreativitas, kerja keras, dan sumber daya yang tidak terbatas. Dalam ekonomi kreatif, nilai sebuah produk atau jasa tidak ditentukan oleh bahan baku atau proses produksi seperti pada ekonomi industri, tetapi lebih ditentukan oleh pengembangan kreativitas dan pemahaman yang tajam terhadap teknologi (Amsari & Anggara Windu, 2023).

Kriya

Kriya adalah jenis arsitektur atau konstruksi religius yang ditemukan di banyak tempat yang tidak dapat dijelaskan dengan cara manusia. Ketika berbicara tentang sesuatu yang tradisional, perubahan kriya dapat digambarkan sebagai sesuatu yang kompleks. Akibatnya, seni kriya mengalami masalah estetika dan konseptual (Lufiani et al., 2018).

Istilah kriya telah mengalami perubahan. Dalam konteks masa lampau, kriya dipandang sebagai jenis seni yang unik dan memiliki unsur estetis, simbolis, filosofis, dan fungsional. Kriya dalam konteks sekarang mempunyai arti yang berbeda-beda, yaitu; suatu cabang seni yang kegiatannya adalah dapat menghasilkan produk-produk fungsional dengan ketrampilan

tinggi untuk keperluan ekonomi komersil dan dapat menghasilkan produk-produk seni yang bersifat ekspresi individual dari pengamat seni (Arifin, 2016).

Tantangan

Tantangan merupakan homonim karena memiliki ejaan yang sama, pengucapan yang sama, dan arti yang berbeda. Tantangan adalah memahami kata benda atau kata ganti sehingga kita dapat menamai orang, tempat, dan benda sehingga semuanya memiliki arti. Ringkasnya, definisi tantangan menurut KBBI adalah keinginan untuk berhasil. Contoh lainnya adalah tugas yang harus diselesaikan (*4 Arti Kata Tantangan Di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, n.d.).

Peluang

Definisi sederhana dari peluang adalah sesuatu yang dapat memberi keuntungan dari berbagai lingkungan yang menguntungkan pada suatu usaha (Bina et al., 2019). Peluang adalah harapan mengenai sesuatu yang telah terjadi atau sesuatu yang akan terjadi. Peluang memiliki hubungan antara konsep peluang dan peristiwa. Jika kita memiliki kesempatan yang besar kita juga akan memiliki peluang yang besar, sebaliknya jika kita memiliki kesempatan kecil maka semakin kecil juga peluang yang kita punya (Warstek Media, 2024).

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metodologi kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari beberapa buku dan jurnal. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan manajerial dengan tujuan untuk menggambarkan secara jelas potensi subsektor ekonomi kreatif kriya di Indonesia serta berbagai tantangan yang dihadapi oleh subsektor kriya.

Dengan begitu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran terkait berbagai tantangan dan peluang yang perlu diantisipasi dalam pengembangan potensi ekonomi kreatif subsektor kriya di Indonesia dan menyusun strategi yang tepat dalam mendukung pertumbuhan subsektor tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perkembangannya, istilah “kriya” digunakan untuk menyebut suatu jenis karya yang memiliki ciri khas tersendiri, yang terkait dengan eksplorasi yang *adiluhung* (Raharjo & Hum, 2011). Meskipun ada banyak model dan metode untuk mengembangkan keterampilan seni, namun yang pertama adalah inovasi atau penemuan baru.

Industri kreatif atau ekonomi kreatif terakhir ini menjadi salah satu hal yang sangat menarik untuk dibahas dalam dunia pendidikan pada masa melalui simposium dan diskusi-diskusi nasional dan internasional lainnya. Pembicaraanya sangat beragam, mulai dari kalangan pendidik, pelaku ekonomi dan industri hingga pemerintah, seniman, dan desainer. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pendidikan tingkat lanjut memiliki manfaat yang signifikan (Sunarya, 2017).

Dalam hal PDRB EKRAF wilayah Jawa Timur, sektor yang memberikan kontribusi terkecil terhadap PDRB ekonomi kreatif adalah kuliner dan seni. Pada tahun 2016, sektor kuliner menghasilkan Rp 109,34 triliun dan berkontribusi sebesar 62,88% terhadap pertumbuhan PDB ekonomi kreatif. Sebaliknya, subsektor kriya memiliki total pendapatan sebesar 33,95 triliun rupiah dan berkontribusi sebesar 19,52% terhadap PDRB ekonomi kreatif tahun 2016 (Imam et al., 2022). Selain itu, kota-kota lain di Indonesia, seperti Yogyakarta, Bandung, Bali, dan Jakarta memiliki industri seni yang relatif kuat. Kota-kota ini telah menjadi pusat pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Pertumbuhan yang cepat ini didorong oleh kedatangan orang asing dan interaksi sosial di antara masyarakat umum dalam komunitas religius yang tidak dapat diabaikan (DrYulriawan Dafri, 2018).

