

**PELESTARIAN NILAI BUDAYA LOKAL MELALUI SENI KRIYA, SEBAGAI
INOVASI PELAKU EKONOMI KREATIF DI MASA PANDEMI COVID-19**
***PRESERVATION OF LOCAL CULTURAL VALUES THROUGH THE ART OF KRIYA
AS AN INNOVATION OF CREATIVE ECONOMICS IN THE PANDEMIC TIME OF
COVID-19***

Evie Ariadne^{1)*}, Benazir Bona Pratamawaty²⁾, Putri Limilia³⁾

¹⁾Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, email: evie@unpad.ac.id

²⁾Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, email: benazir.bona@unpad.ac.id

³⁾Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, email: p.limilia@unpad.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini merupakan hasil kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) dengan sasaran utama kelompok masyarakat di desa yang produktif secara ekonomi, yakni kelompok usaha yang dirintis oleh beberapa orang anggota masyarakat di Desa Sukagalih Kabupaten Sumedang bernama *Galery Leuit*. Kegiatan utama mereka adalah membuat kerajinan tangan (*handycraft*) berbahan dasar Bambu, Batok Kelapa dan Buah Brenuk (Maja) serta membuat kain batik dengan motif khusus berupa huruf Sunda Kuna Kaganga. Tujuan kegiatan PPM ini untuk membantu Mitra memperluas jaringan komunikasi agar karya-karyanya bisa dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah 1) belum memiliki peralatan kriya yang memadai, 2) belum mempunyai bengkel kerja yang memadai, 3) Belum memiliki konsep strategi dan media promosi serta pemasaran. Target dan luaran yang dihasilkan dari PPM ini antara lain Mitra dapat memiliki akses komunikasi terhadap pemerintah daerah untuk mengembangkan jaringan penjualan. Metode yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut adalah 1) Membuka jalur komunikasi dengan pemerintah daerah kabupaten Sumedang, Pemerintah provinsi dan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Jawa Barat melalui diskusi dalam bentuk Webinar dengan menjadikan Mitra sebagai nara sumber dan pemerintah daerah sebagai penanggung. Program ini diharapkan mampu memfasilitasi perkembangan usaha mitra sehingga dapat memberikan multiflier effect bagi usaha sejenis dan usaha lain yang terkait (bermitra) dengannya.

Kata Kunci: *Nilai Budaya Lokal, Pelaku Usaha Kecil, Kerajinan Tangan, Seni Batik, Aksara Sunda*

ABSTRACT

The target of this Community Service activity is a group of people who are economically productive, namely a business group initiated by several community members in Sukagalih Village, Sumedang Regency who have produced several handicrafts and made batik motif designs for the Sundanese Kuna Kaganga letter as an icon of the batik motif. The aim of the program is to help Partners expand communication networks so that their works can be recognized and utilized by the public. Business partners in this program are small businesses making and selling handicraft objects (craft art) made from Brenuk Fruit (Maja fruit) and making Batik cloth with the main motif in the form of Old Sundanese Script (Kaganga letter). The problems faced by partners are 1) not having adequate craft tools, 2) not having adequate workshops, 3) Not having a strategic concept and promotional and marketing media. The targets and outputs that resulted from the PKM's community service program at the Leuit Batik Rineka Sundanese Gallery in Suka Galih Village, Sumedang, West Java, among others, partners can have communication access to local governments to develop sales networks. The methods used to achieve these goals are 1) Open lines of communication with the regional government of Sumedang district, West Java Provincial Government and West Java Dekranasda. 2) create a discussion in the form of a Webinar by making Partners as resource persons and local government as responders. This program is expected to be able to facilitate partner development so that it can have a multiplier effect for similar businesses and other businesses related (partnering) with it.

Keywords: *Government Communication, small and medium enterprises / SMEs, Handy Craft, Batik Art, ancient Sundanese script*

PENDAHULUAN

Pembangunan Nasional yang telah dicapai oleh bangsa Indonesia saat ini cukup signifikan jika dilihat dari tumbuh dan berkembangnya berbagai infrastruktur di hamper seluruh wilayah di Indonesia. Selain itu, perdagangan dan investasi memperlihatkan pertumbuhan yang sangat cepat dan bervariasi, kendati persaingan bisnis semakin ketat. Selain kompetisi diantara para pebisnis lokal dan nasional, juga bermunculan kompetitor baru yang berasal dari berbagai Negara Asean (Masyarakat Ekonomi Asean), termasuk para pebisnis asing yang sudah lama menanamkan investasinya di Indonesia.

Aktivitas ekonomi skala kecil oleh kelompok masyarakat daerah di Indonesia menghadapi persaingan yang sangat ketat. Persoalan-persoalan yang dihadapi para pemula dalam merintis UKM masih bersifat klasik, seperti kurangnya modal usaha, teknologi produksi yang masih sederhana, kualitas sumberdaya manusia yang masih rendah, tempat produksi yang tidak nyaman, jumlah produk terbatas, kemasan produk apa adanya, promosi produk yang sangat terbatas, saluran distribusi juga apa adanya, kurang inovatif, pengembangan ide dan jangkauan bisnis juga terbatas.

