Pengembangan Materi Kuliah Kewirausahaan Berbasis Industri Kreatif Guna Meningkatkan Motivasi Wirausaha Mahasiswa Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar

[1]Jalil, [2]Hamrin, [3]Irfan
[1,2,3]Universitas Negeri Makassar
[1]jalil@gmail.com

Abstrak – *Indonesia memiliki potensi industri kreatif yang besar, namun jumlah wirausaha masih sangat rendah, oleh sebab itu, melalui pendidikan tinggi seni, mahasiswa seni dan desain perlu dibina untuk menjadi wirausaha muda yang kreatif dibidang industri kreatif. Untuk mewujudkan hal tersebut tidaklah mudah, salah satu jalan yang bisa ditempuh adalah menyesuaikan kurikulum dengan kondisi nyata di masyarakat industri kreatif, oleh sebab itu, perlu menyusun draft modul/bahan pembelajaran kewirausahaan berbasis jenis usaha dibidang industri kreatif yang sesuai dengan bidang seni budaya, merancang perangkat pembelajaran mata kuliah kewirausahaan yang dapat digunakan di Fakultas Seni dan Desain berbasis industi kreatif dengan jenis usaha seni budaya, dan membuat berbagai media pembelajaran berbasis usaha industri kreatif dengan mengangkat profil usaha industri kreatif dengan kearifan lokal lalu dielaborasi menjadi bagian dari modul dan perangkat pembelajaran yang dapat menciptakan lebih banyak wirausaha muda dalam bidang industri kreatif. Penelitian ini bersifat kualitatif terapan dengan analisis data menggunakan alur Miles dan Huberman. Materi industry kreatif yang menjadi kelebihan dari modul yang disusun adalah adanya beragam usaha local dibidang seni rupa dan desain, seperti pasar barang seni, seni kerajinan dengan mengangkat kerajinan dari Tana Toraja dan kerajinan tekstil berupa tenun sutra dari Kabupaten Wajo. Seni pertunjukan dengan mengangkat potensi berbagai sanggar-sanggar seni di Kota Makassar. Seni rupa dan desain maupun seni pertunjukan merupakan dua pilar ilmu seni budaya, sehingga diharapkan modul yang disusun dapat diterapkan dalam lingkungan Fakultas Seni dan Desain secara khusus, dan Perguruan Tinggi Seni di Seluruh Indonesia secara umum.*

Kata kunci: *Modul, Industri Kreatif, Kewirausahaan*

I. PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan sektor yang sedang mendapat perhatian serius selama beberapa tahun terakhir. Hal tersebut karena sektor industri kreatif memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Kebijakan pemerintah untuk menjadikan industri kreatif sebagai bagian dari kementerian yang digabung dengan bidang ekonomi merupakan satu peluang yang baik untuk mengembangkan sektor seni kerajinan rakyat di masa yang akan datang. Dalam rencana strategis pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif untuk periode 2012-2014 menyatakan bahwa dalam mengembangkan ekonomi kreatif, Kemenparekraf akan mengembangkan 15 subsektor industri kreatif yang dikelompokkan menjadi 9 kelompok sektor ekonomi kreatif sesuai dengan pembagian tugas serta fungsi unit kerja dalam Kemenparekraf (Kemenparekraf, 2011:xv-xvi).

Menurut Kemenparekraf (2014:27) untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas orang kreatif, maka diperlukan pendidikan yang memadai dan berkualitas. Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia masih dihadapkan pada tantangan peningkatan kuantitas pendidikan meliputi ketersediaan, biaya pendidikan yang terjangkau oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia, kesesuaian, dan sebaran lembaga pendidikan yang sesuai dengan potensi pengembangan industri kreatif di daerah. Selain itu, kualitas pendidikan kreatif di Indonesia masih jauh tertinggal dari negara-negara yang industri kreatifnya sudah berkembang, yaitu terkait dengan metode pengajaran, kesesuaian kurikulum, ketersediaan sarana dan prasarana, serta kuantitas dan kualitas tenaga kependidikan. Sistem pendidikan Indonesia yang ada saat ini masih belum mengarusutamakan kreativitias sehingga anak didik belum terbiasa dengan pola pikir kreatif yang menjadi modal utama dalam mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia. Disamping itu, orang kreatif juga masih sangat memerlukan perlindungan ketenagakerjaan terkait dengan hak kekayaan intelektual dan keseimbangan antara perlindungan terhadap konsumen dan profesi kreatif.

