



## CREATIVE COMMUNITY IN THE FRAMEWORK OF EMPOWERMENT AND CAPACITY BUILDING OF SOCIETY

Komunitas Kreatif Dalam Rangka Pemberdayaan Dan Peningkatan Kapasitas Masyarakat Desa

**Atika Marzaman**

Faculty Of Government Of Science, Gorontalo University  
email: [tika.marzaman@gmail.com](mailto:tika.marzaman@gmail.com)

### *Abstract*

*Village communities are in fact the spearhead of national development. The development of rural communities is an important part of the realization of the development of regional autonomy in the context of equitable development and community welfare. One of the efforts made by the government is to increase the participation of rural communities by making national programs, one of which is the empowerment program of rural communities.*

*As we know, rural communities are communities that are synonymous with poverty and lateness even though there are not a few potential possessed by rural communities. The most strategic poverty reduction efforts in the era of regional autonomy can be formulated by providing rural communities, especially those below the poverty line, to actively participate in empowerment communities. In this case a comprehensive assessment is needed of the potential of a village and the community empowerment method to be carried out. Inputs from outside that enter the empowerment process must refer fully to the needs and design of actions made by the village community itself with its community through a productive dialogue process to suit the local context. This means that the village community empowerment program is a program that places great importance on the needs of rural communities. For this reason, this study will try to study and formulate a community development model that will be a stimulant in capacity building and empowerment of rural communities.*

*Keywords: creative community, empowerment of society*

### Abstrak

Masyarakat desa pada kenyataannya merupakan ujung tombak dari pembangunan nasional. Pembangunan masyarakat pedesaan merupakan bagian penting dari perwujudan pembangunan otonomi daerah dalam rangka pemerataan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah adalah meningkatkan keikutsertaan masyarakat desa dengan membuat program-program nasional yang salah satunya adalah program pemberdayaan masyarakat desa.

Seperti yang kita ketahui, masyarakat pedesaan adalah masyarakat yang identik dengan kemiskinan dan keterletarbelakangan padahal tidak sedikit potensi yang dimiliki oleh masyarakat desa. Upaya penanggulangan kemiskinan yang paling strategis dalam era otonomi daerah dapat dirumuskan dengan memberikan masyarakat desa terutama yang berada dibawah garis kemiskinan untuk berpartisipasi aktif dalam komunitas-komunitas pemberdayaan. Dalam hal ini diperlukan pengkajian yang komprehensif mengenai potensi yang dimiliki oleh suatu desa dan metode pemberdayaan komunitas yang akan dilakukan. Input yang berasal dari luar yang masuk dalam proses pemberdayaan harus mengacu sepenuhnya pada kebutuhan dan desain aksi yang dibuat oleh masyarakat desa itu sendiri bersama komunitasnya melalui proses dialog yang produktif agar sesuai dengan konteks setempat. Artinya program pemberdayaan masyarakat desa adalah program yang sangat mementingkan kebutuhan masyarakat pedesaan. Untuk itu penelitian ini akan mencoba mengkaji dan merumuskan suatu model pengembangan komunitas yang akan menjadi stimulan dalam pengembangan kapasitas dan pemberdayaan masyarakat desa.

Kata Kunci : komunitas kreatif, pemberdayaan desa

## 1. PENDAHULUAN

Desa merupakan unsur penting dalam pembangunan nasional dimana pembangunan masyarakat desa sepatutnya menjadi prioritas pemerintah. Masyarakat desa sendiri merupakan sistem sosial yang komprehensif, artinya di dalam masyarakat desa terdapat semua bentuk pengorganisasian atau lembaga-lembaga yang diperlukan untuk kelangsungan hidup atau untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar manusia. Masyarakat desa berpartisipasi dalam proses pembangunan karena adanya kesadaran bahwa pembangunan yang diprogramkan/dilaksanakan merupakan kebutuhan. Agar masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan, maka ada tiga faktor yang secara pribadi harus dipunyai oleh setiap anggota masyarakat yaitu; kemauan, kemampuan, dan kesempatan. Untuk menumbuhkan partisipasi itu, maka prasyarat dan unsur-unsur pendukungnya haruslah benar-benar diperhatikan, terutama kemauan, kemampuan dan kesempatan masyarakat dalam berpartisipasi. Apabila ketiga faktor ini telah dipunyai oleh setiap anggota masyarakat, partisipasi yang kita harapkan akan nampak. Apabila program pelaksanaan pembangunan dapat tercapai, disitulah masyarakat akan menikmati kesejahteraan.

Menurut Azis Muslim (2007;90) Salah satu metode yang ditawarkan dalam pembangunan masyarakat desa melalui pola partisipatif adalah dengan membentuk komunitas-komunitas kreatif. Komunitas kreatif ini sendiri merupakan kumpulan anggota masyarakat yang mengorganisasi diri untuk bekerja bersama dengan mengidentifikasi kemampuan dan kapasitas masing-masing. Komunitas ini kemudian mengembangkan metode-metode kreatif dalam rangka pelibatan masyarakat dalam aktifitas ekonomi maupun dalam proses pengembangan sumber daya manusia.

Komunitas kreatif menjadi hal penting untuk memperkuat akselerasi pemberdayaan masyarakat desa. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi menjadikan pemberdayaan masyarakat sebagai salah satu poin kunci dalam mempercepat pembangunan desa. Dimana komunitas akan memiliki daya ungkit lebih kuat dibanding hanya memberi pelatihan kepada aparat desa.