Beberapa aspek yang ditemukan antara lain: (1) Masih sering ditemukan inkonsistensi dikalangan pembuat kebijakan, yaitu antara komitmen politik untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah dengan langkah nyata di tataran program operasional dari berbagai pihak / otoritas terkait antara lain: dukungan sumberdaya prasarana / sarana penunjang, bantuan teknik, insentif, perlakuan kemudahan (fasilitasi) dsb, (2) banyak pola bantuan teknik yang kurang efektif, antara lain karena penerapan tersebut dilakukan secara atas-bawah (*top-down*) kurang mempertimbangkan aspek kelayakannya menurut kondisi spesifik obyek binaan lapangan, serta kurang konsistennya dukungan sumberdaya dan lemahnya manajemen, (3) Kurangnya pendekatan pemecahan masalah secara komprehensif, (4) Belum efektifnya mekanisme bawah-atas (*bottom-up*) di lapangan, (5) Banyak program pemberdayaan, khususnya kegiatan pendidikan dan pelatihan yang kurang

memenuhi kebutuhan nyata dari obyek binaan di lapangan, (6) Intervensi pemerintah termasuk sistem insentif yang ada, sering kali kurang menyentuh kebutuhan sector riil.

Ekonomi kreatif merupakan salah satu pilar perekonomian negara Indonesia. Pada tahun 2016, ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,44% pada perekonomian nasional. Ini mengalami kenaikan sebesar 4,95% dari tahun sebelumnya. Peran yang cukup besar ekonomi kreatif terhadap pendapatan negara membuat pemerintah mengimbau masyarakat untuk aktif terlibat dalam pengembangan sektor usaha tersebut.

Salah satu provinsi dengan share dan pertumbuhan ekonomi terbesar di Indonesia adalah Jawa Barat (Jabar) dengan kontribusi sebesar 11,81%. Tidak hanya itu, Jabar juga merupakan provinsi pengeksport ekonomi kreatif terbesar dengan nilai total sebesar US\$ 6,449 Miliar. Berikut beberapa sektor yang berhasil berkembang dengan sangat pesat yaitu *game developer*, kuliner, dan kriya.

Kriya merupakan salah satu sektor yang paling banyak diminati oleh pelaku ekonomi kreatif di Jabar. Beberapa pelaku usaha kriya menyebutkan bahwa mereka sangat senang menekuni bidang ini karena dapat melakukan dua hal sekaligus yaitu mendapatkan profit dan melestarikan budaya lokal. Salah satunya adalah Galeri Leuit yang memproduksi kriya berbahan Buah Berenuk (Buah Maja) dan Bambu serta kain batik dengan motif aksara Sunda Kaganga.

Keunikan yang ditawarkan oleh seni kriya dapat menjadi *value added* tersendiri yang dapat digunakan untuk mendapatkan segmen pasar tertentu. Persoalannya tidak semua pengusaha seni kriya memiliki pengetahuan tentang hal ini. Selain itu, seni kriya juga membutuhkan keterampilan khusus yang membuat sektor ini relatif lebih susah untuk dijalani.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka ada beberapa permasalahan yang harus segera diatasi yaitu kemampuan untuk membaca tren pasar, *value added* produk, dan distribusi yang tepat. Ketika masyarakat khususnya pelaku ekonomi kreatif menghadapi permasalahan seperti ini, sementara situasi pandemic menghadirkan berbagai keterbatasan fisik, maka seminar dapat dijadikan alternatif menambah pengetahuan praktis terkait industri ekonomi

kreatif tidak hanya di Indonesia tetapi juga internasional.

Terkait hal ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibutuhkan secara cukup signifikan oleh para pelaku usaha kecil terutama yang dipelopori oleh kelompok masyarakat di daerah, salah satunya di desa Sukagalih Sumedang.

Analisis Situasi

Galeri Leuit Batik Rineka Aksara Sunda merupakan usaha kecil sekelompok masyarakat yang bergerak di bidang karya seni kriya atau handicraft berbahan dasar buah Brenuk atau di daerah Jawa Tengah dikenal dengan sebutan buah Maja serta pembuatan kain batik khas Sumedang dengan design berupa ikon aksara sunda kuno Kaganga.

Kata "*Leuit*" (Lumbung) dalam budaya masyarakat Sunda dikenal sebagai sebuah bangunan seperti rumah tetapi ukurannya kecil yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan bahan makanan pokok seperti Gabah, Ubi dan Jagung, termasuk juga palawija seperti Bawang Merah, Cabai Merah dan lain-lain. Biasanya Leuit dibangun di dalam area tempat tinggal sebuah keluarga, letaknya agak jauh dari Rumah utama. Gambar 1 memperlihatkan bentuk Leuit yang ada di bengkel kerja Galeri Leuit di desa Sukagalih Kabupaten Sumedang Jawa Barat.



