

DESIGN THINKING ON SUSTAINABLE BUSINESS MODEL AT JATINANGOR EDUCATION AREA IN THE ASEAN ECONOMIC COMMUNITY ERA

Zaenal Muttaqin¹ dan Deasy Silvy Sari²

¹*Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran;*

²*Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran*

Email : ¹zaenal.muttaqin@unpad.ac.id; ²deasy.silvy@unpad.ac.id

ABSTRACT

Jatinangor is designed to be a strategic education in West Java Province. In its development, Jatinangor become a business center with a diversity of entrepreneurial types, which is primarily intended for the provision of facilities and infrastructure of students in order to support their education process. Uniquely, business aspects that are not directly connected with the education also took part in developing, ranging from culinary, online games, pulses, and even travel. This development shows a transformation in the education area. The ongoing transformation needs to be constructed on facing free competition in the Southeast Asian regional market, namely ASEAN Economic Community (AEC). This paper is an research outcome that used qualitative methods by emphasizing observations on pentahelix stakeholders in Jatinangor through continuous interactive discussions. The findings shows Jatinangor Education Area has great potential to be developed in a transformative way from a region that has potential business education to creative business, then tourism business area based on education and culture. This can be achieved by continuing education to build the mindset and collaboration among various stakeholders in Jatinangor.

Keywords : Design thinking, transformation, sustainable business, AEC

DESIGN THINKING MODEL BISNIS BERKELANJUTAN PADA KAWASAN PENDIDIKAN JATINANGOR DALAM ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

ABSTRAK

Jatinangor didesain menjadi kawasan pendidikan strategis di Provinsi Jawa Barat. Dalam perkembangannya, kawasan ini menjadi sentra bisnis dengan keragaman jenis wirausaha, yang utamanya, ditujukan bagi penyediaan sarana dan prasarana mahasiswa dalam rangka menunjang proses pendidikan. Unikny, aspek bisnis yang tidak terhubung secara langsung dengan pendidikan ikut pula berkembang, mulai dari kuliner, game online, pulsa, bahkan travel. Perkembangan ini memperlihatkan adanya transformasi di kawasan pendidikan. Transformasi yang berlangsung perlu dikonstruksi guna menghadapi persaingan bebas dalam pasar regional Asia Tenggara, yakni integrasi ekonomi Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tulisan ini merupakan luaran riset yang menggunakan metode kualitatif dengan menekankan observasi pada para pemangku kepentingan pentahelix di Jatinangor melalui diskusi interaktif secara kontinu. Temuan riset ini menunjukkan bahwa Kawasan Pendidikan Jatinangor memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara transformatif dari kawasan yang memiliki potensi bisnis pendidikan ke bisnis kreatif, hingga kawasan bisnis pariwisata berbasis pendidikan dan budaya. Untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan upaya edukasi terus-menerus guna membangun pola pikir dan kolaborasi antar berbagai pemangku kepentingan yang ada di kawasan pendidikan Jatinangor.

Kata kunci : Design thinking, transformasi, bisnis berkelanjutan, MEA

PENDAHULUAN

Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN di Cebu tahun 2007 menyatakan bahwa Komunitas ASEAN (*ASEAN Community*) yang awalnya akan diberlakukan pada tahun 2020 dipercepat pelaksanaannya menjadi tahun 2015, tepatnya 31 Desember 2015. Dengan berlakunya kesepakatan ini, otomatis tiga pilar Komunitas ASEAN, yakni *ASEAN Political Security Community* (APSC), *ASEAN Economic Community* (AEC atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan Masyarakat Ekonomi ASEAN, MEA) dan *ASEAN Socio Cultural Community* akan berlaku juga pada tahun yang sama.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadikan negara-negara anggota ASEAN sebagai pasar tunggal dengan daya saing ekonomi tinggi dimana barang, jasa, investasi, tenaga kerja terdidik dan aliran modal yang lebih bebas. Tujuan dari MEA adalah menciptakan pasar tunggal dan basis produksi yang stabil, dan daya saing serta integrasi dengan regulasi, efektif untuk perdagangan dan investasi yangmana terdapat kebebasan aliran pelaku usaha dan tenaga kerja serta arus bebas barang, jasa, investasi dan juga modal (Wangke, 2014: 2).

Jatinangor merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Sumedang. Jatinangor merupakan salah satu blok perkebunan di gunung Manglayang yang kemudian berkembang menjadi kawasan strategis pendidikan di Jawa Barat. Beberapa perguruan tinggi yang berada di kawasan ini, di antaranya Universitas Padjadjaran (Unpad), Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN), Institut Koperasi Indonesia (Ikopin) dan Institut Teknologi Bandung (ITB) Jatinangor (dulunya Universitas Winaya Mukti atau Unwim). Beberapa perusahaan atau industri skala besar juga terdapat di kawasan ini, seperti: Kahatex di desa Cintamulya dan Cisempur, Polypin Canggih di desa Cipacing, Insan Sandang di Desa Mekargalih, dan Wiska di desa Cipacing (Amalia, 2014: 1).