Keberadaan komunitas-komunitas masyarakat desa menjadi sangat penting. Banyak ide dan gagasan kreatif akan muncul melalui komunitas desa, kemudian pelaksanaan ide itu pun akan memberi pengaruh yang jauh lebih bermutu dibanding menjalankan program sendiri-sendiri. Dalam komunitas desa ada unsur gotong royong dan kebersamaan yang kuat. Bentuk komunitas masyarakat desa sendiri bisa bermacam-macam sesuai kebutuhan desa. Misalnya, dibangun komunitas kreatif anyaman bambu, komunitas perajin kayu, batik, komunitas bengkel kreatif tukang becak dan tukang ojek, termasuk komunitas kesenian masyarakat. Dengan adanya komunitas, akan banyak ide-ide kreatif bermunculan sehingga desa akan berkembang dan terus berkembang.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi telah menyusun program unggulan yang menysasar pemberdayaan komunitas desa-pedesaan. Pendekatan ini menjadi langkah taktis dalam mempercepat kemandirian desa yang dijalankan Direktorat Jenderal Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa (Ditjen PPMDD). Termasuk, melakukan fasilitasi kepada pelaku usaha di tingkat desa dengan pelatihan pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Untuk program pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat desa, akan dilakukan juga fasilitasi bagi komunitas-komunitas masyarakat desa demi meningkatkan kemampuan advokasi agar kepentingan desa bisa diperjuangkan secara maksimal. Misalnya, pada desa yang memiliki lahan luas namun belum tergarap maksimal, komunitas petani desa dapat melakukan advokasi ke kementerian pertanian ataupun ke BUMN yang menjalankan usaha di sektor pertanian. Contoh lain, pada desa yang kesulitan modal usaha, komunitas desa bisa mendekati dunia perbankan untuk mendapat kemudahan akses keuangan dengan bunga yang lebih ringan.

Salah satu contoh keberhasilan komunitas kreatif ditunjukkan oleh pemerintah Thailand. Pemerintah Thailand menerapkan program industri kreatif berbasis komunitas yang dikenal dengan "*One Tambon One Product - OTOP*" (satu desa satu produk). Program ini dibuat pemerintah Thailand tahun 2001 untuk para petani Thailand (sensus: 70% sumber mata pencarian masyarakat Thailand adalah bertani) dalam meningkatkan pendapatannya dengan memberikan aktifitas baru membuat kerajinan (tekstil, sulaman, anyaman bamboo, keramik, wood-craft/furniture, dll) di sela masa setelah panen. Setiap desa, tidak harus sama dalam memproduksi kerajinannya tetapi menurut potensi dan kapasitas sumber daya masing-masing. Dengan kata lain produk yang mereka hasilkan benar-benar berdasar orisinalitas, berbudaya dan tradisi lokalitas.

Adapun hasil yang diperoleh dari program ini adalah terjadi peningkatan jumlah komunitas dari 16.000 pada tahun 2002 menjadi 29,000 komunitas

pengerajin yang produktif pada tahun 2004. Pendapatan dari penjualan produk program OTOP dari tahun 2002 ke 2004 setara dengan US\$ 125 milyar dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 11,224 orang dan tambahan tenaga kerja baru 8,729 orang. Adapun nilai penjualan produk yang diperoleh pada tahun 2004 sebesar US\$ 874 milyar.

Dengan melihat fakta di atas, tentunya menjadi dorongan yang sangat besar untuk mengembangkan komunitas kreatif di pedesaan. Mekanisme ini tidak hanya akan mendatangkan keuntungan secara ekonomis. Akan tetapi lebih dari pada itu, komunitas kreatif akan menjadi sarana untuk memberdayakan dan meningkatkan kapasitas masyarakat pedesaan.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Obyek Penelitian**

Obyek penelitian adalah Provinsi Gorontalo

### **2.2 Definisi Operasional**

2.2.1 Kreatifitas adalah daya cipta atau proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru, atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang sudah ada.

2.2.2 Pemberdayaan desa adalah upaya untuk mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa

### **2.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagaimana yang dikemukakan oleh Indriantoro dan Supomo (2002;152) yaitu :

2.3.1 Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggali data dari dokumen-dokumen dan penerbitan resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat maupun daerah baik berupa data statistik (daerah dalam angka), kebijakan (peraturan pemerintah pusat dan daerah), maupun dokumen yang dikeluarkan oleh asosiasi pelaku bisnis atau LSM terkait

2.3.2 Wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pemberdayaan dan peningkatan kapasitas masyarakat desa melalui pengembangan komunitas kreatif. Pengumpulan data melalui metode kualitatif dilakukan melalui melakukan wawancara mendalam (*depth interview*) yang melibatkan masyarakat, akademisi universitas lokal, serta pengambil kebijakan. Kegiatan wawancara ini dimaksudkan untuk menjadi sumber utama dalam mengetahui sejauh mana komunitas-komunitas nantinya akan mampu berperan dalam proses pemberdayaan masyarakat desa. Pengumpulan data melalui wawancara diharapkan akan mampu memberikan informasi yang akurat mengenai pengembangan masyarakat desa dan menjadi acuan dalam merumuskan model yang tepat dalam pembentukan dan pengenalan komunitas desa.

### **2.4 Jenis Dan Sumber Data**

2.4.1 Jenis Data :

2.4.1.1 Data kualitatif yaitu data yang dapat mendukung dalam penyelesaian masalah berupa penjelasan secara deskriptif terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi dalam hal komunitas kreatif dalam rangka pemberdayaan dan peningkatan kapasitas masyarakat desa.

#### 2.4.2 Sumber data :

##### 2.4.2.1 Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian yaitu wawancara mendalam (depth interview)

##### 2.4.2.2 Data Sekunder

Yaitu data yang telah ada pada obyek penelitian atau data pemerintah pusat maupun daerah baik berupa data statistik (daerah dalam angka), kebijakan (peraturan pemerintah pusat dan daerah), maupun dokumen yang dikeluarkan oleh asosiasi pelaku bisnis atau LSM terkait.