Di Indonesia, masyarakat mengenal kerajinan tangan, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Berdasarkan tradisi, kerajinan tangan dibuat dan diproduksi dengan bahan-bahan yang tersedia di lingkungan sekitar. Diantaranya adalah topeng kayu, keramik, peralatan logam, dan karya anyaman (Pengajar Program Studi Kriya Seni et al., 2014). Dalam konteks subsektor kriya, dengan potensi pertumbuhan yang tinggi baik di dalam maupun di luar negeri, serta rendahnya dampak terhadap pengembangan potensi ekonomi kreatif, subsektor kriya menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Indonesia yang perlu diperhatikan untuk mencapai pertumbuhan yang optimal.

Sebagai contoh pada masa pandemi, kita bisa melihat betapa bersemangatnya masyarakat untuk mengubah ruang tidur menjadi kantor. Jangan heran jika perlengkapan kantor dan dekorasi rumah menjadi produk yang populer di masa pandemi. Melihat ruang, interior telah menjadi prioritas bagi masyarakat Indonesia. Untuk menciptakan dekorasi ruangan yang diinginkan, banyak masyarakat yang menggunakan produk buatan tangan Indonesia sebagai pilihan (Kemenparekraf/Barekraf RI, 2021). Para pelaku ekonomi kreatif di Indonesia juga cukup banyak melakukan inovasi untuk mengatasi kegagalan bisnis. Salah satu

inovasi yang paling signifikan bagi para pelaku ekonomi kreatif adalah pengembangan produk digital untuk pasar Indonesia.

Adapun Tantangan dan Peluang yang harus dihadapi dalam subsektor kriya adalah sebagai berikut:

1. Tantangan:

- a. Akses pasar yang terbatas, termasuk pasar internasional, hal tersebut terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai penggunaan akses digital atau e-commerce.
- b. Kurangnya perlindungan HKI pada karya-karya kriya yang dapat menyebabkan pembajakan atau menduplikat karya seseorang.
- c. Kurangnya informasi yang tersedia bagi konsumen tentang produk kriya. Kerajinan tangan Indonesia adalah produk yang berakar pada budaya nasional. Industri kreatif membutuhkan distribusi gambar ke seluruh penjuru dunia atau Globalisasi yang dapat menghasilkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang budaya Bangsa secara keseluruhan.
- d. Inovasi dan desain yang masih terpaku pada desain tradisional, sehingga dianggap masih kuno atau tidak mengikuti trend global.
- e. Teknologi dan infrastruktur yang kurang memadai.

2. Peluang:

- a. Teknologi digital yang terus berkembang sehingga memudahkan untuk memperluas pasar dan efisiensi produk.
- b. Memanfaatkan dukungan pemerintah dengan proram #BeliKreatifLokal dan #BanggaBuatanIndonesia, atau melalui Galeri Seni dan Festival Seni dan Budaya (Afdhal Chatra et al., 2023).
- c. Mendorong kolaborasi dan jaringan.
- d. Pemanfaatan tenaga kerja domesik.
- e. Inovasi produk yang beragam.
- f. Mempromosikan warisan budaya dan kerajinan tradisional.

Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini dan mengatasi tantangan yang ada, sektor kriya di Indonesia dapat mempertahankan dan memajukan pertumbuhan ekonomi, melestarikan budaya indonesia, dan meningkatkan reputasi Indonesia di dunia internasional sebagai produsen produk-produk seni yang berkualitas tinggi dan tahan lama.

Dalam pidatonya di acara peringatan 40 tahun Pawai Pesta kesenian Bali, yang diadakan di ISI Denpasar pada tanggal 23 Juni 2018, Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa dunia berubah dengan cepat, kekayaan seni dan budaya bangsa merupakan sumber inspirasi dasar bagi proses kreatif yang menghasilkan produk berkualitas tinggi. Selain terinspirasi dari kekayaan dan keberagaman budaya daerah Indonesia, kesenian ini juga dapat menjadi sumber inspirasi pemersatu bangsa dan negara Indonesia (Suharson, 2018).