Di sisi lain, menurut Kemenparekraf (2014) sumber daya atau kekayaan budaya Indonesia yang unik memberikan peluang yang besar bagi pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya. Konten lokal yang unik, justru menjadi daya tarik tersendiri dan juga menjadi kekuatan yang bernilai global. Kemampuan untuk mengemas konten lokal menjadi produk atau karya yang bercita rasa global merupakan tantangan sekaligus peluang bagi ekonomi kreatif Indonesia. Semakin terbukanya pasar global disebabkan oleh semakin terhubungnya masyarakat di dunia karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini. Kita sebagai bangsa yang besar, harus jeli untuk melihat peluang-peluang pasar global yang besar, sehingga Indonesia tidak hanya dijadikan target pasar, tetapi juga sebagai negara produsen yang melayani pasar global.

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai semangat, sikap dan perilaku atau kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Kewirausahaan adalah suatu proses kreativitas dan inovasi

yang mempunyai risiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan. Kewirausahaan itu dapat dipelajari walaupun ada juga orang-orang tertentu yang mempunyai bakat dalam hal kewirausahaan (Kemendikbud, 2012; Soegoto, 2009; Mopangga, 2014).

Zimmerer (2002:12) menyatakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang konkrit berdasar masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Wu and Wu, 2008; Suherti dan Sirine, 2011). Karakteristik Kewirausahaan merupakan kualitas atau sifat yang tetap terus menerus dan kekal yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasikan seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian, intergrasi atau sintesis dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu atau kesatuan dan kepribadian seseorang, dipertimbangkan dari titik pandangan etis dan moral. Sementara sikap kewirausahaan adalah sikap seseorang yang mempunyai n-ach yang tinggi dari kehidupan sehari-hari atau ciri-ciri sikap seorang wirausaha (Faisal, 2002).

Di Fakultas Seni dan Desain, mata kuliah kewirausahaan telah diajarkan pada Program Studi Pendidikan Seni Rupa dan Program Studi Pendidikan Sendratasik, menyusul prodi baru Desain Komunikasi Visual dan Seni Tari. Hal tersebut bertujuan agar visi dan misi Universitas dan Program Studi dapat bersinergi dalam menciptakan wirausaha baru dimasa mendatang. Pengembangan jiwa dan karakter wirausaha dikalangan mahasiswa menjadi penting agar dapat membuka wawasan dan mental para mahasiswa tentang peluang-peluang wirausaha yang lebih menarik dibanding hanya menjadi karyawan atau pegawai. Dalam bidang seni budaya, banyak ragam usaha yang dapat dikelola oleh mahasiswa setelah selesai, khususnya usaha-usaha dalam bidang industri kreatif yang dalam beberapa tahun terakhir sedang hangat diperbincangkan.

Dari berbagai fenomena tersebut, maka tugas pendidikan tinggi seni, seperti di Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar adalah untuk mengembangkan sektor industri kreatif di wilayah Indonesia Timur pada umunya. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka perlu dirancang kurikulum mata kuliah kewirausahaan yang berbasis pada nilai-nilai ekonomi kreatif dan industri kreatif. Lapangan kerja bagi alumni Fakultas seni dan desain yang ingin berwirausaha dalam bidang seni budaya dan industri kreatif sangat terbuka luas untuk digarap dengan baik. Melalui rencana penelitian ini, diharapkan dapat merancang bahan ajar dan perangkat pembelajaran mata kuliah kewirausahaan yang dapat memberikan kasus-kasus dalam sektor industri kreatif, khususnya dalam bidang seni budaya yang ada di wilayah Sulawesi Selatan dan sekitarnya.