### 2.5 Metode Analisis

#### 2.5.1 Metode Kualitatif, yaitu penjabaran Pengembangan Model Komunitas Kreatif Dalam Rangka Pemberdayaan Dan Peningkatan Kapasitas Masyarakat Desa

## 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil Penelitian

Pemberdayaan sebagai proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan (Sutoro Eko, 2002). Konsep pemberdayaan (masyarakat desa) dapat dipahami juga dengan dua cara pandang. Pertama, pemberdayaan dimaknai dalam konteks menempatkan posisi berdiri masyarakat. Posisi masyarakat bukanlah obyek penerima manfaat (*beneficiaries*) yang tergantung pada pemberian dari pihak luar seperti pemerintah, melainkan dalam posisi sebagai subyek (agen atau partisipan yang bertindak) yang berbuat secara mandiri. Berbuat secara mandiri bukan berarti lepas dari tanggungjawab negara. Pemberian layanan publik (kesehatan, pendidikan, perumahan, transportasi dan seterusnya) kepada masyarakat tentu merupakan tugas (kewajiban) negara secara given. Masyarakat yang mandiri sebagai partisipan berarti terbukanya ruang dan kapasitas mengembangkan potensi-kreasi, mengontrol lingkungan dan sumberdayanya sendiri, menyelesaikan masalah secara mandiri, dan ikut menentukan proses politik di ranah negara. Masyarakat ikut berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pemerintahan (Sutoro Eko, 2002).

Permendagri RI Nomor 7 Tahun 2007 tentang Kader Pemberdayaan Masyarakat, dinyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah suatu strategi yang digunakan dalam pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (Pasal 1, ayat (8)). Inti pengertian pemberdayaan masyarakat merupakan strategi untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat. Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah memampukan dan memandirikan masyarakat terutama dari kemiskinan dan keterbelakangan/kesenjangan/ ketidakberdayaan. Pemerintah di Negara-negara berkembang termasuk Indonesia telah mencanangkan berbagai macam program pedesaan, yaitu (1) pembangunan pertanian, (2) industrialisasi pedesaan, (3) pembangunan masyarakat desa terpadu, dan (4) strategi pusat pertumbuhan (Sunyoto Usman, 2004). Penjelasan macam-macam program sebagai berikut:

(1) Program pembangunan pertanian, merupakan program untuk meningkatkan output dan pendapatan para petani. Untuk menjawab keterbatasan pangan di pedesaan, bahkan untuk memenuhi kebutuhan dasar industri kecil dan kerumahtanggaan, serta untuk memenuhi kebutuhan ekspor produk pertanian bagi negara maju. (2) Program industrialisasi pedesaan, tujuan utamanya untuk mengembangkan industri kecil dan kerajinan. Pengembangan industrialisasi

pedesaan merupakan alternative menjawab persoalan semakin sempitnya rata-rata pemilikan dan penguasaan lahan dan lapangan kerja dipedesaan. (3) Program pembangunan masyarakat terpadu, tujuan utamanya untuk meningkatkan produktivitas, memperbaiki kualitas hidup penduduk dan memperkuat kemandirian. Ada enam unsur dalam pembangunan masyarakat terpadu, yaitu: pembangunan pertanian dengan padat karya, memperluas kesempatan kerja, intensifikasi tenaga kerja dengan industri kecil, mandiri dan meningkatkan partisipasi dalam pengambilan keputusan, mengembangkan perkotaan yang dapat mendukung pembangunan pedesaan, membangun kelembagaan yang dapat melakukan koordinasi proyek multisektor.

Selanjutnya (4) program strategi pusat pertumbuhan, merupakan alternatif untuk menentukan jarak ideal antara pedesaan dengan kota, sehingga kota benar-benar berfungsi sebagai pasar atau saluran distribusi hasil produksi. Cara yang ditempuh adalah membangun pasar di dekat desa. Pasar ini difungsikan sebagai pusat penampungan hasil produksi desa, dan pusat informasi tentang hal-hal berkaitan dengan kehendak konsumen dan kemampuan produsen. Pusat pertumbuhan diupayakan agar secara social tetap dekat dengan desa, tetapi secara ekonomi mempunyai fungsi dan sifat-sifat seperti kota.

Pemberdayaan masyarakat bisa dilakukan oleh banyak elemen: pemerintah, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, pers, partai politik, lembaga donor, aktoraktor masyarakat sipil, atau oleh organisasi masyarakat lokal sendiri. Birokrasi pemerintah tentu saja sangat strategis karena mempunyai banyak keunggulan dan kekuatan yang luar biasa ketimbang unsur-unsur lainnya: mempunyai dana, aparat yang banyak, kewenangan untuk membuat kerangka legal, kebijakan untuk pemberian layanan publik, dan lain-lain. Proses pemberdayaan bisa berlangsung lebih kuat, komprehensif dan berkelanjutan bila berbagai unsur tersebut membangun kemitraan dan jaringan yang didasarkan pada prinsip saling percaya dan menghormati (Sutoro Eko, 2002).

Selain dukungan dana yang kuat, kemajuan sebuah desa sangat ditentukan oleh kualitas pemberdayaan masyarakatnya. Oleh karena itu pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu poin kunci dalam mempercepat pembangunan desa. Adapun salah satu metode yang digunakan dalam mekanisme pemberdayaan masyarakat ini adalah dengan membentuk komunitas-komunitas kreatif.

Sebagaimana istilah “Triple Helix” dimana dalam menggulirkan *creative economy* diperlukan peran tiga pihak yaitu pemerintah, swasta dan cendikia yang wajib ditopang oleh masyarakat dan komunitas. Ringkasnya, setiap potensi kreatif difasilitasi oleh pemerintah, didorong bisnis dan kewirausahaannya oleh swasta dan diciptakan mekanisme yang lebih baik mencetak individu-individu kreatif baru oleh akademisi dan cendikia sehingga menjadi sebuah perjalanan yang dinamis dan berkelanjutan.