Sebagai ekses dari pesatnya perkembangan Jatinangor sebagai kawasan strategis pendidikan, terjadi perubahan signifikan dari infrastruktur Jatinangor guna mendukung fasilitas keberadaan mahasiswa-mahasiswa di Jatinangor. Usaha rumah kos, apartemen, usaha kuliner, komputer, otomotif, toko buku, marak di kawasan ini. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis industri rumahan yang sudah dilakukan oleh penduduk Jatinangor secara turun temurun masih bisa bertahan dalam pesatnya pertumbuhan usaha yang dilakukan oleh para pendatang. Kondisi persaingan penduduk asli Jatinangor dengan para pendatang yang ikut serta berwirausaha di kawasan ini menjadi hal yang biasa berlangsung di kalangan masyarakat Jatinangor. Kondisi ini tidak lepas dari adanya aktivitas pendidikan yang secara terus menerus berlangsung di kawasan Jatinangor. Dalam perspektif strategi bisnis berkelanjutan, kawasan Jatinangor memiliki keunggulan kompetitif dalam produk intelektual. Di berbagai kota atau kawasan yang pembangunannya berbasis kreativitas, seperti Yogyakarta dan Malang produk intelektual yang dihasilkan dari aktivitas pendidikan terutama perguruan tinggi menjadi modal utamanya. Transformasi produk Intelektual menjadi produk kreatif dan bahkan didesain menjadi produk yang memiliki daya tarik wisata, seperti yang ada di Yogyakarta inilah menjadi fokus riset yang akan dijalankan. *Design Thinking* sebagai sebuah *frameworks* yang sesuai dengan karakteristik transformasi, di mana adanya tahapan inspirasi, pembentukan ide dan implementasi yang satu sama lain saling membangun dan memperkuat akan diambil sebagai pendekatan penelitian ini.

Secara personal, penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan kawasan pendidikan Jatinangor sebagai sentra bisnis yang berkelanjutan sesuai dengan ketertarikan kajian (*area of interest*) peneliti pertama sebagai dosen di Administrasi Bisnis Unpad serta menelaah relevansinya dengan seting kondisi Masyarakat Ekonomi ASEAN ke

depannya sebagai ketertarikan kajian (*area of interest*) peneliti kedua mengenai kajian regional di Asia Tenggara.

Secara praktis, penelitian ini bertujuan untuk membuat prototipe dari model transformasi bisnis berkelanjutan di Jatinangor dalam era Masyarakat Ekonomi ASEAN yang dapat dipergunakan oleh pemerintah Kecamatan Jatinangor, para wirausahawan di Jatinangor, Komunitas yang peduli dengan pengembangan pembangunan di kawasan Jatinangor, dan para akademisi.

Tujuan jangka panjang dari penelitian ini adalah eksistensi kekuatan bisnis di Jatinangor yang sifatnya berkelanjutan (*sustainable*) sehingga mampu bersaing dalam pasar MEA. Target khusus dari penelitian ini adalah lahirnya model bisnis berkelanjutan di Jatinangor sebagai sentra bisnis di kawasan pendidikan.

TINJAUAN PUSTAKA

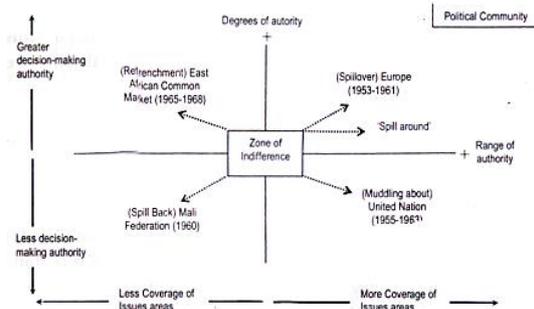
Integrasi Regional

Dalam Studi Hubungan Internasional, dikenal konsep integrasi internasional, yakni sebuah proses dimana aktor-aktor politik dari berbagai negara diminta mengarahkan loyalitas, harapan dan kegiatan politik mereka ke institusi pusat baru dan lebih besar; yang lembaga-lembaganya memiliki atau mengambil alih yurisdiksi yang semula berada di tangan negara bangsa (Haas dalam Suparman, 2010: 102). Konsep integrasi internasional tersebut, akan peneliti gunakan guna menelaah Masyarakat Ekonomi ASEAN sebagai *setting* dari penelitian ini dalam melihat proses integrasi ekonomi di antara negara-negara anggota ASEAN yang memayungi kegiatan pasar bebas di dalamnya. Level regional menjadi fokus dalam mengaji integrasi ini sehingga fokus penelitian akan diarahkan pada integrasi regional yang berlangsung. Integrasi regional adalah serangkaian fenomena dari sistem teritori yang meningkatkan interaksi antar

komponen-komponen dan menciptakan bentuk organisasi baru, dalam sebuah proses dimana unit-unit yang terpisah kemudian bergabung menjadi satu kesatuan yang lengkap atau sebagian. Integrasi pada level negara mengarah pada proses melemahnya batas-batas internal suatu negara berdaulat dan meningkatnya batas-batas eksternal yang baru. Proses integrasi regional, terutama setelah Perang Dunia II, didorong oleh kegiatan perdagangan dan ekonomi yang dilihat sebagai proses multidimensi. Kompleksitas proses yang berlangsung dalam integrasi, paling mudah, ditinjau dari aspek kerjasama yang dilakukan negara tersebut dalam struktur-struktur institusional (Lombaerde & Langenhove, 2005: 1-5).

Tujuan integrasi adalah memaksimalkan potensi ekonomi, memaksimalkan potensi politik, dan keinginan untuk meredakan setiap potensi konflik antarnegara yang saling bertentangan. Kondisi-kondisi yang mendorong integrasi, meliputi, *pertama*, asimiliasi sosial berupa toleransi perbedaan budaya, identitas bersama atas tujuan-tujuan kebijakan luar negeri. Dan kedekatan hubungan antar pemerintah dan antarbangsa secara umum; *kedua*, kesamaan nilai, terutama di antara elite yang akan memengaruhi masalah perencanaan, pelaksanaan, pembuatan keputusan dan sebagainya; *ketiga*, keuntungan yang akan diperoleh para anggotanya; *keempat*, kedekatan hubungan di masa lampau; *kelima*, pandangan akan pentingnya integrasi itu sendiri; *keenam*, ekspektasi pertimbangan biaya; dan *terakhir*, pengaruh-pengaruh eksternal yang menjadi katalisator tumbuhnya integrasi. (Suparman, 2010: 126-128). Integrasi bersifat dinamis, kadang integrasi itu menguat, kadang juga melemah. Sedikitnya, terdapat lima bentuk perubahan dalam sebuah institusi pusat terkait integrasi yakni: *spillover* (meningkatnya derajat otoritas dan ruang lingkup kegiatan institusi), *spill around* (meningkatnya derajat otoritas dengan ruang lingkup kegiatan institusi yang stagnan), *muddling about* (berkurangnya derajat