II. LANDASAN TEORI

Beberapa hasil penelitian terkait kewirausahaan di perguruan tinggi adalah; Herwin Mopangga (2014) meneliti tentang faktor determinan minat wirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Gorontalo, hasil penelitian menunjukkan karakteristik individual, lingkungan keluarga dan sosiodemografi serta dukungan akademik merupakan faktor-faktor yang paling dominan menentukan tinggi rendahnya minat wirausaha mahasiswa. Iklim pembelajaran kewirausahaan masih didominasi aspek teoritis juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masih rendahnya minat wirausaha mahasiswa. Mahasiswa tidak memiliki orientasi dan pengalaman lapangan karena model pembelajaran masih konvensional. Fasilitas berbentuk fisik, modal, dan program yang dapat diakses di internal kampus ada tetapi relatif terbatas sehingga tidak menunjang minat mahasiswa berwirausaha. Alternatif cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat wirausaha mahasiswa diantaranya melalui (a) memperbanyak frekuensi praktek kewirausahaan, sosialisasi dan akses terhadap informasi tentang kewirausahaan di internal kampus juga dibuka seluas-luasnya kepada mahasiswa, (b) melaksanakan pembelajaran kontekstual secara periodik berupa studi lapangan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di area kampus terutama yang dimiliki dan dikelola oleh alumni.

Artiningsih, dkk. (2010) meneliti Analisis Potensi Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat di Wilayah Kota Semarang Dalam Pengembangan Industri Kreatif. Kota Semarang memiliki kekayaan karakteristik kehidupan sosial yang berasal dari perpaduan etnis, budaya dan agama dari masyarakat Jawa, Tionghoa, Arab dan Melayu, yang menjadi daya tarik khas. Potensi sosial berupa keragaman etnis, budaya dan agama masyarakat Kota Semarang tersebut dapat dikemas dalam industri kreatif yang mengedepankan inklusi sosial, yaitu mencakup keterbukaan, toleransi dan interaksi sosial Potensi budaya yang menonjol adalah kekayaan kuliner, event budaya, arsitektur, seni tari, musik dan grafis. Industri kreatif yang dapat dikembangkan adalah jenis industri yang mampu mengkombinasikan berbagai karakter budaya sehingga mengedepankan citra kota dan budaya semarangan yang unik. Industri kreatif akan memiliki daya saing tinggi jika mampu memadukan potensi sosial, ekonomi dan budaya masyarakat Kota Semarang secara cerdas, sehingga tetap bersifat inklusif, mewakili citra kota dan budaya Semarangan serta mengakomodasi pengembangan ekonomi lokal kerakyatan.

Setyawati, dkk., (2013) meneliti tentang karakteristik kewirausahaan dan lingkungan bisnis sebagai faktor penentu pertumbuhan usaha, hasil penelitian menunjukkan karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku industri mebel, anyaman dan lampit rotan di Sentra kerajinan rotan Amuntai memiliki kecenderungan yang sama yakni mereka memiliki sikap keorisinilan dalam inovasi produk, pengambilan risiko untuk melakukan diversifikasi produk dan kepemimpinan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan karyawan namun belum memiliki sikap orientasi tugas dan hasil terhadap profit yang

maksimal hanya sebatas pemenuhan kebutuhan sehari-hari, pengambilan risiko, pandangan akan masa depan dan belum memiliki sikap kepemimpinan yang mengarah pada tujuan dan melibatkan karyawan untuk memberikan saran/ide pada usahanya. Karakteristik kewirausahaan perajin lampit yaitu memiliki sikap orientasi tugas dan hasil pada profit yang maksimal tidak hanya pada orientasi bertahan hidup serta pandangan ke masa depan. Namun belum memiliki sikap kepemimpinan yang mengarah pada tujuan dan melibatkan karyawan untuk memberikan saran/ide pada usahanya dan sikap pengambilan risiko dalam hal keuangan.

III. METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data adalah observasi, pengamatan, dokumentasi, pencatatan, rekaman visual, Uji coba draft modul dan Focus Group Discussion (FGD) pada tahun kedua, wawancara dan studi pustaka. Observasi dan rekaman visual akan dilakukan pada berbagai jenis usaha bidang industri kreatif yang berbasis keunggulan kreatifitas dan sumber daya lokal, baik dalam bidang seni rupa dan desain pada tahun pertama, maupun bidang seni pertunjukan dan seni tari pada tahun kedua. Berbagai jenis usaha akan didokumentasikan profil usaha, teknik produksi, strategi pemasaran, sukses story dari pemilik usaha, berbagai kelemahan, kekuatan, peluang dan tantangan yang dihadapi selama merintis usaha dibidang industri kreatif. Seluruh data yang dirangkum dari hasil dokumentasi, observasi, rekaman visual, serta wawancara dengan pemilik akan dianalisis dan data visualnya akan diedit untuk menjadi video pembelajaran. Data – data peluang usaha berbagai teknik produksi, dan elemen-elemen usaha industri kreatif akan di elaborasi menjadi bagian dari modul pembeelajaran. Materi ini akan digabung dengan modul kewirausahaan yang telah berlaku secara umum dialam lingkungan Universitas Negeri Makassar. Perbandingan 60% menyangkut umum dari modul UNM, dan 40% akan memuat konten industri kreatif berbasis seni dan desain.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya penyusunan modul telah menjadi draft terdiri dari 8 Bab, yang dilengkapi dengan kasus-kasus dalam bidang industry kreatif, khususnya subsector seni rupa dan desain serta subsector seni pertunjukan. Adapun rancangan modul yang teah dibuat adalah 1) pengantar kewirausahaan terdiri dari (Wirausaha, Karakter Wirausaha, Perubahan Pola Pikir); 2) usaha bidang industri kreatif teriri dari (Pasar Barang Seni, Industri Kerajinan, Industri Desain, Film, Video dan Fotografi, Industri Musik, Industri Seni Pertunjukan, Industri Penerbitan dan Percetakan); 3) memulai usaha terdiri dari (Rencana Usaha, Teknologi Produksi); 4) brandingterdiri dari (Membuat Brand/Merek, Merancang Logo Usaha, Media Promosi); 5) pemasaran terdiri dari (Pengertian Pemasaran, Riset Pasar, Strategi Pemasaran); 6) manajemen keuangan terdiri dari (Laporan Keuangan, Mengukur Kelayakkan Usaha); 7) sumber daya manusia terdiri dari (Seleksi Karyawan, Tipe-tipe Karyawan, Evaluasi Kinerja Karyawan, Kreatifitas dan Inovasi); 8) pameran produk usaha terdiri dari (Persiapan, Pelaksanaan, Laporan Hasil Pameran). Dalam tulisan ini, focus bahasan lebih cenderung pada bab 2 tentang industry kreatif, sebab industry kreatif subsector seni budaya merupakan nilai tambah dari modul yang sedang disusun.

Di Indonesia, sektor Industri Kreatif mulai dilirik sebagai sektor ekonomi potensial mulai setelah tahun 2000, itupun masih sebatas identifikasi dan inventarisasi terhadap berbagai subsektor industry kreatif, Sejak tahu 2007, industry kreatif menjadi perhatian tersendiri dari pemerintah sehingga dibentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, berbagai sektor ekonomi kreatif dianggap lebih dekat dengan pariwisata, dan tentunya diharapkan dapat menunjang sektor pariwisata serta dapat saling memberi nilai tambah. Pada tahun 2010 industri kreatif dibentuk menjadi badan sendiri dengan nama Barekraf (Badan Ekonomi Kreatif) yang dipimpin langsung oleh Triawan Munaf.

Industri Kreatif sebenarnya sudah ada sejak era pertanian, atau ekonomi gelombang pertama, tetapi pada masa itu, tingkat kebutuhan manusia dan tingkat interaksi sosial belum mencapai kondisi seperti era saat ini, sehingga pada era sebelum ekonomi kreatif, industri ini belum menjadi pusat perhatian atau fokus pengembangan industri yang diyakini dapat berkontribusi secara positif terhadap perekonomian suatu bangsa. Industri kreatif ini dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan, tidak hanya ditinjau dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi juga dapat memberikan dampak positif kepada aspek lainnya seperti peningkatan citra dan identitas bangsa, menumbuhkan inovasi dan kreativitas anak bangsa, merupakan industri yang menggunakan sumber daya yang terbarukan, serta dampak sosial yang positif..