Ekosistem kriya di Indonesia berbeda dengan negara berkembang lainnya. Karena kurangnya fasilitas, pendidikan, aksesibilitas, dan geografis, banyak seniman tidak memiliki akses yang mudah ke distributor ataupun penyalur bahan baku. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna gawai untuk bekerja, begitu pula dengan penggunaan media sosial di Indonesia. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya mendorong perilaku profesional dan berfungsi sebagai sumber inspirasi bagi individu dan kegiatan ataupun menyorot tokoh dan aktivis kriya, tetapi juga munculnya influncer dalam ekosistem kriya (Pertama et al., 2021).

SIMPULAN DAN SARAN

Ekonomi kreatif subsektor kriya di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi global. Namun, untuk dapat memanfaatkan potensi tersebut secara maksimal, terdapat beberapa tantangan yang harus diatasi dan peluang yang harus dimanfaatkan. Strategi yang efektif dapat digunakan untuk mengatasi tantangan-tantangan seperti akses pasar, kualitas produksi, inovasi desain, dan bahan baku. Peluang yang muncul dari digitalisasi, regulasi pemerintah, tren konsumsi global, dan kolaborasi harus dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan subsektor kriya. Pengembangan subsektor kriya tidak hanya meningkatkan, tetapi juga dapat memiliki nilai-nilai budaya yang dapat memajukan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- 4 Arti Kata Tantangan di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (n.d.). Kbbi.Lektur.Id.
- Afdhal Chatra, M. P., Elisha Sunijati, Me., Budi Harto, M., Yoseb Boari, M., Putra Astaman, Ms., Ir Muh Dassir, C., & Aulia Nurul Hikmah, Ms. (2023). *EKONOMI KREATIF* (Vol. 1). www.buku.sonpedia.com
- Amsari, S., & Anggara Windu. (2023). *Ekonomi Kreatif* (1st ed., Vol. 1).
- Arifin, Z. (2016). *Kriya Dan Desain Menuju Perkembangan Kekriyaan Indonesia* (Vol. 7, Issue 2).
- Bahasan Sosiologi. (2023, July 13). *Pengertian Potensi, Jenis, dan Contohnya*. DOSENSOSIOLOGI.COM.

- Bina, U., Informatika, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Sitasi, C. (2019). *Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan*. *Cakrawala*. 19(1), 55–60. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>
- Direktorat PSDM Ekraf. (n.d.). *Subsektor Kriya*. Sdmekraf.Id. Retrieved May 31, 2024, from <https://sdmekraf.id/kriya/>
- DrYulriawan Dafri, O. (2018). *Kontribusi Industri Kreatif Kriya dan Peran Perguruan Tinggi Seni dan di Asia Tenggara pada Era Revolusi Industri 4.0 1*. www.cs.insyiah.ac.id
- Imam, M., Ruf, M., Kamaruddin, C. A., Sari, Y. P., Rahmawati, D., Studi, P., Pembangunan, E., Ekonomi, J. I., Ekonomi, F., & Makassar, U. N. (2022). Analisis Potensi Ekonomi Kreatif Provinsi JawaTimur. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(01).
- Kememparekraf/Barekraf RI. (2021, February 5). *Produk Kriya Bertahan di Tengah Pandemi*. Kememparekraf.Go.Id. <https://kememparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Produk-Kriya-Bertahan-di-Tengah-Pandemi>
- Lestari, I. D. (2022). *Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Kriya Jumputan Di Kampung Wisata Tahunan Yogyakarta Publikasi Ilmiah*.
- Lufiani, A., Studi, P., Seni, K., & Kriya, J. (2018). *Transformasi Kriya Dalam Berbagai Konteks Budaya Pada Era Industri Kreatif*.
- Pengajar Program Studi Kriya Seni, S., Kriya, J., Seni Rupa, F., & Wicaksono, A. (2014). * *Agung Wicaksono (jokja09@gmail Potensi Pengembangan Inovasi Desain Produk Kriya Kukm Indonesia Di Era Industri Kreatif*.
- Pertama, E., Tahun, |, Kuliner, D., Fesyen, D., Bidang, D., Digital, E., Kreatif, D. P., Pariwisata, K., Kreatif, E., & Pariwisata, B. (2021). *Panduan Pendampingan Subsektor Kriya*.
- Raharjo, T., & Hum, M. (2011). *Seni Kriya & Kerajinan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Vol. 1)*.
- Setyo Nugroho, P., Cahyadin, M., & Uns, F. (2014). *Analisis Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia*.
- Suharson, A. (2018). *Prosiding Ikrafest Indonesia Kriya Festival (Vol. 1)*.
- Sunarya, I. K. (2017). *Industri Kreatif dan Pendidikan Seni 1. 4*.
- Warstek Media. (2024, May 15). *Teori Peluang: Pengertian, Sejarah, dan Tokoh [Lengkap]*. Warstek.Com.