Gambar 1. Leuit atau Lumbung

Para pengrajin yang ada di Galeri Leuit ini memiliki keterampilan yang cukup tinggi dalam hal seni ukir dan kriya bambu serta design batik, bahkan beberapa hasil kriya sudah banyak dipamerkan pada kegiatan local di Sumedang, tetapi karena keterbatasan peralatan dan pengetahuan mereka dalam bidang promosi dan pemasaran, maka kegiatan usaha yang cukup prospektif ini berlangsung secara tersendat-sendat. Beberapa hasil karya mereka dapat dilihat pada foto berikut:



Gambar 2. Bubu (menempel di Sepeda) adalah alat penangkap ikan salah satu hasil karya handy craft Galery Leuit



Gambar 3. Potongan melintang pohon Bambu yang dibuat menjadi dinding Partisi (pemisah ruangan)



Gambar 4. Potongan Bambu dengan kreasi celah memanjang yang berfungsi sebagai dinding Partisi (pemisah ruangan)

Selain seni kriya berbahan dasar Bambu dan Buah Brenuk, Galeri ini juga membuat design batik. Beberapa design batik tersebut dapat dicermati pada gambar berikut:



Gambar 5 : Design Batik motif Aksara Sunda Kaganga

Permasalahan Mitra

Secara umum permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat disusun dalam bentuk skala prioritas sebagai berikut:

- Keterbatasan peralatan seni kriya & Batik
- Keterbatasan lahan/ tempat bengkel kerja
- Kurangnya pengetahuan dan keterampilan membuat media promosi dan pemasaran

d. Kurangnya keterampilan manajemen keuangan

Dalam konteks permasalahan inilah kami mencoba menawarkan bantuan kegiatan pelatihan daring sesuai dengan kebutuhan kelompok ini, yaitu antara lain dalam bidang :

1. Membuat Media Promosi
2. Melakukan penjajagan agar karya mereka bisa dijual di took online seperti Tokopedia, Shopee dan Bukalapak.
3. Pelatihan membuat administrasi keuangan secara sederhana.
4. Penataan ruangan bengkel kerja.

Adapun luaran yang dihasilkan dalam kegiatan PKM ini adalah :

- 1) Dibangun penjajagan kerjasama dengan *market place* seperti Tokopedia, Shopee atau , Bukalapak agar produk kriya dari Galeri Leuit ini bisa menyasar *buyer* online.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini dibagi dalam tiga tahap, yakni :

1. Tahap Perencanaan:
 - Kami (mahasiswa dan DPL) melakukan komunikasi dan diskusi secara intens dengan mitra, sehingga diperoleh kesepakatan dan kesepakatan tentang bentuk-bentuk bantuan yang dapat dikerjakan secara bersama-sama dengan mitra.
 - Bersama dengan Mitra, mengidentifikasi permasalahan lalu disusun berdasarkan skala prioritas.
2. Tahap Pelaksanaan :
 - Membangun komunikasi dengan pihak Tokopedia, Shopee dan Bukalapak
 - Membuat media promosi dan pemasaran
3. Tahap Evaluasi & Diseminasi hasil PKM
 - Bersama dengan Mitra membuat evaluasi tentang apa kendala dan capaian-capaian PKM serta bagaimana seharusnya koreksi atas kegiatan ini sebagai bahan masukan untuk kegiatan PKM tahun berikutnya.
 - Bersama dengan mitra membuat karya tulis dan mendiseminasikannya berupa artikel di media massa lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisis situasi kami menemukan berbagai permasalahan yang dialami mitra, kemudian hal tersebut kami diskusikan bersama-sama antara dosen pembimbing KKN integrative, mahasiswa peserta KKN dan Pa Budi serta ibu Eriyanti dari Galeri Leuit selaku mitra kegiatan pengabdian ini.

Di awal tahun, pada saat kami membuat perencanaan kegiatan dan mengajukannya dalam bentuk proposal, situasi dunia masih normal, namun tanpa di duga, pada pertengahan Maret 2020, negara Indonesia juga mulai terdampak dengan wabah Virus Corona yang kemudian dinyatakan oleh WHO dan juga pemerintah Indonesia sebagai pandemic nasional.

Situasi ini membuat kampus Unpad segera mengeluarkan kebijakan untuk menerapkan model *Work From Home* (WFH) bagi para dosen dan karyawan. Begitupun mahasiswa, semua diminta untuk tetap *stay at home* dan melakukan pembelajaran dengan system daring (dalam jaringan).