Secara umum, alasan kuat mengapa industri kreatif ini perlu dikembangkan, karena sektor industri kreatif ini memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra & identitas bangsa Indonesia, mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas, dan memiliki dampak sosial yang positif. Berdasarkan alasan-alasan di atas, maka industri kreatif ini sudah selayaknya menjadi sektor industri yang menarik untuk dikembangkan dengan konsep pengembangan yang matang. (Depperdag, 2008: 23).

Indonesia sebagai Negara kepualauan, dengan 17.000 lebih pulau memiliki ribuan potensi kreatif berbasis seni budaya yang dapat dimanfaatkan sebagai objek usaha kreatif, selain untuk memenuhi pasar lokal, juga untuk pasar mancanegara. Pasar lokal memiliki potensi besar, sebab jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa memiliki kebutuhan terhadap produk dan jasa kreatif, jika SDM Indonesia tidak memanfaatkan berbagai peluang usaha kreatif, maka bisa dipastikan produk kreatif dari luar negeri akan diimpor demi memenuhi kebutuhan pasar domestik. Upaya mendorong para mahasiswa agar dapat memanfaaatkan peluang wirausaha perlu terus dilakukan, khususnya mahasiswa dari rumpun seni dan budaya yang saat ini masih kurang termotivasi untuk memulai berwirausaha. Dalam tulisan ini, sub sector industry kreatif yang akan dibahas sesuai kepentingan modul adalah yang

sangat terkait dengan rumpun ilmu seni budaya dan desain, diantaranya adalah; 1) Industri Pasar Barang Seni; 2) Industri Kerajinan; 3) Industri desain; 4) Film, Video dan Fotografi; 5) Indusri Musik; 6) Industri Seni Pertunjukan; 7) Industri Penerbitan dan Percetakan

Pasar barang seni merupakan salah satu subsektor dari 14 subsektor industry kreatif di Indonesia, industry pasar barang seni yang dimaksudkan meliputi perdagangan barang, aktifitas produksi kriya yang menghasilan barang dalam jumlah terbatas dan industry jasa yang mengemas dan menciptakan nilai-nilai yang berfaedah dari sisi komersial (Deperdag, 2008:71). Industri barang seni atau disebut juga sebagai "Art Market" ditempatkan oleh John Howkins (2001) sebagai salah satu nomenklatur dalam industry kreatif, dan lebih didominasi untuk pasar karya seni masterpiece, adi luhung. Industri pasar barang seni adalah kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang seni asli, unik dang langka serta berasal dari masa lampau yang dilegalkan oleh undang-undang (bukan palsu atau curian) serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi. Subsektor ini justru mengandalkan faktor kelangkaan dari barang seni tersebut dan didistribusikan melalui lelang, gallery, artshop, baik secara tradisional maupun secara online (Depperdag, 2008:71). Dalam hal ini pada umumnya seniman/perupa yang menciptakan bisa mendaftarkan hak ciptanya, namun karena kreasinya tidak dibuat secara massal, maka hak cipta tidak berpengaruh signifikan secara ekonomi kecuali pada perlindungan dan royalti reproduksi karya diberbagai medium baru.

Gambar 1. Kerajinan Souvenir dari Toraja dan Pengembangan Kerajinan Tekstil Tenun Sutra Wajo

Nusantara memiliki keragaman seni budaya, hampir setiap daerah memiliki jenis kesenian yang khas dan masih bertahan hingga kini. Seni kerajinan merupakan salah satu warisan nusantara yang secara turun teumurun dipertahankan, diperbaharui, serta dikembangkan lebih lanjut agar dapat memberikan nilai jati diri serta dampak ekonomis bagi masyarakat perajinnya. Di Indonesia tercata beberapa seni kerajinan yang legendaries seperti seni kerajinan mebel ukir Jepara, kerajinan perak Yogyakarta, Kerajinan keramik Plered Jawa Barat, Kerajian Keramik Kasongan, Kerajinan gerabah Lombok, Kerajian Batik di hampir seluruh Pulau Jawa (Solo, Yogya, Pekalongan), Kerajinan Rota di Cirebon, serta kerajinan bamboo di Ceper Jawa Tengah.