otoritas dengan bertambahnya ruang lingkup kegiatan institusi), *spill back* (berkurangnya derajat otoritas dan ruang lingkup kegiatan institusi), dan *retrenchment* (meningkatnya derajat otoritas dengan berkurangnya ruang lingkup kegiatan institusi). Gambaran dari perubahan tersebut terlihat dalam gambar di bawah ini:



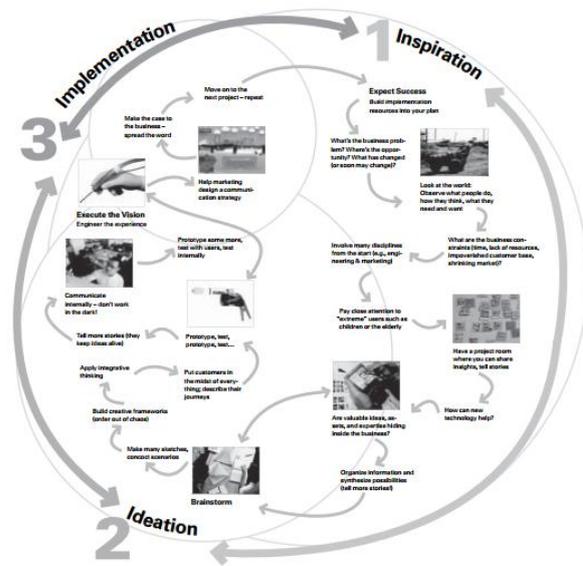
Gambar 1. Perubahan Integrasi dalam Institusi (Suparman, 2010: 105)

Design Thinking

Design Thinking merupakan sebuah disiplin yang menggunakan sensibilitas desainer dan metode untuk mencocokkan kebutuhan masyarakat dengan apa yang secara teknologi layak dan apa yang layak menurut strategi bisnis dapat diubah menjadi nilai pelanggan dan peluang pasar (Brown, 2013: 2). Terdapat tiga proses dalam *Design thinking*, yakni:

1. Inspirasi, yakni kondisi-kondisi sekitar yang memotivasi untuk mencari solusi;
2. Ideasi, yakni proses menghasilkan, mengembangkan dan menguji ide yang mengarah pada solusi; dan
3. Implementasi, yakni merencanakan hasil solusi itu ke pasar.

Gambaran proses *design thinking* tersebut, terlihat dalam gambar di bawah ini (Brown, 2013: 5):



Gambar .2. Proses *Design Thinking* (Brown, 2013: 5)

Transformasi Bisnis Berkelanjutan

Bisnis berkelanjutan merupakan upaya untuk menciptakan nilai pemegang saham jangka panjang dengan merangkul peluang dan mengelola risiko yang dihasilkan dari organisasi ekonomi, lingkungan, dan sosial tanggung jawab. Bisnis berkelanjutan harus memenuhi kebutuhan organisasi dan *stakeholder*, serta melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan sumber daya lingkungan, sosial, dan ekonomi yang diperlukan untuk masa depan (Pojasek, 2007: 81).

Bisnis berkelanjutan merupakan sarana untuk mencapai visi dan misi organisasi sebagai penerapan pengetahuan, keterampilan, peralatan, dan teknik untuk kegiatan, produk, dan jasa organisasi guna mencapai hal-hal berikut (Pojasek, 2007: 82):

1. Memberikan konteks di mana organisasi membahas kegiatan, produk, dan jasa.
2. Mengidentifikasi tujuan kritis dan sasaran (berasal dari visi organisasi dan misi) yang harus dicapai.
3. Menghapus hambatan atau gangguan yang bisa menghalangi tercapainya tujuan organisasi dan sasaran.

4. Membiarkan organisasi untuk memahami hasil kemungkinan kontrol dan lainnya strategi mitigasi untuk menangani hambatan atau interupsi.
5. Membiarkan organisasi untuk memahami bagaimana hal itu dapat terus mencapai yang kritis tujuan dan sasaran harus interupsi terjadi.
6. Membuat kriteria dan/atau memicu untuk melaksanakan krisis dan tanggap darurat, respon kontinuitas, dan prosedur respon pemulihan.
7. Memastikan bahwa staf dan manajemen memahami peran dan tanggung jawab mereka baik selama operasi normal dan ketika gangguan besar dapat terjadi.
8. Memastikan bahwa ada pemahaman yang jelas seluruh organisasi apa akuntabilitas dan tanggung jawab berada di tempat ketika ada keadaan darurat atau masalah stakeholder utama, dan memastikan bahwa pemahaman ini tetap saat ini.
9. Membangun konsensus dan komitmen untuk persyaratan, pelaksanaan, dan penyebaran keberlanjutan bisnis dan kontinuitas, yang terintegrasi sebagai bagian cara rutin organisasi menjalankan bisnisnya.