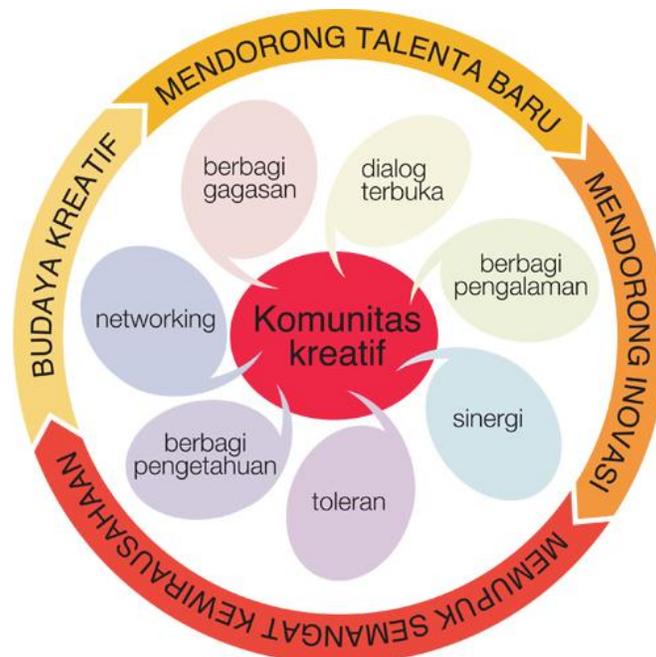
Pada intinya, gagasan *creative economy* yang ditawarkan membentuk komunitas kreatif dengan membangun budaya kreatif secara lebih meluas dan menanamkan kewirausahaan serta network bagi para pelaku kreatif. Mengembangkan industri kreatif melalui komunitas juga merupakan sebuah upaya mencetak potensi unggul dalam rangka pengembangan perekonomian lokal masyarakat.

Dalam komunitas kreatif terdapat dua peran penting masyarakat yaitu pertama, sebagai pelaku kreatif yang memiliki bidang dan profesi kreatif yang telah berjalan untuk lebih baik lagi. Kedua adalah peran sebagai anggota komunitas yang

memiliki kesadaran pentingnya pertukaran pengetahuan serta mendorong terbentuknya kesadaran dan pemikiran baru mengenai pengembangan profesi kreatif serta penunjangnya. Dengan kata lain dua peran ini menegaskan bahwa komunitas bukan institusi komersil maupun lembaga yang absolut secara langsung berhadapan dengan setiap tuntutan, tetapi lebih kepada pemberdayaan anggota komunitasnya melalui sebuah proses. Komunitas dan forum idealnya berisikan anggota yang masing-masing mewakili bidang keahlian kreatif yang berbeda, latar belakang yang berbeda, pengalaman dan pencapaian berbeda, namun memiliki kesetaraan dalam sharing sehingga transformasi yang terjadi akan mendorong terjadinya pemikiran-pemikiran yang dewasa sesuai dengan pijakan komunitas kreatif yaitu toleran dan menghargai keberagaman.

Adapun mekanisme yang berlangsung dalam komunitas kreatif digambarkan dibawah ini:

Gambar 1 : Skema interaksi dalam komunitas kreatif.



Sumber : [komunitaskreatifbali.wordpress.com](http://komunitaskreatifbali.wordpress.com)

Gambar diatas menjelaskan mengenai proses interaksi dalam komunitas kreatif. Pada kenyataannya aktor utama dalam komunitas kreatif adalah anggota masyarakat itu sendiri. Dengan mengutamakan pemberdayaan dan pengembangan kapasitas anggotanya baik dalam hal berbagi pengalaman hingga pembukaan jaringan kerjasama. Dengan sendiri pola ini akan mendorong masyarakat untuk menciptakan inovasi baru. Untuk itu komunitas kreatif menjadi metode yang tepat untuk diterapkan dalam rangka pengembangan kapasitas masyarakat desa.

Bukan hal mudah untuk menuangkan aspirasi dan kreativitas, terlebih jika dibarengi idealisme kuat, di tengah masyarakat. Namun hal tersebut sangat mungkin dilakukan dalam lingkungan komunitas tertentu. Terdapat beberapa keuntungan yang dapat diraup individu maupun kelompok setelah bergabung bersama suatu komunitas. Komunitas itu bisa menjadi wadah kreativitas. Dengan bertemu orang-orang yang memiliki kesamaan idealisme dan ide, individu maupun kelompok dapat mengembangkan kreativitas menjadi kenyataan.

Selain menjadi wadah kreativitas, menjadi anggota komunitas dapat memberikan tabungan sosial. Dengan kata lain, jika sewaktu-waktu seorang anggota komunitas memiliki kesulitan, anggota komunitas akan saling membantu. Keuntungan paling mahal dalam bergabung dengan komunitas adalah *friendship* dan *trust*, hal itu dapat menjadi kekuatan ketika mengalami kesulitan. Pertemanan dan rasa percaya adalah fondasi penting dalam komunitas. Dengan adanya kedua hal itu, anggotanya dapat bergotong royong mewujudkan kreativitas dan aspirasi yang telah menjadi komitmen komunitas itu sendiri. Tidak hanya itu, komunitas juga dapat dijadikan ajang untuk bertemu teman-teman baru yang memiliki aspirasi sama. Bahkan *networking* yang dijalin pun bisa menguntungkan di masa yang akan datang.

Komunitas kemudian menjadi salah satu elemen penting dalam menumbuhkan perekonomian rakyat. Pada kenyataannya komunitas mampu menjadi pendorong kegiatan ekonomi masyarakat terutama di daerah pedesaan. Masyarakat desa diharapkan akan mampu mengembangkan produk ekonomi lokal melalui pemberdayaan komunitas. Dalam komunitas, masyarakat akan mampu mengembangkan kreatifitas produk sehingga akan meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal.

Semakin tinggi tinggi pertumbuhan ekonomi dan semakin baik tingkat kesejahteraan masyarakat tentunya akan mendorong munculnya semangat untuk melakukan usaha dan menghasilkan ide-ide kreatif yang dituangkan dalam produk-produk perdagangan. Di sisi lain pertumbuhan ekonomi kreatif akan berbanding lurus dengan kemajuan suatu daerah. Daerah yang semakin bergerak ke arah modernisasi akan semakin menstimulasi industri-industri kreatif. Masyarakat di daerah yang sudah beranjak modern akan lebih memfokuskan kegiatan ekonomi pada bidang industri dimana industri kreatif adalah bagian penting di dalamnya.