Gambar 2. Rantai Nilai dan Industri Subsektor Kerajinan (Sumber: Depperdag, 2008)

Kerajinan merupakan subsektor yang memiliki nilai kontribusi PDB, Penyerapan tenaga kerja, jumlah pelaku dan ekspor terbesar kedua setelah subsektor Fesyen dengan nilai kontribusi di tahun 2006 berturut-turut adalah 25,51%; 31,07%; 33,02%, dan 32,44%. Subsektor kerajinan potensi dikembangkan sebagai komoditas ekspor, karena produk kerajinan Indonesia banyak diminati oleh pasar luar negeri. Walaupun demikian, nilai ekspor kerajinan Indonesia saat ini cenderung mengalami penurunan karena negara Thailand dan china mulai agresif dalam mengembangkan industri kerajinannya yang juga banyak diminati oleh pasar di luar negeri.

Indonesia masih sangat lemah dalam hal desain, sehingga banyak produk dalam negeri yang tidak kompetitif di pasar global. Desain di Indonesia belum merupakan aktivitas yang dianggap perlu dan penting bagi sebagian masyarakat maupun dalam industri, sehingga pemerintah di sini dapat berperan untuk memulai mensosialisasikan pentingnya desain dalam industri. Desain yang akan didukung pengembangannya oleh Departemen Perdagangan masih terbatas pada desain produk kerajinan serta desain kemasan bagi produk makanan olahan yang potensial dikembangkan bagi pasar ekspor. Selain seni rupa dan desain, terdapat juga beragam subsector seni pertunjukan yang menjadi cakupan dari modul ini.

Seni pertunjukan berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, music tradisional, music teater, opera, termasuk tur music etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan tata panggung, dan tata pencahayaan. Produk industry seni pertunjukan bersifat intangible dan dinikmati oleh audiens dalam sebuah tontonan. Produk ini tercipta melalui aktivitas proses kreasi yang dikemas oleh produser atau event organizer dan dilanjutkan dengan aktivitas komersialisasi oleh pemilik acara baik atas dasar permintaan konsumen akhir maupun atas inisiatif sendiri. Seni pertunjukan ini dapat ditonton langsung seperti pada gedung pertunjukan, hotel, restaurant, ruang public ataupun melalui perantara media seperti televisi dan internet. Produk industry seni pertunjukan kadang tidak berdiri sendiri melainkan tergabung dalam sebuah paket acara. Hal ini ditemukan seperti pada paket pariwisata, pendukung sebuahh acara atau eksebisi hingga sarana promosi Negara yang notabene pemerintah sebagai promoor seni budaya bangsa juga berada sebagai pihak pembeli.

Gambar 3. Rantai Nilai dan Industri Subsektor Seni Pertunjukan (Sumber: Depperdag, 2008)

Sumber daya manusia merupakan landasan yang paling vital pada industry seni pertunjukan. Bukan saja dalam hal jumlah dan sebaran geografis melainkan juga kemampuan olah ddan berkreasi untuk menghasilkan produk seni yang beermutu tinggi dan diterima oleh pasar. Selain itu, kemampuan mengemas dan mengkomersilkan produk sangat penting sehingga orang tertarik untuk menonton atau terlibat dalam seni pertunjukan, sehingga terjadi pertumbuhan industry yang berkelanjutan dengan salah atu poin penting adalah terjadiya kesinambungan dan regenerasi.

V. KESIMPULAN

Upaya penyusunan modul kewirausahaan berbasis Industri Kreatif telah dilakukan, dengan teetap mengacu pada modul kewirausahaan yang telah diterbitkan oleh UNM, dengan menambahkan isi dan kasus-kasus yang ada dalam berbagai usaha industry kreatif, baik bidang seni rupa dan desain, maupun seni pertunjukan.