Prinsip-prinsip Bisnis berkelanjutan meliputi (Pojasek, 2007: 86):

1. Kepemimpinan - Memimpin dengan contoh, memberikan arah yang jelas, membangun organisasi keselarasan, dan fokus pada pencapaian berkelanjutan tujuan.
2. Stakeholders - Memahami apa nilai stakeholder Anda, sekarang dan di masa depan, dan menggunakan pengetahuan ini untuk mendorong organisasi desain, strategi, produk, dan jasa.
3. Sistem Berpikir - Terus meningkatkan bisnis dan sistem operasional.
4. Orang - Mengembangkan dan kemampuan nilai masyarakat. Melepaskan keterampilan mereka, akal, dan kreativitas untuk mengubah dan memperbaiki organisasi.
5. *Continuous Improvement* - Mengembangkan kelincahan, kemampuan beradaptasi, dan responsif berdasarkan budaya perbaikan terus-menerus, inovasi, dan pembelajaran.

6. Informasi dan Pengetahuan - Meningkatkan kinerja dengan menggunakan data, informasi, dan pengetahuan untuk memahami variabilitas dan meningkatkan strategis dan operasional pengambilan keputusan.
7. Bisnis Tanggung Jawab - Berperilaku dalam etis, sosial, finansial, dan cara yang ramah lingkungan.
8. Hasil Berkelanjutan - Fokus pada hasil yang berkelanjutan, nilai, dan hasil.

Fokus dalam Bisnis Berkelanjutan terlihat dalam Gambar di bawah ini (Pojasek, 2007: 88):



Gambar 3. Tahapan Fokus Bisnis Berkelanjutan (Pojasek, 2007: 88)

METODE PENELITIAN

Jenis Riset

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan bahwa membuat model bisnis berkelanjutan dengan pendekatan *design thinking* membutuhkan kajian yang mendalam dalam memahami perkembangan bisnis di Jatinangor yang sejatinya kawasan ini didesain sebagai kawasan pendidikan pada awalnya. Mendesain model bisnis berkelanjutan di Jatinangor membutuhkan inspirasi dari beberapa kota pendidikan yang telah berkembang menjadi sentra bisnis, seperti Jogjakarta, Pekalongan, Malang, kota-kota ini terkenal sebagai kota pendidikan dan tujuan wisata. Tahapan selanjutnya adalah proses ideasi, yakni melakukan pemodelan dari hasil observasi.

Model yang dihasilkan akan disosialisasikan untuk kemungkinan implementasinya di Jatinangor.

Data, Teknik Pengumpulan dan Sumber Data

Tim Peneliti mengumpulkan data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui proses observasi dan diskusi FGD. Adapun instrumen penelitian ini adalah tim peneliti sendiri dengan bantuan instrumen berupa pedoman wawancara serta beberapa peralatan teknis lainnya seperti alat perekam, kamera, dan catatan lapangan. Sedangkan data sekunder mengacu pada berbagai bentuk laporan penelitian, dokumen, arsip, atau dokumentasi visual lainnya.

Observasi ke Malang, Pekalongan, dan Jogjakarta dengan mengunjungi tempat-tempat seperti museum, kampus dan tempat-tempat wisata bertujuan untuk mempelajari ragam wisata yang ditawarkan, dan terutama bagaimana membangun dan mengelolanya. Laporan reportase observasi ini menjadi inspirasi dalam menyusun ide membangun design thinking model bisnis berkelanjutan di Jatinangor.

Pemilihan Sampel

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposeful sampling* dan *snowball* yang dilakukan hingga data bersifat jenuh, baik terhadap kota yang dijadikan sampel observasi maupun terhadap informan. Dalam proses pengumpulan data primer, pertama-tama, tim riset mewawancarai informan. Selanjutnya, untuk menjaga konsistensi jawaban informan serta membangun argumentasi agar informan dapat berbagi pengetahuan dan pengalaman, tim riset mengundang para informan untuk mengikuti kegiatan FGD.

Validitas Data

Guna menjaga keshahihan dalam pengambilan simpulan, tim riset melakukan metode triangulasi, baik triangulasi sumber data

maupun metode. Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara menggunakan berbagai sumber data yang tersedia baik sumber data primer maupun sekunder yang kemudian disandingkan dan pilih data yang dianggap shahih untuk digunakan dalam riset ini. Sementara triangulasi metode dalam riset ini dilakukan dengan mencocokkan antara data yang diperoleh melalui metode wawancara dengan metode studi literatur.

Analisis Data

Analisis data lapangan dilakukan baik selama dan setelah proses pengumpulan data dilakukan. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian direduksi melalui tahap seleksi data untuk memisahkan mana data yang relevan dan data yang tidak relevan, juga mengeliminir pengulangan data. Proses selanjutnya adalah klasifikasi data berdasarkan tema yang disesuaikan dengan arahan teoritis pada tinjauan konseptual. Proses selanjutnya adalah interpretasi validitas dengan mencocokkan kesesuaian data yang satu dengan data yang lainnya. Simpulan dalam penelitian ini merupakan simpulan peneliti atas data-data yang berhasil dikumpulkan, sebagaimana metode pengambilan simpulan dalam penelitian deduktif. Guna menjaga validitas data, peneliti akan melakukan metode triangulasi, baik triangulasi terkait sumber data, urutan waktu, maupun dalam teknik pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

***Design Thinking* Model Transformasi Bisnis Berkelanjutan pada kawasan Pendidikan Jatinangor di Era MEA**

Pemaparan hasil dan pembahasan dalam tulisan ini menggunakan pola transformasi *Design Thinking* dari Tim Brown, yaitu Inspirasi, Ideasi, dan Implementasi, sebagai berikut:

Inspirasi dari Malang

Didukung dengan udara sejuk kota Malang dengan suasana ramah khas Jawa Timur menambah kesan nyaman bagi para wisatawan. Terkenal sebagai kota pendidikan dan kota wisata, Malang didesain rapi oleh pemerintah baik bagi para wisatawan dan para pelajar. Jalan-jalan kota di Malang dibuat sangat lebar. Di pusat kota terdapat sebuah alun-alun yang cukup luas yang biasanya digunakan oleh masyarakat sekitar untuk bersantai, jalan-jalan, dan berkumpul dengan keluarga atau teman. Angkutan kota (angkot) pun menjadi alat transportasi kota di Malang. Menariknya jumlah angkot di Malang sangat sedikit, namun trayeknya jauh-jauh.