Perubahan mendadak situasi nasional membuat kami dengan terpaksa mengubah beberapa rencana kegiatan karena tidak memungkinkan untuk dilaksanakan secara langsung di lapangan. Misalnya, kegiatan menata bengkel kerja dan meminta satu ruangan di kantor Pemkab Sumedang yang tadinya akan digunakan sebagai tempat display karya Mitra agar bisa memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Namun, karena kami tidak dapat lagi bertemu secara langsung, maka rencana kegiatan tersebut dengan terpaksa dihapus dari daftar rencana.

Akibat pandemi Covid-19 ini, semua aktivitas Pengabdian Kepada Masyarakat kami laksanakan secara daring melalui media zoom dan Whatsapp. Pada awalnya, pihak mitra cukup kesulitan mengikuti arahan kami untuk mengerjakan beberapa kegiatan secara daring, sehingga kami para dosen pembimbing dan mahasiswa harus memberikan pelatihan terlebih dahulu bagaimana cara menggunakan aplikasi zoom. Bahkan untuk kuota internetnya pun kami fasilitasi mengingat kondisi ekonomi Mitra yang kurang memungkinkan dibebani dengan biaya kuota internet.

Kendala utama yang kami hadapi sebetulnya bukan hanya soal keterbatasan

skill mitra dalam menggunakan media daring dan ketersediaan kuota, tetapi justru seringkali kendala terbesar adalah lemahnya jaringan internet di lokasi tempat tinggal mitra, yakni di desa sukagalih kecamatan Sumedang Selatan kab. Sumedang Jawa Barat.

Beberapa kali, kami para dosen dan mahasiswa harus mengulang pertemuan daring dengan mitra karena internet yang tidak stabil atau bandwithnya lemah, suara dan gambar yang sering hilang timbul membuat mitra beberapa kali menyerah mengikuti pertemuan daring.

Namun demikian, dengan penuh kesabaran kami berusaha memahami berbagai kendala ini sebagai bagian dari proses pengabdian pada masyarakat di tengah pandemic Covid-19. Karena situasi yang tidak biasa ini maka kami tekankan bahwa cara menghadapinya juga harus dengan semangat yang tidak biasa-biasa saja.

Akhirnya beberapa kegiatan berhasil kami lakukan secara daring antara lain:

- a. Pengenalan media tatap muka secara daring melalui aplikasi Zoom kepada Mitra dan tim nya.
- b. Diskusi tentang pentingnya membangun komunikasi dengan pemerintah daerah untuk membuka peluang karya seni yang dihasilkan oleh mitra agar dapat dibeli, digunakan dan juga dipasarkan oleh pemerintah dan seluruh *stake holders* pemerintah Kab Sumedang
- c. Diskusi dengan ibu Eriyanti, perajin Batik, tentang makna desain Batik berbasis visual huruf Sunda Kuna Kaganga serta proses membatikinya.
- d. Diskusi dengan bapa Budi perajin kriya ukir, tentang bahan baku seni Kriya berupa buah Brenuk/Maja dan cara memprosesnya sebagai media seni kriya.
- e. Memberi pelatihan cara membuat akun di *market place* Shopee, Tokopedia dan Bukalapak.
- f. Memberi pelatihan komunikasi visual di media sosial facebook dan Instagram
- g. Mengadakan Webinar dengan mengundang narasumber lain selain Mitra, juga ada narasumber kepala Dinas Kebudayaan & Pariwisata Jawa Barat, kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kab. Sumedang, akademisi ahli *design thinking* serta tokoh pemuda pelopor yang memberikan materi tentang

pentingnya peningkatan kualitas SDM bagi pelaku ekonomi kreatif.

Berikut kami paparkan beberapa point hasil Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) yang dikolaborasikan dengan Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa (KKNM) virtual Unpad tahun 2020,

1. Mitra memiliki idealisme dan komitmen yang sangat kuat dalam memelihara nilai-nilai budaya sunda, dan itu menjadi landasan filosofis pendirian Galery Leuit. Nilai-nilai sunda yang dimaksud adalah komitmen untuk melestarikan benda-benda seni kriya yang merupakan benda-benda yang biasa digunakan oleh masyarakat Sunda jaman dulu yang nyaris sudah tidak digunakan lagi dalam kehidupan masyarakat Sunda sehari-hari saat ini. Benda-benda tersebut misalnya : peralatan makan (piring, sendok), peralatan memproses beras menjadi nasi (padaringan, dulang, jubleg, lisung, halu, aseupan, boboko, nyiru, hihid), peralatan memasak (hawu, seeng, siwur, sinduk, canting,), peralatan menyimpan makanan (tetenong) , dan peralatan rumah tangga lainnya seperti tolombong, ayakan, carangka, koja dan lain-lain. Semua benda ini dibuat dari bahan dasar buah berenuk atau di daerah Jawa dikenal dengan nama buah Maja dan bahan dasar bambu. Adalah pa Budi yang secara gigih berjuang memproses karya seni kriya ini secara mandiri, dalam arti Pa Budi mengerjakan segala sesuatunya oleh dirinya sendiri dan dibantu keluarga serta team di bengkel kerja. Rangkain kerja menciptakan karya kriya ini dimulai dari mencari bahan baku (Buah Brenuk), memprosesnya (mengeringkan, menghaluskan, membentuk), menyiapkan peralatan seperti pisau ukir, kikir, amplas, hingga mengolahnya menjadi benda-benda kriya.