Materi industry kreatif yang menjadi kelebihan dari modul yang disusun adalah adanya beragam usaha local dibidang seni rupa dan desain, seperti pasar barang seni, seni kerajinan dengan mengangkat kerajinan dari Tana Toraja dan kerajinan tekstil berupa tenun sutra dari Kabupaten Wajo. Seni pertunjukan dengan mengangkat potensi berbagai sanggar-sanggar seni di Kota Makassar. Seni rupa dan desain maupun seni pertunjukan merupakan dua pilar ilmu seni budaya, sehingga diharapkan modul yang disusun dapat diterapkan dalam lingkungan Fakultas Seni dan Desain secara khusus, dan Perguruan Tinggi Seni di Seluruh Indonesia secara umum.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRPM) Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia atas seluruh biaya penelitian. Terima kasih kepada Rektor UNM dan Ketua Lembaga Penelitian UNM atas dukungan dan kemudahan yang diberikan. Tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada seluruh tim peneliti, termasuk para responden di lapangan, dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang turut membantu kelancaran penelitian, namun belum sempat disebutkan satu persatu.

PUSTAKA

[1] Artiningsih, dkk. 2010, Analisis Potensi Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat di Wilayah Kota Semarang Dalam Pengembangan Industri Kreatif, Jurnal Riptek, Vol.4, No. II, Tahun 2010, Hal.:11-19

[2] Boedhihartono. (1990). "*Pembinaan Informal Kemampuan Penguasaan Bahasa Grafik sebagai Penunjang Kreativitas*". 20 Januari, Jakarta: PPIA. H. 1.

[3] Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015*

[4] Feldman, Edmund Burke, 1967, *Art as Image and Idea*, New Jersey, Prentice Hall, Inc.

[5] Kemenparekraf, 2014, Ekonomi Kreatif: Kekuatan baru Indonesia Menuju 2025, Rencana Aksi Jangka menengah 2015-2019, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Jakarta

[6] Kemendikbud. 2012. *Panduan Program Mahasiswa Wirausaha*. Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi

[7] Koentjaraningrat, 1993, *Masalah Kesukubangsaan dan Integrasi Nasional*, Jakarta: UI Press.

[8] _____, 1990, *Pengantar Ilmu Antropologi*, PT. Aneka Cipta, Jakarta.

[9] Miles, M.B. dan Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, (Penerjemah: Tjetjep Rohendi Rohidi), Jakarta: (UI-PRESS)

[10] Mopangga, Herwin, 2014, Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo, Jurnal Trikonomika, Volume 13, No. 1, Juni 2014, Hal. 78-90.

[11] Parker, DeWitt H, 1964, *The Principles of Aesthetics, Second Edition*, New York: Appleton Century Crofts Inc.

[12] Read, Herbert, 2000, *Seni: Arti dan Problematikanya*, (terjemahan Soedarso SP.), Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

[13] Rothberg, Robert, 1990, *Corporate Strategy and Product Innovation*, London: The Free Press.

[14] Setyawati, E.C.N, dkk, 2013, Karakteristik Kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha, Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 1, Maret 2013.

[15] Sumardjo, Jakob, 2000, *Filsafat Seni*, Bandung: Penerbit Institut Teknologi Bandung.

[16] Soedarso, SP. 2000, "Revitalisasi Seni Rakyat dan Usaha Memasukkannya kedalam Seni Rupa Kontemporer Indonesia."*Makalah pada Temu Seni Rupa Fort Rotterdam 2000, dalam Pinisi edisi KhususRevitalisasi Seni Rupa Tradisional*, Jurnal Pendidikan Bahasa dan Seni. Vol. 6 No. 2, Makassar, FBS UNM, tahun2000.

[17] Sutopo, H.B., 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

[18] United Nations. 2008. *Creative Economy Report: The Challenge of Assessing the Creative Economy towards Informed Policy-Making*.

[19] Widagdo, 1993, "Desain Teori dan Praktek" *Makalah Disampaikan pada Dies Natalis ke-34, Intitut Teknologi Bandung*.

[20] _____, 1999, "Pengembangan Desain Bagi Peningkatan Kria"*Makalah Seminar Konperensi Tahun Kria dan Rekayasa ITB*, Bandung.

[21] _____, 2005. *Desain dan Kebudayaan*. Bandung: Penerbit ITB.

[22] Wiyancoko, Duddy, 2000, Dimensi Kebudayaan Dalam Desain, *Orasi Ilmiah pada Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi Bandung, 18 Agustus 2000 di Sasana Budaya Ganesa*, Bandung 2000.

[23] Wu, S. & Wu, L. 2008. The Impact of Higher Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4): 752–774.