Kota Malang berkembang dengan cepat, label sebagai kota wisata dan kota pendidikan juga mendorong pesatnya pertumbuhan ekonomi bisnis di Kota Malang. Sentra bisnis lokal dan asing berjamur di mana-mana. Mulai dari Sentra oleh-oleh khas Malang, mall, rumah makan, perhotelan, kos-kosan, bisnis makanan, dan bisnis jasa yang mendukung kota wisata dan pendidikan ini.

Di kota pendidikan Malang ini terdapat beberapa perguruan tinggi ternama dan unggul seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim, Universitas Gajayana Malang, Universitas Islam Malang, Universitas Tribuana Tungga Dewi Malang, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Malang, Politeknik Kesehatan Masyarakat Malang, dan masih banyak lagi. Dengan jumlah perguruan tinggi negeri dan swasta yang begitu banyak di Kota Malang, mendorong bisnis kos-kosan, rumah makan, mall, apartemen, hotel untuk memenuhi kebutuhan para pelajar. Menariknya kawasan pendidikan Malang ini ditata begitu rapi dan bersih. Sanitasi baik dan pengelolaan sampah yang tertib.

Kota Wisata dan Pendidikan ini memiliki fasilitas lengkap mulai dari Rumah Sakit yang dimiliki oleh beberapa perguruan tinggi yakni

Universitas Brawijaya Malang, Universitas Muhammadiyah Malang dan Universitas Islam Malang menandai kawasan pendidikan ini bertransformasi menjadi kawasan yang lengkap. Perkembangan kawasan Malang ini didukung oleh berbagai sektor mulai dari pemerintah, swasta, masyarakat. Karakteristik penduduk kota Malang yang cukup disiplin, membuat kawasan kota Malang sangat nyaman karena kebersihannya. Hiruk pikuk yang ramai dan tertib lalu lintas di sore hari di alun-alun kota Malang. Ditambah pluralitas masyarakat Malang, baik Muslim, Keturunan Tionghoa yang tinggal di daerah pecinan, Kristen, dll. Apalagi para pendatang yang berasal dari berbagai daerah menambah kemajemukan masyarakatnya.

Di lihat dari aspek spasial, kota Malang topografinya dataran tinggi dan dikelilingi oleh Pegunungan dan hampir sama karakteristiknya seperti kota Bandung yang berada di patahan Lembang. Pembangunan di Kota Malang diarahkan secara vertikal karena kota ini cukup padat penduduk. Pemerintah membangun berbagai ruang publik seperti Alun-alun, taman, perpustakaan kota yang bisa digunakan oleh masyarakat kota Malang untuk berkumpul dan mengembangkan dirinya.

Salah satu informan penjaga hotel Melati di kota Malang, menurutnya bahwa harga untuk hotel melati di Kota Malang persaingannya sama. Hotel-hotel melati kerjasama dengan agen *e-commerce* seperti traveloka, booking.com, airy room, vagoda, dll. Mereka pun biasanya bekerjasama dengan agen-agen penyewaan kendaraan bermotor yang disewakan untuk para penginap yang ingin berjalan-jalan keliling kota Malang.

Usaha pemerintah Kota Malang untuk menarik para wisatawan berkunjung ke kota Malang yakni dengan mengecat seluruh rumah di sebuah kampung dengan warna-warni yang mencolok. Rumah-rumah itu dicat seluruhnya mulai dari dinding, atap, genteng, dll. Kampung ini pun menjadi terkenal dan menarik para

wisatawan untuk berkunjung. Kampung warna-warni ini terletak di antara dua lembah dan dialiri air sungai besar di Jodipan Malang. Sehingga orang-orang bisa melihatnya dari atas jalan.

Inspirasi dari Yogyakarta

Kawasan Malioboro dan Pasar Beringhardjo merupakan pusat perbelanjaan masyarakat lokal dan para wisatawan. Kedua kawasan ini menjadi sangat terkenal karena letaknya yang strategis di tengah-tengah kota Yogyakarta dekat dengan Keraton, Alun-alun utara, Masjid Gede, dan area lainnya serta menjadi pusat belanja serba ada. Sejak tahun 2016, pemerintah daerah Yogyakarta merenovasi kawasan Jalan Malioboro yang awalnya sangat padat dengan parkir kendaraan bermotor, andhong, becak serta para pengunjung, kini sudah ditata ulang. Parkiran Malioboro dijadikan pedestrian untuk para pejalan kaki dan wisatawan. Para pemilik toko di jalan Malioboro harus memiliki lahan parkir sendiri. Dilarang parkir di area jalan Malioboro karena kawasan ini rawan macet. Parkiran untuk para turis dialihkan ke terminal Ngabean.

Para wisatawan yang berkunjung di jalan Malioboro dan Pasar Beringhardjo kini sudah bisa leluasa berjalan kaki di sepanjang trotoar di jalan Malioboro. Awalnya para wisatawan sulit sekali untuk bebas berjalan-jalan atau sekadar duduk santai di jalanan Malioboro karena penuh sesak dengan parkir motor dan pedagang kaki lima. Jika sekilas jalanan Malioboro mirip dengan jalan Braga di Bandung namun lebih luas. Lebarnya sekitar 7 meter lengkap dengan kursi-kursi taman yang disediakan bagi para wisatawan di pinggiran trotoar untuk menikmati suasana kota Yogyakarta.