Gambar 6. Ini adalah Pohon Buah Brenuk (Buah Maja)



Gambar 7. Pa Budi, pengrajin ukir dari Galery Leuit yang mengubah Buah Brenuk menjadi berbagai karya Kriya yang juga berfungsi sebagai peralatan rumah tangga



Gambar 8. Tas, Gayung air dari Buah Brenuk



Gambar 9. Selain Buah Brenuk, Galery Leuit juga membuat aneka karya seni dari Batok Kelapa

2. Selain berkomitmen membuat seni kria benda-benda tradisional masyarakat sunda jaman dahulu, Galery Leuit juga menetapkan ciri khas karya nya berupa kain batik dengan menggunakan huruf Sunda Kuna atau yang biasa disebut huruf Sunda Kaganga, sebagai motif utama kain batik. Penggunaan huruf sunda Kaganga ini menjadi landasan filosofis seni batik yang diberi nama Batik Rhineka Aksara Sunda, dengan maksud agar huruf sunda dikenal kembali di kalangan masyarakat dan generasi muda saat ini dan di masa depan. Ide kreatif ini merupakan hasil invensi dan menjadi kekayaan intelektual ibu Eriyanti, seorang guru Biologi di SMAN 4 Bandung yang di sela-sela waktu mengajarnya

berkomitmen untuk melestarikan nilai budaya sunda dalam bentuk membuat kain batik motif Aksara Sunda Kaganga.

“Basa Cicirén Bangsa, leungit basana leungit bangsana” adalah moto utama yang mendasari perjuangan ibu Eriyanti dalam membuat Batik bermotif huruf sunda kuna Kaganga. Apalagi upaya ini sesungguhnya selaras dengan Peraturan daerah Jawa Barat No. 5 tahun 2003 sareng Peraturan Daerah No 14 Taun, 2014 . Perkawis ngamumulé basa, sastra katut aksara daerah (sunda).

Mengapa aksara Sunda Kaganga nyaris tidak dikenallagi oleh generasi saat ini, menurut Eriyanti memang secara historis eksistensinya dimusnahkan, melalui surat keputusan VOC, bahwa aksara resmi di daerah Jawa Barat hanya meliputi :

- Aksara Latin
- Aksara Arab Gundul (Pegon)
- Aksara Jawa (Cacarakan)

Keputusan itu ditetapkan pada tanggal 3 November 1705. Keputusan itu pun didukung para penguasa Cirebon yang menerbitkan surat keputusan serupa pada tanggal 9 Februari 1706.



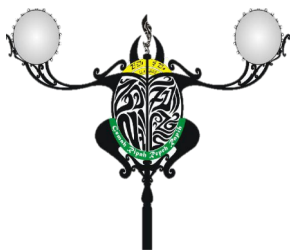
LAIN AGUL KU PAYUNG BUTUT
TAPI AGUL KU BUDAYA LULUHUR

لَا تَبْتَخِرْ بِبُخْتِكَ
فِي بَدَنِكَ وَلَا فِي بَدَنِ الْآخَرِ

Gambar 10. Kaligrafi Batik motif Aksara Sunda Kaganga yang isinya berupa Teks pepatah masyarakat Sunda, “Lain Agul ku payung butut” jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia mengandung arti jangan bangga dengan sesuatu yang jelek.



Gambar 11. Aksara Sunda Kaganga tidak hanya diabadikan dalam bentuk kain Batik, tetapi menjadi ornamen dalam berbagai benda seperti Mug dan T-Shirt



Gambar 11. Aksara Sunda Kaganga dalam Kreasi Seni berbentuk Lampu Jalan



Gambar 12: Kain batik Motif Aksara Sunda Kaganga karya Eriyanti yang dibuat dalam bentuk Kemeja Batik dan Gaun Wanita yang nampak elegan



Gambar 13. Termasuk Busana anak

3. Persoalan yang dihadapi oleh mitra Galery Leuit bukan saja terkait hal teknis seperti keterbatasan peralatan seni kriya dan membatik, tetapi tidak memiliki jejaring untuk memasarkan karya seni mereka. Padahal di sisi lain, di setiap pemerintah daerah memiliki dinas yang khusus menangani ekonomi kreatif ini. Jadi nampaknya terdapat *gap* atau jarak antara pemerintah daerah dan pelaku ekonomi kreatif, dimana selayaknya kedua organisasi ini dapat saling melengkapi secara komplementer. Pelaku ekonomi kreatif dapat memperoleh bantuan dari pemerintah daerah untuk mengembangkan usaha kreatifnya sehingga v bisa diandalkan sebagai sumber penghidupan, di sisi lain pemerintah daerah juga diuntungkan dengan hadirnya pelaku ekonomi kreatif karena dapat membantu pemerintah daerah menjamin roda ekonomi tetap berjalan dengan baik. Mencermati persoalan ini, maka tim dosen