### 3.1.1 Potensi Komunitas Kreatif Provinsi Gorontalo

Pertumbuhan ekonomi melalui komunitas kreatif khususnya di pedesaan akan sangat didukung oleh tingkat perekonomian masyarakat Provinsi Gorontalo. Adapun perekonomian Gorontalo yang diukur berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku triwulan III-2016 mencapai Rp8.382,31 miliar. Ekonomi Gorontalo pada triwulan III-2016 terhadap triwulan II-2016 ini meningkat 7,28 persen. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh Lapangan Usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 19,15 persen. (BPS - 2016). Dari data ini dapat kita lihat bahwa pada kurun waktu 2016 perekonomian Gorontalo mengalami kemajuan. Hal ini menjadi berita baik seluruh pengusaha, terutama UMKM, bahwa kondisi ekonomi yang stabil dan maju akan mampu menjadi jaminan bagi pengusaha untuk mengembangkan usahanya.

Perusahaan merupakan motor penggerak perekonomian di suatu daerah. Jika ditinjau dari aspek perusahaan, jumlah perusahaan industri besar dan sedang di Provinsi ini sekitar 20 perusahaan, dengan tenaga kerja sebanyak 7.693 orang. Sedangkan Industri Mikro dan Kecil sebanyak 12.360 unit melibatkan 31.910 tenaga kerja dengan investasi berjumlah Rp. 132.942.851 dan nilai produksi Rp. 510.021.820.

Adapun jika dilihat dari jenis barang dan jasa yang diperdagangkan, Jenis Industri Manufaktur Mikro dan Kecil di Provinsi Gorontalo adalah industri Makanan, industri Minuman, industri Tekstil, industri Pakaian Jadi, industri Kayu, Barang dari Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus (tidak termasuk Furnitur) dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya, industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman, industri Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional, industri

Barang Galian Bukan Logam, industri Logam Dasar, industri Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya, industri Peralatan Listrik, industri Mesin dan Perlengkapan YTDL, industri Alat Angkutan Lainnya, industri Furnitur dan industri Pengolahan Lainnya. Pertumbuhan produksi Industri Manufaktur Mikro dan Kecil (IMK) Provinsi Gorontalo pada Triwulan I tahun 2016 (q-to-q) mengalami kenaikan sebesar 3,20 persen dibandingkan dengan Triwulan IV tahun 2015. Jenis industri yang mengalami kenaikan produksi tersebut adalah industri Makanan (3,10%), industri Minuman (2,14%), industri Tekstil (9,21%), industri Pakaian Jadi (0,61%), industri Kayu, Barang dari Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus (tidak termasuk Furnitur) dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya (5,85%), industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman (1,09%), industri Barang Galian Bukan Logam (7,05%), industri Alat Angkutan Lainnya (14,18%) dan industri Furnitur (1,42%). (BPS – 2016)

Di sisi lain majunya perekonomian suatu daerah dapat diukur dari tinggi rendahnya tingkat pengangguran. Jumlah angkatan kerja di Provinsi Gorontalo pada Agustus 2016 mencapai 562.196 orang, berkurang 1.206 orang dari keadaan Februari 2016 sebesar 563.402 orang. Pada Agustus 2016, jumlah penduduk yang bekerja sebagai buruh/karyawan sebesar 196.671 orang (35,98 persen), diikuti berusaha sendiri sejumlah 131.916 orang (24,13 persen), dan berusaha dibantu buruh tidak tetap/tidak dibayar sebanyak 87.761 orang (16,05 persen). (BPS – 2016).

### **3.2 Pembahasan**

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penduduk Gorontalo yang bekerja dengan membentuk usaha sendiri berada di urutan kedua sebesar 24,13%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat minat yang tinggi dalam mengembangkan usaha. Untuk itu adapun yang penting menjadi perhatian adalah bagaimana usaha tersebut dirancang sedemikian rupa sehingga mempunyai nilai ekonomis yang lebih tinggi. Salah satu diantaranya adalah dengan memasukkan unsur-unsur kreatifitas sehingga produk yang dihasilkan mempunyai keunikan dan mampu bersaing dalam pasar. Dalam hal ini penting untuk memberikan pelatihan kewirausahaan kepada masyarakat sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat lebih bernilai ekonomis. Di samping itu dorongan pemerintah juga secara langsung akan menjadi stimulus bagi masyarakat untuk menciptakan industri-industri kreatif yang baru.

Adapun pemetaan perkembangan industri di beberapa daerah di Provinsi Gorontalo dijelaskan sebagai berikut.

#### **3.2.1 Kabupaten Gorontalo Utara**

Adapun potensi Industri di Kabupaten ini berbasis keunggulan daerah yaitu Industri berbasis Ikan. Potensi bahan baku ikan ini terdapat di 11 kecamatan sepanjang garis pantai 320 km terpanjang (se-Provinsi Gorontalo) dengan laut ZEE seluas 40.000 Km<sup>2</sup>. Melalui data BPS,2016, Industri pengelolaan ikan ini berupa pengeringan ikan dengan kapasitas produksi 1.394.526 kg/tahun dan pengasapan ikan sebesar 337.680 kg/tahun; Industri berbasis kerajinan kerang laut berada di pesisir garis pantai dan berlokasi di pulau ponelo yang bisa dikembangkan sebagai sentra kerajinan kerang; Industri berbasis Aren dan ijuk Aren. Potensi bahan baku pohon aren ini memiliki total luas areal tumbuh tanaman sekitar 332 Ha atau sekitar 51.792 pohon aren dengan asumsi 1 ha ditumbuhi 156 pohon. Hasil aren berupa nira diproduksi secara tradisional menjadi gula merah aren dan ijuk pohonnya dibuatkan sapu ijuk, atap ijuk dsb.; Industri berbasis tanaman Bambu Burik di Kecamatan Gentuma Raya, Tomilito dan Monano. Tanaman ini hanya tumbuh di Kabupaten

Gorontalo Utara dan sangat potensial dicarikan investor yang memproduksi furniture; Industri berbasis kerajinan Sulaman Karawo yang dikenal dengan sulaman Kabupaten Gorontalo Utara.