Seperti pasar lainnya, Pasar Beringhardjo selain menjadi pusat perbelanjaan bagi penduduk lokal, namun juga menjadi pusat oleh-oleh khas Jogja dengan harga pasar (murah). Peraturan pemerintah Yogyakarta mengenai standar harga makanan, minuman sangat dibatasi. Pemerintah Yogyakarta

membuat peraturan bahwa harga makanan dan minuman di Yogya harus manusiawi dan wajar. Setiap kedai, toko, restoran atau rumah makan di Yogyakarta yang memasang harga makanan, minuman, yang tidak sesuai dengan harga pasar (mahal) maka akan dikenakan sanksi larangan untuk berjualan selama 2 minggu berturut-turut.

Seperti kasus yang kami temui di lapangan, ada lapak (kedai) yang menjual nasi goreng. Seorang pembeli kemudian melaporkan kepada pemerintah Yogya bahwa satu porsi nasi gorengnya dibandrol Rp. 40.000. Kemudian pemerintah daerah langsung memberikan peringatan dan larangan untuk tidak berjualan selama 2 minggu penuh sebagai bentuk sanksi. Hal ini perlu ditiru oleh pemerintah daerah lainnya agar memerhatikan tarif makanan dan minuman yang dijual oleh para pedagang di daerahnya, agar tidak mengecewakan pembeli (turis/wisatawan), dan tidak terjadi kecurangan-kecurangan yang kemungkinan dilakukan oleh para pelaku usaha.

Inspirasi dari Pekalongan

Ruas-ruas jalan di kota Pekalongan sangat lebar-lebar, lalu lintas sangat lancar. Transportasi umum di sini hanya becak dan angkot. Itu pun sangat jarang. Belum ada layanan ojek atau mobil *online*. Terkenal sebagai kota batik, Pekalongan membranding kotanya sebagai kota batik dengan membangun monumen batik, museum batik dan kampung batik.

Museum Batik dibangun pada tahun 2006, pada awalnya museum ini bekas bangunan kantor pemerintahan zaman Belanda. Di dalam museum sendiri terdapat 4 ruangan pameran. Di ruangan pertama khusus untuk memamerkan batik-batik yang berasal dari Pekalongan. Batik-batik Pekalongan memiliki ciri khas corak pesisir dengan ragam warna yang cerah. Terdapat beragam corak dengan pengaruh-pengaruh mancanegara, seperti Batik Cina, Batik Jepang, Batik Belanda, dan Batik Arab yang tentunya masih memiliki ciri khas Pekalongan.

Di ruangan kedua memamerkan ragam batik dari berbagai daerah di Jawa. Kemudian di ruangan ketiga memamerkan beragam batik dari seluruh daerah di Indonesia. Di ruangan keempat yakni tempat untuk latihan membatik dengan malam. Para peserta diberikan selembar kain, selanjutnya disilakan untuk membuat motif sederhana dan kemudian ditutupi dengan malam yang sudah dilarutkan dalam wajan panas. Masing-masing peserta bisa membawa kain motif batiknya sendiri sebagai kenang-kenangan. Di ruangan selanjutnya terdapat tempat khusus praktek membatik dengan teknik cap.

Perjalanan selanjutnya yakni menuju alun-alun kota Pekalongan. Seperti biasa, alun-alun dipenuhi oleh pedagang kaki lima yang menjajakan daganan baik makanan dan pakaian. Alun-alun kota Pekalongan cukup luas dan bersih. Tidak lengkap jika ke Pekalongan tidak singgah di kampung batik Kauman. Kampung ini dijuluki sebagai kampung batik karena hampir seluruh penduduknya adalah pengrajin batik tulis dan batik cap. Kebanyakan batik yang ada di Pekalongan dihasilkan oleh kampung batik. Setiap rumah di kampung batik memproduksi batik dengan brand (label/merek) mereka sendiri.

Salah satu rumah produksi batik yang paling besar dan terkenal yakni Rumah Batik Mas. Rumah produksi batik ini sudah dikunjungi orang-orang terkenal, mulai dari mantan presiden Susilo Bambang Yudhono dan Wakil Presiden Jusuf Kalla, juga para selebriti Indonesia. Rumah Batik Mas ini semacam rumah toko yang menjajakan pakaian batik mulai dari anak-anak hingga dewasa, juga menjajakan kain batik. Dua macam batik yang dijual yakni batik tulis dan batik cap. Untuk pakaian batik sendiri berkisar dari harga Rp. 75.000 hingga 1.000.000 rupiah. Untuk kain batik cap dihargai 150.000 hingga 300.000. Untuk batik tulis per kain dihargai Rp. 400.000 hingga jutaan rupiah. Selain menjual pakaian dan kain, juga pernah-berjualan batik yang diproduksi sendiri. Serta aneka makanan khas

pekalongan seperti kerupuk tenggiri, sale pisang pekalongan dan lain-lain.

Ideasi Bisnis Berkelanjutan pada Kawasan Pendidikan Jatinangor di Era MEA

Berdasarkan Inspirasi dari beberapa kota dalam mendesain kawasannya sehingga memiliki aktifitas bisnis yang keratif dan inovatif, maka penulis mendesain model transformasi bisnis berkelanjutan untuk kawasan pendidikan Jatinangor dalam menghadapi MEA melalui pengembangan dua hal utama dalam suatu aktifitas berkelanjutan, yaitu pola pikir dan kolaborasi.