PPM dan mahasiswa KKNM mencoba menyambungkan kedua elemen ini agar dapat bertemu dalam sebuah forum diskusi/ webinar yang diberi tajuk “**Membangun SDM Berdaya Saing Melalui Seni Kriya Rhineka Aksara Sunda Sebagai Peluang Ekonomi Kreatif Sumedang**”. Acara webinar ini pada awalnya direncanakan mengundang ibu gubernur Jawa Barat Atalia Praratya sebagai ketua Dekranasda (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) Jabar menjadi *keynote speaker*, namun sayangnya pada waktunya beliau tidak bisa hadir dan digantikan oleh kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dr. Dedi Taufik, M.Si. Selain pembicara kunci terdapat nara sumber lainnya yaitu dari kalangan praktisi, akademisi, unsur pemerintah daerah Sumedang serta secara khusus menghadirkan Konsulat jendral RI di Sydney bapa Heru Subolo, untuk memberi gambaran bagaimana peluang ekspor benda-benda seni kriya di luar negeri, khususnya di Australia. Webinar dihadiri oleh sekitar 100 orang peserta yang terdiri dari para pelaku ekonomi kreatif di wilayah kabupaten Sumedang dan Kota Bandung.

4. Resume paparan para narasumber melengkapi apa yang selama ini kami komunikasikan dengan mitra, antara lain pemahaman tentang signifikansi aktivitas Galery Leuit sebagai salah satu pelaku ekonomi kreatif. Apalagi di tengah pandemic Covid-19, seperti diungkapkan dalam papara kepala dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, Dr. Dedi Taufik, M.Si tercatat Tenaga Kerja terdampak yang telah didaftarkan untuk kartu prakerja melalui Kemenparekraf RI sebanyak **26.517** Tenaga Kerja dan melalui Kemendikbud sebanyak **10.785**. Sedangkan Tenaga Kerja terdampak yang telah diusulkan untuk mendapatkan Bantuan Gubernur Jawa Barat melalui Dinas Sosial Provinsi Jawa Barat sebanyak **33.084** dan telah diverifikasi serta validasi sebanyak **18.371** Tenaga Kerja.

Selain itu, “Adanya penurunan drastis (16%) kunjungan wisatawan khususnya Wisatawan Mancanegara ke Jawa Barat dengan adanya lockdown di sebagian besar negara di dunia serta penerapan PSBB di

sebagian besar pintu masuk wisatawan di Jawa Barat”. Serta Inflasi yang cenderung meningkat dengan segmen makan minum yang tertinggi (0,6%).

10 objek pemajuan kebudayaan sesuai dengan UU RI NO. 5 TAHUN 2017 tentang pemajuan kebudayaan di Jawa Barat, nampak pada gambar berikut,



Gambar 14. Sepuluh objek pemajuan kebudayaan di Jawa Barat

Inovasi akasara sunda dalam produk adalah sebuah inovasi dan prosesnya akan berjalan mudah kalau berkolaborasi dalam produksi dan penjualan produk.

Kadsparbud Jabar juga menyampaikan bahwa tantangan sumber daya manusia industri kreatif berbasis budaya antara lain:

- sumber daya manusia yang mampu dan siap menghadapi perubahan teknologi yang cepat
- memiliki pengetahuan yang baik tentang kebudayaan
- membutuhkan manajemen yang bersifat fleksibel, tangguh dan memperhatikan budaya lokal
- permasalahan hak cipta dalam era industry 4.0 menjadi sebuah tantangan besar bagi budaya lokal maupun bagi berbagai jenis industri kreatif

5. Seperti diungkapkan kabid Ekraf Kab Sumedang, bapa Arif, bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu konsep perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengedepankan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang paling utama. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia: industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sumber Daya Manusia Menjadi Modal Dasar dalam Ekonomi Kreatif.

16 sub sektor ekonomi kreatif :

- aplikasi dan pengembangan permainan
- arsitektur • desain produk • fesyen • desain interior • desain komunikasi visual • seni pertunjukan • film, animasi dan video • fotografi • kriya • kuliner • musik • penerbitan. • periklanan • seni rupa • .televisei dan radio.