### 3.2.2 Kota Gorontalo

Kota Gorontalo terus berkembang sebagai pusat perindustrian dan perdagangan. Industri kecil di Kota Gorontalo terbagi atas 2 (dua) kategori perusahaan industri dan industri kerajinan rumah tangga. Industri yang berkembang di Kota Gorontalo adalah industri makanan dan industri kerajinan dan pakaian jadi. Perusahaan perdagangan yang menonjol terdiri dari perusahaan terbatas, Firma (CV), Koperasi dan perorangan. Selain itu juga terdapat pedagang besar, pedagang menengah dan pedagang kecil/mikro.

### 3.2.3 Kabupaten Gorontalo

Pengembangan kawasan industri di Kabupaten Gorontalo berdasarkan informasi bahwa potensi di sektor industri masih bersifat menyebar (kegiatan home industry). Berdasarkan jenisnya, unit usaha industri di Kabupaten Gorontalo terbagi atas : Industri Hasil Pertanian; Industri Aneka; Industri Logam; dan Industri Perikanan. Beberapa industri yang berkembang di antaranya adalah :

#### 3.2.3.1 Pabrik tepung kelapa Tri Jaya Tangguh

Sektor perkebunan kelapa menjadi prospek andalan berlangsungnya produksi pabrik tepung kelapa dan nata de coco di Kabupaten Gorontalo. Industri yang bahan bakunya ditunjang dari hasil pertanian rakyat dari seluruh wilayah Kabupaten serta beberapa wilayah di sekitarnya. Pabrik tepung kelapa Tri Jaya Tangguh terletak di kawasan Boliyohuto. Sejak awal berproduksi pabrik ini telah meluncurkan ekspor tepung kelapa ke Rusia sebanyak 40 feet.

#### 3.2.3.2 Pabrik tepung kelapa dan nata de coco

Pabrik ini mampu memproduksi tepung kelapa sebesar 50 ton per hari yang diekspor ke berbagai Negara melalui Surabaya. Seperti halnya industri lain yang bergerak di bidang usaha yang sama, pabrik ini pun memanfaatkan potensi bahan baku lokal Provinsi Gorontalo.

#### 3.2.3.3 Pabrik Gula Tolangohula

Pabrik Gula Tolangohula berdiri sejak tahun 1990 pada areal seluas 15.700 ha dengan lahan perkebunan tebu mencapai sekitar 8.000 ha. Pabrik Gula Tolangohula pada setiap tahun memproduksi gula sebesar 35.000 ton sampai dengan 39.000 ton. Besaran produksi tersebut memenuhi kebutuhan gula bagi masyarakat se Provinsi Gorontalo sejumlah 12.000 Ton, sedangkan lainnya dipasarkan ke luar daerah. Pabrik ini mengangkat 1.800 karyawan ditambah 4.000 orang tenaga pekerja lepas yang dikontrak setiap musim produksi.

#### 3.2.3.4 Pabrik Rumput Laut

Sebahagian besar produksi rumput laut yang dikelola melalui kelompok-kelompok usaha masyarakat ataupun secara perorangan ditampung pada pabrik pengolahan. Kapasitas yang dihasilkan pabrik rumput laut mencapai 2 ton per hari dan dipasarkan ke berbagai wilayah, terutama ke Jakarta, Malaysia dan Korea. Pabrik ini juga menampung hasil rumput laut dari beberapa Kabupaten yang ada di Provinsi Gorontalo, seperti Gorontalo Utara, Boalemo dan juga Pohuwato. (BPMPSTSP Prov. Gorontalo)

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa sangat banyak potensi yang dimiliki oleh Provinsi Gorontalo. Hanya saja yang menjadi kekurangan adalah sebagian besar produk masih dijual dalam bentuk bahan baku atau bahan mentah.

Masih sangat minim produk yang dijual atau dipasarkan dalam bentuk yang siap pakai. Hal ini juga terjadi pada produk-produk yang berbasis pangan. Diakui bahwa produk-produk pangan masih sangat minim pengolahannya. Padahal jika melihat dari segi rantai nilai, industri pengolahan bahan pangan dapat mendatangkan keuntungan yang sangat besar.

Hal senada juga terjadi pada produk ekspor. Secara kumulatif nilai ekspor yang melalui Pelabuhan di Gorontalo Januari-Juli 2016 sebesar US\$1.289.336 atau menurun 94,25 persen dibanding periode yang sama Tahun 2015. Menurut golongan barang HS 2 digit ekspor pada Januari-Juli 2016 sebesar 96,56 persen atau senilai US\$1.245.000 adalah berupa Bungkil Kopra (HS 23), sebesar 1,51 persen atau senilai US\$19.454 adalah berupa Sabut Kelapa (HS 53), sebesar 1,16 persen atau senilai US\$15.010 berupa Mesin dan Peralatan Mekanik (HS 84), sedangkan sisanya adalah berupa Kayu, Barang dari Kayu (HS 44). (BPS – 2016). Dari data hasil ekspor ini dapat dilihat bahwa produk ekspor Gorontalo masih didominasi oleh bahan mentah. Masih sangat minim pengolahan bahan mentah menjadi bahan jadi atau setengah jadi sehingga keuntungan yang diperoleh juga menjadi sangat sedikit.

Dari penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi kreatif di Provinsi Gorontalo memang menunjukkan kemajuan walaupun belum cukup signifikan. Di beberapa daerah di Provinsi Gorontalo mulai terlihat geliat industri kreatif walaupun memang pada kenyataannya masih dilakukan oleh sekelompok orang dan belum secara masif. Industri kreatif masih menjadi pengetahuan yang tidak umum dalam masyarakat khususnya pengusaha sehingga pengembangannya pun dilihat belum maksimal.

Hal ini tentunya penting untuk menjadi perhatian semua pihak baik pemerintah, pihak akademisi maupun masyarakat. Di era globalisasi, keterbukaan akses informasi, dan persaingan pasar bebas saat ini produk-produk perdagangan harusnya mempunyai daya saing yang tinggi baik dari segi harga, kualitas, pelayanan maupun kreatifitas yang ditawarkan. Indonesia telah masuk dalam lingkaran pasar bebas sehingga akan sangat dibanjiri dengan produk-produk asing. Untuk itu perlu terus dilakukan inovasi baru dalam menciptakan produk-produk perdagangan agar mampu berkompetisi dan merebut pasar.