MEA memiliki banyak tantangan, persaingan yang ketat, kebutuhan sumberdaya yang meningkat, serta daya kreasi dan inovasi yang semakin penting posisinya dalam persaingan bisnis. Hal tersebut menjadi tantangan bagi kawasan-kawasan yang ada di Indonesia, salah satunya kawasan pendidikan Jatinangor untuk mempersiapkan diri sedini mungkin. Untuk menjawab tantangan tersebut bisa dimulai dengan adanya perubahan mindset, yaitu mengubah berpikir bersaing dengan berpikir kolaborasi. Dengan cara berkolaborasi inilah setiap kekurangan dan kelebihan akan menyatu menjadi kekuatan sehingga setiap negara yang ada baik itu yang ekonominya lemah maupun yang kuat dalam entitas MEA akan tumbuh menjadi kekuatan ekonomi kawasan.

Transformasi pemikiran dalam menghadapi MEA sangat penting dimiliki oleh setiap aktor dalam MEA, baik aktor negara, komunitas, masyarakat, awak media, maupun individu-individu termasuk di dalamnya para wirausahawan lokal tiap negara. Berkaitan dengan wirausahawan lokal di Indonesia umumnya dan Jatinangor pada khususnya transformasi pemikiran sangat penting untuk membangun keunggulan dan daya saing yang saling memakmurkan satu sama lain sehingga aktivitas bisnis terus tumbuh secara berkelanjutan.

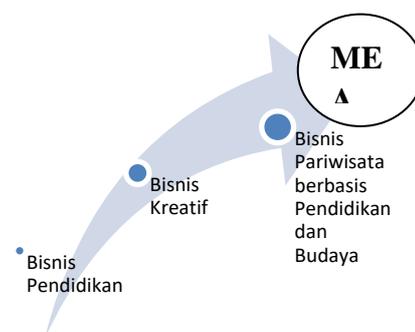
Untuk membangun bisnis berkelanjutan di Era MEA, wirausahawan lokal Jatinangor hendaklah mentransformasi karakter bisnisnya ke dalam tiga bentuk bisnis: Pertama, Bisnis Pendidikan. Jatinangor yang telah ditetapkan sebagai kawasan strategis nasional dan kawasan strategis pendidikan memiliki daya tarik bagi banyak orang untuk datang dan menimba ilmu di berbagai perguruan tinggi yang ada di Jatinangor, seperti; Unpad, ITB, IPDN, IKOPIN dan berbagai lembaga pendidikan yang tumbuh menjamur di kawasan pendidikan Jatinangor. Aktivitas pendidikan ini dalam perspektif ekonomi memiliki nilai keuntungan yang sangat besar dalam meningkatkan kemakmuran sebuah kawasan. Dalam hal ini pendidikan menjadi bisnis yang sangat strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Aktivitas dan produk dari bisnis pendidikan ini adalah dalam bentuk buku, artikel, jurnal, riset, pelatihan, konsultasi, dan munculnya banyak spin off serta startup yang berkembang menjadi entitas wirausaha yang prospektif.

Kedua, Bisnis Kreatif. Kementerian Pariwisata telah menetapkan ada 15 sektor ekonomi kreatif, antara lain; Riset dan development, arsitektur, fashion, kuliner, film, kerajinan, desain komputer, fotografi, seni pertunjukan dan lain-lain dengan pengembangan bisnisnya yang berfokus pada pengembangan sumber daya intelektual. Berkaitan sumber daya intelektual yang dibutuhkan dalam membangun bisnis kreatif tentunya tidak bisa dilepaskan dari adanya aktivitas pendidikan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa bisnis kreatif adalah kelanjutan dari bisnis pendidikan, bahkan menjadi implikasi logis dimana di suatu kawasan ada entitas pendidikan, maka di kawasan tersebut lambat laun akan memiliki karakter, produk, dan budaya kreatif. Dengan potensi tersebut maka Jatinangor menjadi kawasan yang sangat potensial untuk dikembangkan secara bisnis menjadi bisnis kreatif. Tentunya hal ini akan mendorong munculnya para wirausahawan di ke 15 sektor

ekonomi kreatif yang bisa membawa kawasan Jatinangor dapat membangun keunggulan dan daya saingnya di Era MEA.

Ketiga, Bisnis Pariwisata. Bentuk transformasi bisnis berikutnya adalah bisnis pariwisata. Agar para wirausahawan lokal Jatinangor dapat tumbuh berkembang di era MEA adalah dengan cara mengelola bisnisnya ke dalam sebuah bentuk konsep pariwisata. Keunikan atau lokalitas pada suatu kawasan dalam era global menjadi daya tarik tersendiri yang potensial untuk membawa keuntungan. Keunikan Jatinangor sebagai kawasan pendidikan dengan multiplier effect ekonominya yang sangat besar, kemudian menghasilkan aktivitas dan produk kreatif tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi banyak orang untuk datang ke kawasan Jatinangor. Motifnya bisa beragam, mulai dari menuntut ilmu, berbisnis, dan menjadi wisatawan. Bisnis pariwisata yang bisa dikembangkan di Jatinangor, antara lain: Wisata Pendidikan dan Budaya, Wisata Cagar Budaya Loji dan Jembatan Cincin, Wisata Kuliner, Wisata Kerajinan, contohnya di Desa Cipacing, Wisata Alam dengan adanya bumi perkemahan Kiara Payung dan Tracking Gunung Manglayang dan Gunung Geulis, belum lagi Jatinangor sedang dibangun sebagai Taman Budaya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi secara terpadu. Hal tersebut akan menjadi daya tarik untuk banyak orang mengunjungi Jatinangor.