Misi 2 Kab. Sumedang jangka panjang “Mewujudkan perekonomian daerah yang tangguh dan berkelanjutan yang berbasis pada agribisnis, pariwisata dan industri”

Misi 3 “Mengembangkan wilayah ekonomi didukung dengan peningkatan infrastruktur dan daya dukung lingkungan serta penguatan budaya dan kearifan lokal”

Dalam Rencana Strategis Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan Dan Olah Raga tercatat bahwa Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olah Raga terbentuk berdasar Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Sumedang dan Peraturan Bupati Nomor 38 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Sumedang, yang didalamnya terdapat Bidang Ekonomi Kreatif.

Program Kerja Bidang Ekraf kab Sumedang meliputi : 1. Inventarisasi Para Pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Sumedang 2. Promosi Ekonomi Kreatif 3. Pelatihan Teknis Para Pelaku Ekonomi Kreatif Masyarakat 4. Penyelenggaraan Festival Sub Sektor Ekonomi Kreatif 5. Pembangunan Sarana Prasarana Ekonomi Kreatif

Sementara itu, nara sumber Dedi Wahyudi Mustofa, sebagai Founder & Owner Sekolah Alam Pelopor Bandung Ketua Umum Asosiasi Pelatih PAUD Indonesia (APPAUDI) menyatakan modal utama ekonomi kreatif adalah Sumber Daya Manusia yang berjiwa enterpreuneur, yakni yang mampu mengelaborasi empat keterampilan utama yakni keterampilan berpikir kritis (critical thinking), berpikir kreatif (creative thinking), keterampilan berkolaborasi dan berkomunikasi (Collaboration & Communication Skill). Selain itu, menurut Dedi, membangun SDM unggul agar dapat mengembangkan ekonomi kreatif diperlukan SDM yang memiliki

curiosity (selalu ingin tahu) yang selalu memiliki pertanyaan², sehingga senang mengamati atau melakukan observasi dan kemudian melakukan percobaan-percobaan sehingga dapat menghasilkan karya yang bernilai ekonomi tinggi, ditunjang dengan kemampuan membangun jejaring (networking).

Apa yang disampaikan Dedi ini bahkan diperkuat oleh paparan Dwi Indra Purnomo, akademisi Unpad yang menyampaikan materi pada webinar ini, bahwa kreativitas sudah menjadi sebuah keharusan dimana situasi bisnis tradisional saat ini sedang berhadapan dengan gelombang tsunami Digital.

Dwi menjelaskan bahwa situasi saat ini masyarakat dunia sudah bukan lagi berada pada era digital yang menekankan ekonomi kreatif, melainkan berada pada era digital tsunami yang menuntut ekonomi inklusif dan kreatif serta kolaborasi ekonomi. Oleh karena itu, para pelaku ekonomi kreatif termasuk Galery Leuit sudah harus melakukan perubahan mindset agar terjadi transformasi organisasi. Yaitu dengan cara,

- Mengubah profit menjadi purpose
- Mengubah Hierarki menjadi network
- Mengubah Controlling menjadi Empowerment
- Mengubah Planning menjadi experimentation
- Mengubah Privacy menjadi Transparency

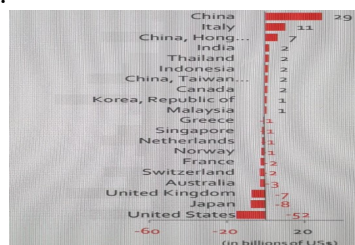
Ini semua menurut Dwi, bisa dicapai dengan memperkuat SDM yang memiliki Lateral (Creative) Thinking, dimana *You don't have to be right at every step you can get to something that works without having things that are possible and would work along the way*. Hal ini bisa dipelajari dengan merujuk pada Stages of Design Thinking (Brown, 2009),

- Observe
- Define
- Ideate
- Prototype
- Story telling
- Solutions

Nara sumber berikutnya, bapa Heru Subolo, Konjen RI di Sydney menyampaikan bahwa PDB ekonomi kreatif yang tercipta pada tahun 2017 sebesar Rp. 989 Triliun (tumbuh 5.06% dari tahun 2017 Rp. 923 triliun), dan ini artinya berkontribusi pada perekonomian Nasional sebesar 7,44%. Dari

angka Rp.989T ini, kriya menyumbang sebesar 15%, fseyen 17,7% dan Kuliner 41,5% Fashion

Sedangkan untuk ekspor ekonomi kreatif, data tahun 2017 mencatat 60,3%, Kriya 32,7% dan Kuliner 6,9% atau akumulatif sebesar Rp. \$ 19,8 Miliar. UNCTAD mencatat Indonesia merupakan salah satu negara yang masuk 10 besar *Creative Goods Top 10 Surplus and Deficit Countries*, seperti terlihat pada gambar berikut.