Pengembangan komunitas kreatif menjadi salah satu upaya yang dapat dikembangkan oleh pemerintah dalam rangka mendukung usaha kreatif berbasis pemberdayaan masyarakat khususnya di tingkat desa. Melalui pembentukan komunitas, potensi yang ada di pedesaan, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, akan mampu lebih dikembangkan. Terlebih lagi jika melihat potensi industri yang dimiliki oleh seluruh daerah di Provinsi Gorontalo.

Adapun salah satu produk industri kreatif yang paling banyak dikembangkan adalah industri kerajinan kawaro. Pusat kerajinan karawo berupa industri rumah tangga tersebar di Kabupaten Gorontalo khususnya di Kecamatan Bongomeme, Telaga, Batudaa, Isimu dan kecamatan Tapa kabupaten Bone Bolango. Di Kecamatan Bongomeme dan Batudaa telah berkembang 4 sentra dengan jumlah unit usaha sebanyak 20 unit usaha (6,6% saja dari total unit di seluruh Gorontalo). Serapan tenaga kerja unit-unit tersebut di kecamatan ini mencapai lebih dari 900 orang (sekitar 60% dari total seluruh tenaga kerja industri karawo di Gorontalo). Di Kecamatan Telaga memiliki jumlah sentra dan jumlah unit usaha yang terbanyak, yaitu 5 sentra dengan 245 unit usaha dan jumlah tenaga kerja yang terserap sebanyak 490 orang. Selain itu sentra industri kerawang juga tersebar pada beberapa kecamatan yang ada di kabupaten dan kota se Provinsi Gorontalo. Sulaman Karawo

sendiri telah memperoleh hak paten dari pemerintah Indonesia pada tahun 2009. (Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Prov. Gorontalo).

Secara keseluruhan dari penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa pada kenyataannya komunitas kreatif khususnya belum menunjukkan perkembangan yang signifikan di Provinsi Gorontalo. Terdapat pertumbuhan yang cukup besar dalam pada UMKM akan tetapi sebagian besar UMKM masih dikelola secara tradisional tanpa menerapkan nilai-nilai kreatifitas dimana dalam pengelolaannya hanya dilakukan secara perorangan tanpa membentuk komunitas masyarakat. Dalam hal ini tidak ada proses pemberdayaan dan pelibatan masyarakat secara menyeluruh dalam pengembangan usaha. Begitu pun dalam hal ekspor dimana sebagian besar komoditas yang diekspor adalah bahan mentah yang belum mengalami proses pengolahan. Padahal jika dilihat potensi yang sangat besar terdapat pada industri hilir apalagi jika diikuti dengan kreatifitas baik dalam hal kemasan maupun promosi yang dilakukan.

Hasil penuturan wawancara dari beberapa media yang diperoleh dari sejumlah aparat desa dan UMKM diperoleh bahwa mereka pada umumnya belum memahami tentang konsep industri kreatif, komunitas kreatif dan penerapannya secara langsung dalam usaha. Upaya yang mereka lakukan saat ini hanyalah semata untuk menarik pelanggan lebih banyak. Di sisi lain kondisi masyarakat Gorontalo juga pada umumnya masih berada pada tahap semi-modern dimana kreatifitas dalam pengembangan usaha belum terlalu diutamakan. Untuk itu hal ini menjadi tugas pemerintah untuk memacu masyarakat Gorontalo agar lebih menggiatkan industri kreatif dengan melihat potensi yang dimiliki oleh daerah Gorontalo.

Jika dilihat dari peran pemerintah, sejauh ini Pemerintah Kabupaten Gorontalo yang paling banyak melakukan kampanye industri kreatif. Hal ini terutama dilihat dari insentif langsung yang diberikan kepada pengusaha. Dalam peringatan HUT Koperasi tahun 2016, Pemerintah Kabupaten Gorontalo menyerahkan bantuan permodalan sebesar Rp15.000.000 bagi 15 kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) baru di daerah tersebut. Sebagai bentuk penguatan akses permodalan dari perbankan bagi masyarakat pada hari koperasi tersebut, Pemerintah Daerah Kabupaten Gorontalo secara simbolis menyerahkan sertifikat hak atas tanah kepada 200 UMKM hasil kerja sama Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) dengan Badan Pertanahan Kabupaten Gorontalo. Pada kegiatan tersebut, Bupati Gorontalo pun memberikan penghargaan kepada setiap koperasi berprestasi. (Berita : Antara Gorontalo)

Namun jika melihat antusiasme masyarakat maka Kota Gorontalo mempunyai peluang yang paling besar dalam pengembangan industri kreatif terutama yang berbasis kuliner. Tidak dapat dipungkiri bahwa arus modernisasi Kota Gorontalo yang lebih pesat dibanding daerah-daerah lainnya di Provinsi Gorontalo sangat menstimulasi pola pikir masyarakat untuk mengembangkan industri kreatif. Kota Gorontalo telah berada dalam proses transformasi kota modern. Untuk itu Kota Gorontalo harus menyiapkan diri salah satunya dengan menyiapkan produk-produk dengan kreatifitas dan daya saing yang tinggi.