Ketiga bentuk transformasi yang bisa dilakukan oleh para wirausahawan lokal bekerjasama dengan aktor-aktor kawasan lainnya dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar.4. Model Transformasi Bisnis Berkelanjutan di Jatinangor

Perubahan mindset itu bisa dalam lingkup data dan informasi, pengetahuan, kreatifitas, visi dan kebijaksanaan (kearifan). Dengan perubahan mindset dalam berbagai ruang lingkungannya tersebut diharapkan pengusaha lokal Jatinangor mampu bersaing di Era MEA ini. Kematangan pola pikir pengusaha lokal akan data dan informasi bisnis, pengetahuan bisnis, kreatifitas bisnis, visi bisnis, dan kearifan dalam berbisnis merupakan modal penting untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat dan dinamis. Diperlukan lebih dari sekedar pengetahuan bisnis, sekarang ini kebijaksanaan adalah yang menentukan dalam membangun bisnis berkelanjutan.

Mengutip apa yang disampaikan oleh Jack Ma, CEO Ali Baba Corp, bahwa: 'Sekarang ini bukan masanya persaingan ilmu pengetahuan akan tetapi masanya persaingan kebijaksanaan dan untuk memenangkannya, seseorang harus mengembangkan imajinasi, kreatifitas, dan *team works* serta memperbanyak pengalaman dengan melakukan banyak usaha'.

Apa yang disampaikan oleh Jack Ma di atas dapat menjadi inspirasi bagi pengembangan bisnis di kawasan pendidikan Jatinangor. Sebagai kawasan yang dikembangkan dengan pendidikan menjadi sokogurunya, sudah menjadi keniscayaan kalau aktifitas usaha yang dikembangkan di Jatinangor mencirikan karakter keilmuan, kreatifitas dan inovasi serta pendekatan imajinatif yang kuat. Produk usaha yang dikembangkan berbasis riset ilmiah menjadi salahsatu ciri khas dari produk usaha yang ada di Jatinangor. Dalam perspektif design thinking produk harus tercipta atas dasar kepedulian atau empati terhadap masalah yang ada dan dikerjakan dengan mengedepankan kolaborasi yang saling menguntungkan.

Implementasi Model Bisnis Berkelanjutan di Kawasan Pendidikan Jatinangor.

Dalam kerangka kerja design thinking, implementasi memerlukan waktu yang relative lama. Dalam penelitian ini implementasi yang telah dilakukan adalah dalam bentuk

sosialisasi model transformasi bisnis berkelanjutan di Jatinangor ke beberapa pemaangku kepentingan yang ada di Jatinangor, yaitu: Bappppeda kabupaten Sumedang, Kecamatan Jatinangor, Para Pelaku usaha di Jatinangor dan Kampus.

Respon yang didapat dari hasil sosialisasi tersebut sangat positif, langkah berikutnya akan diadakan FGD khusus di Bappppeda Sumedang untuk kemungkinan Model Bisnis Berkelanjutan tersebut di jadikan kebijakan dalam pengembangan bisnis ke depan di kawasan Pendidikan Jatinangor

SIMPULAN

MEA bagi Jatinangor adalah suatu peluang dan juga tantangan yang perlu dijawab dengan cara mempersiapkan diri sebaik mungkin untuk menghadapinya. Karakteristik Jatinangor sebagai kawasan pendidikan bisa dikembangkan dalam era MEA ini menjadi kawasan kreatif dan kawasan wisata berbasis pendidikan dan budaya. Berlimpahnya sumber daya manusia dengan kegiatan intelektualnya menjadi modal besar tersendiri untuk menciptakan usaha kreatif di Jatinangor. Setidaknya ada dua hal penting yang perlu dipersiapkan oleh para pengusaha local Jatinangor dalam menghadapi MEA. Pertama, Kematangan pola pikir yang meliputi; kematangan data dan informasi, kematangan pengetahuan, kematangan kreativitas, kematangan visi, dan kematangan kearifan. Kedua, kedewasaan kolaborasi yang meliputi penetapan visi, komitmen, komunikasi dan trust. Dengan dua hal tersebut para pengusaha di Jatinangor diharapkan dapat mentransformasi bisnisnya ke dalam tiga bentuk bisnis yang satu sama lain saling berkaitan, yaitu; bisnis pendidikan, bisnis kreatif dan bisnis pariwisata berbasis pendidikan dan budaya.

Salahsatu hal yang perlu diterapkan dalam bisnis berkelanjutan di Jatinangor adalah mentransformasi bisnis UMKM dari bisnis UMKM berbasis pendidikan, bisnis UMKM

berbasis kreatif, ke bisnis UMKM berbasis wisata pendidikan dan budaya. Selain pada sector UMKM transformasi bisnis berkelanjutan bisa juga diterapkan dalam berbagai jenis atau sektor bisnis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Shafiera. (2014). *Pengelolaan Kawasan Jatinangor*. Sumedang. LAN.
- Brown, T. (2013). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 1-11.
- Muttaqin, Z., & Sari, D. S. (2015). Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jatinangor dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Pojasek, R. B. (2007). A Framework for Business Sustainability. *Environmental Quality Management*, 2, 81-88.
- Suparman, N., Sudirman, A., & Sari, D. S. (2010). *Regionalisme dalam Studi Hubungan Internasional*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Ulwick, ANthony W. (1999). *BUsiness Strategy Formulation: Theory, Process, and the Intellectual Revolution*. LONDONL Quorum Books.
- Vianna, M. e. (2011). *Design Thinking: Business Innovation*. Rio de Janeiro: MJV Tecnologia Itda.
- Wangke, Humphrey. (2014). Peluang Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. *Info Singkat Hubungan Internasional*. Vol. VI, No.10/II/P3DI/Mei:5-80
- .
- Laporan Reportase Observasi Malang,3-4 Agustus 2017.
- Laporan Reportase Observasi Jogjakarta, 5-6 Agustus 2017.
- Laporan Reportase Observasi Pekalongan, 7-8 Agustus 2017.