Gambar 15. Indonesia merupakan salah satu negara yang masuk 10 besar *Creative Goods Top 10 Surplus and Deficit Countries*

Pembangunan SDM Kreatif melalui Kerja Sama Indonesia-Australia:

- Pengembangan Kapasitas SDM Dan Standar Melalui Kerja Sama Dengan Lembaga Pendidikan Dan Vokasi,
- Peluang Program Beasiswa
- Ekspose Potensi Kreatif Indonesia Melalui Ajang Kreatif Di Australia
- Kerja Sama Sister Province-State Jawa Barat-South Australia
- Kerja Sama Vokasi Dengan Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Vokasi Di Australia (TAFE, NSW, QLD, SA)
- Peluang Mengikuti Short Courses Di Australia Di Bidang Kreatif

KESIMPULAN

Dari hasil Pengabdian Pada Masyarakat yang dilaksanakan dalam situasi Pandemi Covid-19 ini dapat kami simpulkan beberapa hal, yakni :

1. Kreatifitas masyarakat terutama masyarakat kelas bawah dalam menghasilkan karya seni kriya berbasis nilai budaya local sebetulnya cukup layak untuk ditampilkan sebagai produk ekonomi kreatif yang bernilai tinggi.
2. Pemerintah daerah, khususnya pemda provinsi Jawa Barat sudah memiliki strategi pemajuan kebudayaan yang tertuang dalam peraturan daerah, yang dapat menjadi payung hukum dan

- landasan legitimasi pemberdayaan para creator aneka kegiatan seni di daerahnya.
3. Perguruan Tinggi melalui program Pengabdian Pada Masyarakat dapat menjadi fasilitator untuk menghubungkan masyarakat pengrajin dengan pemerintah daerah agar terjadi optimalisasi dan akselerasi kinerja dalam upaya meningkatkan ekonomi kreatif di daerahnya.
 4. Kementerian Luar Negeri dapat menjadi salah satu fasilitator antara pengrajin seni kriya di daerah untuk dapat memasarkan hasil karyanya di manca negara.

SARAN

Kami menyarankan agar kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dengan subjek para pengrajin dana atau pelaku ekonomi kreatif di daerah dapat dibantu secara lebih strategis dengan cara membuka peluang-peluang bisnis melalui pameran Nasional dan Internasional yang difasilitasi oleh pemerintah daerah, pemerintah pusat dan juga perwakilan RI di luar negeri.

UCAPAN TERIMAKASIH

Artikel ini merupakan hasil kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang sumber dananya berupa Hibah Internal Unpad, untuk itu kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Padjadjaran yang telah memfasilitasi kegiatan ini. Selain itu, kami juga menyampaikan terimakasih kepada pendiri Galeri Leuit bapa Budi dan Pemulasara seni batik motif Aksara Sunda Kaganga Ibu Eriyanti yang telah membuka hati dan mengorbankan waktunya untuk berkolaborasi dengan kami, Team PPM Unpad. Terakhir kami juga ucapkan terimakasih kepada para mahasiswa KKN Unpad yang banyak membantu kegiatan PPM terintegrasi dengan KKN Virtual ini.

REFERENSI

- [1] A. Usmara (Ed). 2003. *Marketing Classics*. Yogyakarta. Amara Books
- [2] -----(Ed). 2003. *Implementasi Manajemen Stratejik, Kebijakan dan Proses*. Yogyakarta. Amara Books
- [3] Fill, Chris. 1999. *Marketing*

- Communications, Frameworks, Theories and Applications*. London. Prentice Hall
- [4] Kadarisman, KPHN Hoedhiono. 2007. *Memperkuat Ekonomi Nasional Berbasis Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta. Lembaga Humaniora bekerjasama dengan Kelompok Independen Indonesia (KII)
 - [5] Kennedy, John E., dan R. Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communications, Taktik dan Strategi*. Jakarta. Bhuana Ilmu Populer.
 - [6] Kitchen, Philip J., dan Patrick De Pelsmacker. 2004. *Integrated Marketing Communications: Aprimer*. London and New York. Routledge
 - [7] Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*, 13th ed. London. Pearson, Prentice Hall
 - [8] Kusnendi. 2008. *Model-model Persamaan Struktural, satu dan Multigroup sampel dengan Lisrel*. Bandung. Alfabeta
 - [9] Marsuki. 2006. *Pemikiran dan Strategi Memberdayakan Sektor Ekonomi UMKM di Indonesia*. Jakarta. Mitra Wacana Media
 - [10] Pace, R. Wayne., dan Don F. Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung. Remaja Rosdakarya
 - [11] Percy, Larry. 2008. *Strategic Integrated Marketing Communications*. Amesterdam. Elsevier
 - [12] Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta. Penerbit Andi
 - [13] Sedarmayanti. 2009. *Sumberdaya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung. Mandar Maju
 - [14] Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan dan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi ke 5, Jilid II. Jakarta. Erlangga.
 - [15] Smith, PR., Chris Berry., dan Alan Pulford. 1999. *Strategic Marketing Communications, New Ways to Bulid and Integrate Communications*. London. Kogan Page.