Salah satu contohnya adalah dengan mendesain sebuah acara yang digagas oleh Gorontalo Indie dengan mengundang penggiat pelaku-pelaku Industri kreatif lokal untuk bisa berpartisipasi dalam *event* ini. Menjadi *event* pertama yang memperkenalkan hasil Tangan kreatif dengan mengusung nama *GULF (Gorontalo Urban Lot Festival)*. Kegiatan ini diproyeksikan menjadi event Rutin yang nantinya akan mengangkat Industri kreatif lokal. (Gorontalo Indie 2016)

Industri kreatif juga sudah berkembang dikalangan anak muda Kota Gorontalo. Hal ini dapat dilihat dari berbagai upaya yang dilakukan untuk mendukung kampanye industri kreatif. Salah satu jalan yang ditempuh adalah melalui media. Saat ini telah ada beberapa media online yang secara aktif mempromosikan industri kreatif. Beberapa diantaranya adalah [www.gorontaloindie.com](http://www.gorontaloindie.com) dan <http://anamuda.com/>. Di samping itu kalangan mahasiswa juga juga menggagas seminar *Creative Preneur*. Hal dilatarbelakangi dengan melihat kecenderungan kalangan muda Gorontalo masih sangat terpaku dengan pekerjaan sebagai PNS setelah menamatkan kuliah. Melalui seminar ini tentunya juga diharapkan dapat menumbuhkan semangat berbisnis kreatif dikalangan pemuda.

Dari hasil penjelasan di atas dapat kita lihat bahwa potensi yang dimiliki oleh Gorontalo terutama dalam pengembangan industri dan komunitas kreatif memang sangat besar. Akan tetapi pengolahan bahan mentah menjadi produk yang berdaya jual tinggi memang belum maksimal. Untuk itu penting untuk mengenalkan konsep industri kreatif dikalangan masyarakat Gorontalo. Lebih lanjut perlu untuk menggiatkan komunitas kreatif terutama di masyarakat desa akan terjadi proses kerjasama dalam pengembangan produk. Hal ini untuk lebih memberdayakan masyarakat dan UMKM kreatif agar mampu melakukan pengolahan produk sehingga nilai tambah yang dimiliki lebih besar. Dengan berjalannya proses pemberdayaan masyarakat dan UKM melalui komunitas kreatif maka tentunya akan mendorong perekonomian daerah.

#### **4. PENUTUP**

##### **4.2 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal antara lain:

- 4.2.1 Komunitas Kreatif di Kota Gorontalo dan Kabupaten Gorontalo pada umumnya masih belum berkembang dengan maksimal. Hal ini terlihat dari besarnya potensi yang dimiliki akan tetapi pengolahan yang melibatkan komunitas dan kreativitas masih sangat jarang digunakan.
- 4.2.2 Pengembangan komunitas industri kreatif pada dasarnya harus melibatkan pemerintah dan masyarakat. Di Kabupaten Gorontalo, pemerintah telah menerapkan kebijakan yang mendorong komunitas kreatif akan tetapi masyarakatnya yang masih belum terdorong untuk menciptakan model-model industri kreatif. Untuk Kota Gorontalo sendiri, pemerintah tidak terlalu fokus dengan kebijakan pengembangan komunitas kreatif. Akan tetapi ide-ide mengembangkan komunitas industri kreatif itu sendiri datang dari masyarakat Kota Gorontalo.

##### **4.3 Saran**

Adapun beberapa saran yang diajukan penulis antara lain:

- 4.3.1 Harus ada pemetaan yang komprehensif mengenai potensi daerah Gorontalo yang kemudian diarahkan kepada penciptaan model-model industri kreatif dalam rangka peningkatan nilai tambah produk dan pembangunan ekonomi lokal.
- 4.3.2 Harus ada kolaborasi yang baik antara pemerintah, dalam hal ini kebijakan, dan masyarakat dalam menggerakkan dan mempromosikan konsep industri

kreatif agar dapat diterima dan diaplikasikan oleh masyarakat secara lebih luas.

## 5. Daftar Pustaka

### Buku dan Dokumen

Indriantoro, Nur dan Supomo, 2002, “ Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPFE.

Sunyoto Usman, 2004, Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Sutoro Eko, 2002, Pemberdayaan Masyarakat Desa, Materi Diklat Pemberdayaan Masyarakat Desa, yang diselenggarakan Badan Diklat Provinsi Kaltim, Samarinda, Desember 2002.

Permendagri RI Nomor 7 Tahun 2007 tentang Kader Pemberdayaan Masyarakat, Bandung : Fokus Media.

### Jurnal :

Azis Muslim, 2007, Pendekatan Partisipatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat, Aplikasia, Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol. VIII, No.2. Desember 2007: 89-103, di akses tanggal 12 September 2018

Berita Resmi Statistik – Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo - No. 62/11/75/Th.X, 7 November 2016 - PERTUMBUHAN EKONOMI GORONTALO TRIWULAN III-2016.

Berita Resmi Statistik – Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo No. 26/05/75/Th.IX, 2 Mei 2016 - PERTUMBUHAN PRODUKSI INDUSTRI MANUFAKTUR MIKRO DAN KECIL (IMK) & INDUSTRI MANUFAKTUR BESAR DAN SEDANG (IBS) PROVINSI GORONTALO TRIWULAN I TAHUN 2016.

Berita Resmi Statistik – Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo No. 50/09/75/Th.X, 1 September 2016 - PERKEMBANGAN EKSPOR DAN IMPOR PROVINSI GORONTALO JULI 2016.

Berita Resmi Statistik – Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo No. 64/11/75/Th.X, 7 November 2016 - KEADAAN KETENAGAKERJAAN PROVINSI GORONTALO AGUSTUS 2016.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. “Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif.” Penguatan Pilar dan Landasan 2009-2015. 2008.

### Majalah, Koran dan Internet

Komunitas Kreatif, diakses melalui <https://komunitaskreatifbali.wordpress.com/2008/09/03/diskusi-komunitas-kreatif-bali-di-soupchat-20/> diakses : pada 5 Agustus 2017.

Industri Kreatif Kain Karawo - <http://bpmptsp.gorontaloprov.go.id/industri-kreatif-kain-karawo/>

Kopi Pinogu, Apa Istimewanya? <http://degorontalo.co/kopi-pinogu-apa-istimewanya/>  
Pembayaran Serahkan Bantuan Modal Usaha UKM Baru - <http://www.antaragorontalo.com/berita/27095/pembayaran-serahkan-bantuan-modal-usaha-ukm-baru>

Potensi Industri dan Perdagangan - <http://bpmptsp.gorontaloprov.go.id/potensi-industri-dan-perdagangan/>